**Задание 1**

Основные принципы кадровой политики

В каждой компании кадровая политика существует в виде понимаемых, но не всегда озвученных принципов работы с людьми. В подобных условиях не редки ситуации, когда общие принципы понимается разными руководителями, на разных уровнях по своему, в силу жизненного опыта, образования, воспитания, что провоцирует конфликты и проблемы взаимодействия в коллективе. Во многих компаниях кадровая политика - это формализованный локальный нормативный акт, утвержденный в соответствии с требованиями организации.

Если говорить о кадровая политика в широком понимании, то это определение ключевых целей, принципов и методов в работе с персоналом с опорой на ключевые цели организации.

Для того чтобы управлять кадровой политикой необходимо пройти несколько этапов:

- Определить, как работа с персоналом должна способствовать достижению целей компании

- Сформулировать цели и задачи работы с персоналом

- Оценить существующие сильные и слабые стороны в работе с персоналом

- Оценить ситуацию в области работы с персоналом на внешнем рынке

- Разработать и согласовать основные принципы данной работы

- Определить ключевые направления и методы работы

- Сформировать, согласовать и утвердить формализованный документ

- Довести разработанный документ до сотрудников компании

Выбирая между не одним десятком важных и нужных принципов, например, таких как системность, комплексность, научность, рациональность, эффективность, последовательность, учитывающей внешние и внутренние факторы очень важно выбрать 3-5 действительно актуальных для конкретной компании. Это может быть и ценность личности, и экономическая обоснованность кадровых мероприятий, и ориентация на удержание и развитие сотрудников компании.

5 основных принципов компании:

1. Системность
2. Рациональность
3. Последовательность
4. Экономическая обоснованность кадровых мероприятий
5. Ориентация на удержание и развитие сотрудников компании

3. Классификации агентств по подбору персонала

Суть работы кадрового агентства состоит в осуществлении посреднической функции между работодателем и соискателем, т.е. агентство помогает организации подобрать нужного сотрудника, а соискателю найти подходящую ему работу.

Классификация кадровых агентств по различным критериям:

1) По технологии поиска: агентства стандартного поиска и прямого поиска

2) По уровню разделения труда: агентства широкого профиля и специализированные агентства

3) По типам найма подбираемого персонала: агентства по подбору на постоянную работу и агентства по временному найму .

Два критерия для классификации кадровых агентств - это вид предоставляемых услуг и источник оплаты этих услуг. Можно выделить несколько основных видов услуг, предоставляемых кадровыми агентствами: **Хэдхантинг** (head – hunting) – вид услуги, при которой агентство «переманивает» четко определенного эксклюзивного специалиста для организации – заказчика. Главная задача рекрутера – найти способ завязать отношения с данным кандидатом, понять, чем **Экзекьютив сёч (executive search)** – вид услуги, при которой агентство занимается подбором и отбором руководителей высшего звена управления. Это сложный и длительный поиск высококвалифицированных специалистов, тех, чье внимание работодателям не удается привлечь путем размещения рекламных объявлений.

**Рекрутмент (recruitment)**– вид услуги, при которой стандартными способами ведется подбор руководителей среднего звена, специалистов и административного персонала при относительно небольшом количестве заказов на подбор топ-менеджеров и рабочих специальностей.

**Массовый подбор (mass recruitment)** – вид услуги, при которой агентством проводится поиск и подбор персонала большой численности. Его специфика – большое количество однотипных вакансий, очень сжатые сроки их закрытия, большой отсев кандидатов на всех стадиях отбора, текучесть кадров в первые месяцы работы, сложность организации просмотра потока соискателей.

**Подбор временного персонала (temporary staffing)** – вид услуги, при которой персонал подбирается агентством для работы на определенное время или до завершения определенного проекта. Этот вид услуг востребован работодателями в сезонные или производственные пики, либо, наоборот, в периоды, связанные с необходимостью сокращения затрат на персонал, а также во время болезней или отпусков основных сотрудников. Абонентское обслуживание – вид услуги, при которой агентство закрывает все текущие вакансии предприятия или организации за фиксированную ежемесячную плату.

**Лизинг (leasing)** – вид услуги, при которой агентство предоставляет на определенный срок и на определенных условиях сотрудников, которые находятся в трудовых отношениях с агентством, в распоряжение фирмыарендатора.

**Аутстаффинг (outstaffing)–** вид услуги, при которой агентство принимает в свой штат уже существующих сотрудников фирмы-заказчика на определенный срок и на определенных условиях.

**Аутплейсмент (outplacement)**– вид услуги, при которой агентство проводит целенаправленные действия по трудоустройству персонала, увольняемого из компании– заказчика.

**Агентства по подбору персонала** осуществляют, прежде всего, поиск персонала для различных предприятий и организаций. С соискателей такие компании денег, как правило, не берут. Услуги этих агентств оплачивают работодатели, для которых подбирается персонал. Оплата здесь может зависеть от многих факторов, но, в среднем, услуги агентств для работодателя обходятся в 20 - 30% предполагаемой годовой зарплаты, иногда агентства берут лишь предполагаемую месячную зарплату соискателя.

**Агентства по трудоустройству**, которые осуществляют поиск работы для соискателей, а последние оплачивают услуги агентства. Работодатели в этом случае обслуживаются бесплатно. Как правило, агентства по трудоустройству работают за счет баз данных, соискатель заполняет анкету и проходит собеседование. Оплата услуг агентства сильно зависит от квалификации соискателя: так, работник с невысокой квалификацией может заплатить от 50 до 100% своей будущей месячной зарплаты, а топ-менеджер заплатит только 20 - 50% от предлагаемой месячной зарплаты.

**Агентства, которые работают и на соискателя, и на работодателя**, и, соответственно, берут оплату своих услуг и с тех, и с других. Можно назвать их агентствами по найму. В таких агентствах работа или сотрудник обойдутся несколько дешевле (примерно 20% предполагаемого годового дохода или месячная зарплата работника). Агентства по найму работают за счет ведения своих бах данных, размещают объявления в прессе, Интернете и прочее, сами просматривают объявления о вакансиях и резюме.

5. Анализ конкретной ситуации

**“ Равенство в оплате: новые и старые работники”**