

# فرایند کارمندیابی

دسترسی به منابع انسانی که پاسخگوی نیازهای سازمانی باشد، منجر به کسب مزیت رقابتی برای سازمان می‌شود که لازمه‌ی بقای هر سازمانی در بازار جهانی امروزی است. کارمندیابی یا جذب کارجویان، به‌طور کلی به معنی جست‌وجوی شمار بسنده‌ای از نامزدهای شغلی بالقوه با شایستگی چشمگیر است.

کارمندیابی فرایندی است که به‌وسیله‌ی آن، کسانی که توانایی بالقوه‌ای برای عضویت در سازمان و انجام دادن وظایف محوله را دارند، مشخص می‌شوند تا سازمان بتواند از میان آنان، شایسته‌ترین افراد را برای پاسخگویی به نیازهای شغلی خود برگزیند. کارمندیابی باید با توجه به نیازهای کارجویان، امکان نگهداری آنان را پس از به کارگماری در سازمان افزایش دهد.

فعالیت کارمندیابی همه‌ی سازمان‌ها در طول زمان یکسان نبوده و از عوامل مختلفی اثر می‌پذیرد. در سازمان‌های بزرگ که برنامه‌ریزی نیروی انسانی بسیار بااهمیت است، فعالیت کارمندیابی گسترده‌تر انجام می‌شود، قرارگیری سازمان در بازار کار مناسب یافتن افراد شایسته را تسهیل می‌کند، مناسب بودن محیط و شرایط کار و میزان حقوق منجر به کاهش ترک شغل و از طرفی جذب افراد شایسته و متخصص می‌شود، سازمان‌های در حال رشد و توسعه به نیروی انسانی بیشتری نیاز دارند و در سازمان‌های در حال رکود نیز عکس این قضیه صادق است.

## اهداف کارمندیابی

۱) تعیین نیازهای استخدامی کنونی و آینده با توجه به برنامه‌ریزی منابع انسانی و تحلیل شغل.

۲) افزایش تعداد کارجویان با هزینه‌ی کم.

۳) بالا بردن میزان اثربخشی فرایند گزینش با کاهش کارجویان نامتناسب.

۴) کاهش احتمال ترک سازمان پس از استخدام.

۵) شناسایی و آماده‌سازی کارجویان بالقوه.

۶) افزایش اثربخشی فردی و سازمانی در کوتاه‌مدت و بلندمدت.

۷) ارزیابی اثربخشی روش‌ها و منابع گوناگون کارمندیابی.

## مراحل کارمندیابی

۱) تعیین منابع و مراکز کارمندیابی: سازمان با بررسی منابع داخلی و خارجی، مناسب‌ترین منبع را انتخاب می‌کند.

۲) انتخاب روش کارمندیابی: با توجه به نوع شغل، شرایط بازار کار و قوانین و مقررات، باید مناسب‌ترین و مؤثرترین روش دستیابی به افراد موردنظر و جذب آن‌ها انتخاب شود.

۳) بررسی فرم درخواست کار: با بررسی فرم‌هایی که متقاضیان تکمیل کرده‌اند، افراد فاقد شرایط شغل حذف می‌شوند.

۴) انجام مصاحبه‌ی مقدماتی: مصاحبه فرصتی را فراهم می‌کند تا سازمان متقاضی و فرد کارجو شناخت بیشتری از یکدیگر به دست بیاورند. اطلاعات مصاحبه‌کننده درباره‌ی شغل و جنبه‌های مختلف آن در سازمان باید دلگرم‌کننده و درعین‌حال منطبق بر واقعیات باشد.

۵) فهرست افراد واجد شرایط: پس از مصاحبه‌ی مقدماتی فهرستی از افراد شایسته تهیه می‌شود تا وارد مراحل بعدی گزینش گردند.

فرایند کارمندیابی مقدمه‌ی فرایند گزینش است. هدف کارمندیابی یافتن افراد و جذب آنان به‌سوی سازمان است و در گزینش، با ارزیابی‌های دقیق کارجویان بهترین و مناسب‌ترین آنان شناسایی و برگزیده می‌شوند.

## منابع کارمندیابی

۱) منابع جذب درون‌سازمانی: کارکنان فعلی، دوستان آن‌ها، کارکنان پیشین و کارجویان قبلی، منابع درونی را پدید می‌آورند. ترفیع‌ها، تنزل رتبه‌ها و انتقال و جابه‌جایی نیز کارجویانی را برای بخش‌های مختلف سازمان فراهم می‌آورد.

ترفیع درون‌سازمانی بر چند دلیل صحیح استوار است. اول اینکه، کارکنان فعلی سازمان به‌طور معمول شایسته‌تر هستند چراکه در مشاغل ساده نیز نیاز به آشنایی با افراد، سیاست‌ها و ویژگی‌های سازمان وجود دارد. دوم اینکه، کارکنان احساس امنیت بیشتری پیدا می‌کنند و تعهدشان

نسبت به سازمان افزایش می‌یابد. فراهم بودن فرصت ترفیع، کارکنان را به عملکرد بهتر برمی‌انگیزد. سوم اینکه، ترفیع درونی از لحاظ زمانی و مالی برای سازمان به صرفه‌تر است.

۲ (منابع جذب برون سازمانی: ورود افراد با اندیشه‌های تازه از چندین منبع صورت می‌پذیرد.

۲-۱ (مراجعه‌ی مستقیم: افرادی که بدون دعوت سازمان، به وسیله‌ی تلفن یا ارسال رزومه یا به صورت حضوری با سازمان ارتباط برقرار می‌کنند. رجوع مستقیم منبع کم‌هزینه‌ای است ولی مورد استفاده‌ی کارجویان حرفه‌ای، مدیریتی و کارشناسان فروش قرار نمی‌گیرد و مناسب کارمندیابی برای کارهای روزمزدی است.

۲-۲ (مؤسسات کاریابی: نقش و وظیفه‌ی اصلی این مؤسسات معرفی جویندگان کار به سازمان است. مؤسسات کاریابی خصوصی که برای ارائه‌ی خدمات کارمزد دریافت می‌کنند، در یافتن کارجویان متخصص و مدیر نقش عمده‌ای دارند. همکاری با این مؤسسات دو فایده‌ی اصلی برای سازمان‌ها دارد؛ اول اینکه حق انتخاب سازمان را افزایش می‌دهند و دوم اینکه با آگاهی از نیازهای پرسنلی سازمان فقط افرادی را معرفی می‌کنند که دارای شرایط اولیه برای احراز شغل باشند و از این نظر موجب صرفه‌جویی در زمان و هزینه سازمان می‌شوند.

۲-۳ (بنگاه‌های استخدام موقت: این بنگاه‌ها فرصتی را برای استخدام موقت کارجویان شغل‌های پاره‌وقت فراهم می‌کنند و کارگران با مهارت‌های ویژه را فقط از این بنگاه‌ها می‌توان یافت. این امر به‌ویژه در مورد شرکت‌های کوچکی که برای مردم آشنا نیستند یا نمی‌توانند برای کارمندیابی زمان صرف کنند، صدق می‌کند.

۲-۴ (انجمن‌های تخصصی: در برخی از صنایع، مانند ساختمان‌سازی، کارگران ماهر را با مراجعه به سازمان کارگری محلی استخدام می‌کنند.

۲-۵ (نهادهای فنی و آموزشی: برای سازمانی که به دنبال کارجویان مدیریتی، فنی و تخصصی است، دانشکده‌ها و دانشگاه‌ها مهم‌ترین منبع به شمار می‌آیند. هنگامی که سازمان در جست‌وجوی کارمندان دفتری و خدماتی است، دبیرستان‌ها و آموزشگاه‌ها منابع کارآمدی هستند.

## روش‌های کارمندیابی

۱ (روش‌های جذب درون سازمانی

۱-۱ (اعلان شغل: از طریق نصب آگهی در تابلوهای اعلان سازمان، یک دعوت همگانی از کارکنان برای ارائه‌ی فرم درخواست، به عمل می‌آید. در متنی که در تابلوی اعلان‌ها نصب می‌شود، عنوان شغل، شماره پست سازمانی، پایه و رتبه، حقوق و مزایا، خلاصه‌ای از وظایف و مسئولیت‌های اصلی شغل و شرایط احراز شغل ذکر می‌گردد. این روش، فرصتی را برای رشد و پرورش و پیشرفت در اختیار کارکنان می‌گذارد.

۱-۲) معرفی کارجویان از سمت کارکنان: نوعی از آگهی‌های شفاهی که کارکنان را برمی‌انگیزد تا کارجویان ماهر و ورزیده را برای استخدام به سازمان معرفی کنند.

۲) روش‌های جذب برون‌سازمانی

۲-۱) (رادیو و تلویزیون: استفاده از آگهی‌های بازرگانی، اما این روش معمولاً بسیار پرهزینه است و به وجهی پایدار شرکت آسیب می‌رساند.

۲-۲) (آگهی روزنامه و مجله: یکی از مؤثرترین روش‌های اطلاع‌رسانی است. در آگهی معمولاً نوع نیروی موردنظر و مشخصاتی که او باید دارا باشد درج می‌شود. سطح ارائه‌ی آگهی و چگونگی آن، به نوع شغل موردنظر بستگی دارد. طرز نگارش آگهی باید صحیح و محتوای آگهی باید دقیق و بدون ابهام درج شود.

۲-۳) (تملک و ادغام: از این طریق می‌توان به شماری از کارکنان با مهارت‌های ارزنده دست پیدا کرد. تملک و ادغام، نیاز به جابه‌جایی کارکنان مازاد را پدید می‌آورد.

سازمان‌ها می‌توانند از راه فراهم آوردن فرصت‌های پیشرفت شغلی، درهم شکستن قالب‌های خشک شغلی و تبعیض‌آمیز، یاری دادن به جابه‌جایی محل کار و زمان‌بندی‌های منعطف برای کار، بر جاذبه و گسترده کردن دامنه‌ی مجموعه‌ی کارجویان بیفزایند.