

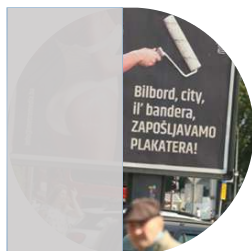
Regrutovanje kandidata za posao

PRIMJER 1 Kreativni bilbord

- ✓ Kome je namijenjena ova poruka?
- ✓ Ko bi se u njoj prepoznao kao poželjan kandidat?
- ✓ Kakvu sliku o organizaciji ova poruka gradi, čak i bez informacija o poslu?



PRIMJER 2 Provokativni oglas



- ✓ Da li je ovo dobar oglas – po kojim kriterijumima?
- ✓ Šta organizacija dobija ovakvim pristupom?
- ✓ Koje kandidate gubi?
- ✓ Da li je ovakav pristup dugoročno održiv?

PRIMJER 3 Zvanični javni oglas

- ✓ Da li se ovdje neko „poziva“ ili se nešto „objavljuje“?
- ✓ Kako se kandidat osjeća u ovom procesu?
- ✓ Šta je primarni cilj ovog oglasa?

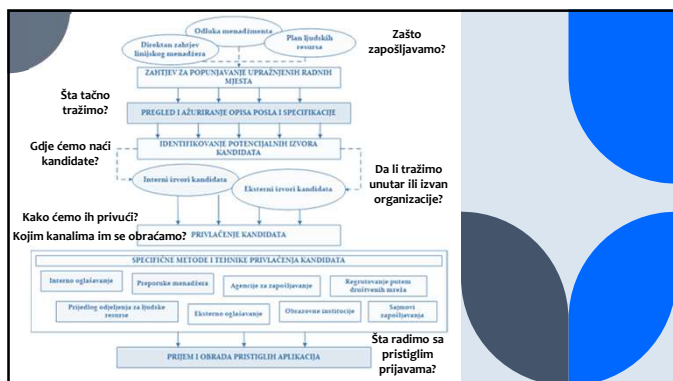
Sve ovo su oglasi za posao, ali su **poruka, ton i uloga kandidata** potpuno različiti.

ZAPAMTITE
Regrutovanje nije samo tehnički korak u zapošljavanju, već je to i **način komunikacije** između organizacije i potencijalnih zaposlenih.

OD ČEGA ZAVISI USPJEH REGRUTOVANJA?

Na šta organizacija može uticati, a na šta ne?

- Stopa nezaposlenosti **X**
- Konkurencija na tržištu rada **X**
- Zakonski okvir **X**
- Politika zapošljavanja organizacije **✓**
- Ugled / imidž organizacije **✓**
- Plata i uslovi rada **✓**
- Način oglašavanja **✓**
- Brzina i transparentnost procesa **✓**
- Atraktivnost posla **Djelimično**
- Dostupnost traženog profila **X**



TRADICIONALNI PROCES
Potreba → Oglas → prijave → selekcija

SAVREMENI PROCES
Privlačenje → baza kandidata → potreba → selekcija

Ako trenutno nema otvorenih radnih mjesta – kako se onda možete prijaviti?

Dva različita pristupa procesu regrutovanja

Racionalni (TRADICIONALNI) pristup regrutovanju

- ✓ Regrutovanje je reakcija na upražnjeno radno mjesto
- ✓ Proces je jednosmjerni – organizacija definiše svoju ponudu, kandidat se prilagođava
- ✓ U fokusu su opis posla i specifikacija izvršioaca
- ✓ Cilj je prikupiti dovoljan broj prijava
- ✓ Kandidat ima ograničenu pregovaračku moć
- ✓ Regrutovanje je tehnička i administrativna aktivnost

Procesni (SAVREMENI) pristup regrutovanju

- ✓ Regrutovanje je kontinuiran proces
- ✓ Proces je dvosmjerni – organizacija i kandidat biraju
- ✓ U fokusu su kompetencije, sposobnosti i uklapanje u organizaciju
- ✓ Cilj je privući odgovarajuće kandidate, ne samo veliki broj prijava
- ✓ Kandidat ima aktivnu ulogu u odlučivanju
- ✓ Regrutovanje je socijalni i komunikacijski proces

Izvori regrutovanja kandidata



Interne izvore regrutovanja čine potencijalni kandidati iz organizacije.

Eksterne izvore regrutovanja čine svi kandidati izvan organizacije. U pitanju su nezaposlena lica, ali i zaposleni u drugim organizacijama koji su zainteresovani za promjenu radnog mjesta.



Prednosti i nedostaci različitih izvora regrutovanja

Vaše mišljenje →



ZAPAMTITE: Ne postoji bolji ili lošiji izvor regrutovanja sam po sebi. Postoji samo primjeren ili neprimjeren izbor u datom kontekstu.

INTERNI IZVORI

Prednosti

- ✓ Kraće vrijeme popunjavanja radnog mjesta
- ✓ Niži troškovi regrutovanja
- ✓ Bolja informisanost o kandidatima
- ✓ Jačanje motivacije i osjećaja pravdnosti
- ✓ Manji rizik neusklađenosti s organizacionom kulturom

Nedostaci

- ✓ Ograničen izbor kandidata
- ✓ Rizik zatvorenosti i nedostatka novih ideja
- ✓ Moguće nezadovoljstvo zaposlenih koji nisu izabrani
- ✓ Popunjavanje jednog mjesta često stvara novo upražnjeno mjesto

EKSTERNI IZVORI

Prednosti

- ✓ Širi izbor potencijalnih kandidata
- ✓ Priliv novih znanja, iskustava i ideja
- ✓ Podrška organizacionim promjenama
- ✓ Lakše popunjavanje specifičnih ili rijetkih profila

Nedostaci

- ✓ Veći troškovi regrutovanja
- ✓ Duže vrijeme prilagodavanja novozaposlenih
- ✓ Veći rizik pogrešnog izbora
- ✓ Mogući negativni efekti na motivaciju postojećih zaposlenih

Na koji način tražimo kandidate unutar organizacije?

1. Organizacija (interni oglas)

Organizacija se obraća svim zaposlenima.

- ✓ formalno
- ✓ transparentno
- ✓ jednaki uslovi

2. Menadžeri (preporuke nadređenih)

Kandidat se prepoznaje „odozgo“.

- ✓ procjena radne uspješnosti
- ✓ poznavanje potencijala
- ✓ razvoj karijere

3. HR (inventar vještina)

Kandidat se prepoznaje na osnovu podataka.

- ✓ evidencije
- ✓ kompetencije
- ✓ razvojni potencijal

Koji od ova tri pristupa nosi najveći rizik subjektivnosti?

Metode i tehnike eksternog regrutovanja


Na koji način tražimo kandidate izvan organizacije?

- ✓ Oglašavanje
- ✓ Posrednici u zapošljavanju
- ✓ Sajmovi zapošljavanja i karijerni događaji
- ✓ Baze kandidata i otvorene prijave
- ✓ Profesionalne mreže i zajednice

ZAPAMTITE: Eksterno regrutovanje nije jedinstvena aktivnost, već skup različitih metoda koje se biraju u skladu s ciljanom grupom kandidata


EKSTERNO OGLAŠAVANJE podrazumjeva donošenje dvije odluke, koje se odnose na:

1. Sadržaj oglasa
2. Medij oglašavanja

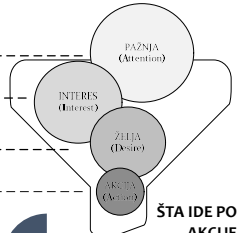


Po **TRADICIONALNOM PRISTUPU** tipičan sadržaj oglasa za posao čine informacije o:

- ✓ Organizaciji
- ✓ Poslu
- ✓ Zahtjevima posla
- ✓ Ponudi organizacije
- ✓ Načinu prijave za posao



Po **SAVREMENOM PRISTUPU** u kreiranju oglasa za posao koristi se marketinški alat pod nazivom **AIDA** model




Naslov oglasa mora zadržati pogled kandidata.

Kandidat treba početi da se identifikuje sa poslom „Ovo bi moglo biti zanimljivo za mene!“

Ovdje oglas prestaje biti informacija i postaje ponuda: „Ja želim ovaj posao!“

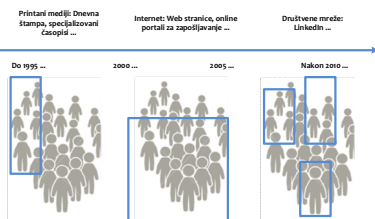
Kandidatu treba biti jasno šta da uradi ako želi posao.

ŠTA IDE POSLIJE AKCIJE?



<https://www.youtube.com/shorts/srHHUp4oEY>

Eksterno oglašavanje: Izbor medija



Gdje biste objavili oglas za posao?

1. RADNICA U LOKALNOJ PEKARI
2. PRIPRAVNIK U RAČUNOVODSTVU U PROIZVODNOM PREDUZEĆU
3. ADMINISTRATIVNI REFERENT U OPŠTINSKOJ UPRAVI
4. SENIOR SOFTWARE DEVELOPER

Da li biste za sva ova radna mjesta koristili isti medij oglašavanja?

Koja je osnovna logika izbora medija oglašavanja?

- ✓ Različite grupe kandidata koriste različite kanale
- ✓ Medij oglašavanja mora odgovarati profilu kandidata
- ✓ Što je profil stručniji i rjeđi, to su mediji specijalizovaniji



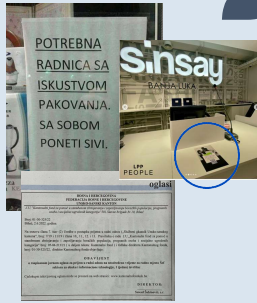
Nedigitalni mediji (prometna mjesta, radio, TV, dnevne novine)

Prednosti

- ✓ dopiru do kandidata koji nisu aktivni na internetu
- ✓ pogodni za lokalna radna mjesta
- ✓ mogu brzo privući pažnju velikog broja ljudi

Nedostaci

- ✓ ograničene informacije u oglasu
- ✓ teže je pratiti efekat oglasa
- ✓ često su skuplji u odnosu na digitalne kanale



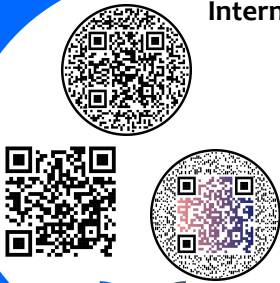
Internet stranica kompanije

Prednosti

- ✓ direktan kontakt kandidata sa poslodavcem
- ✓ jača imidž i brend poslodavca
- ✓ kandidati dobijaju dodatne informacije o organizaciji
- ✓ prijave se mogu lako integrisati u HR sistem

Nedostaci

- ✓ ograničen domet (vide je samo kandidati koji već poznaju kompaniju)
- ✓ slabije dopire do pasivnih kandidata
- ✓ potrebno je dodatno promovisati oglas drugim kanalima



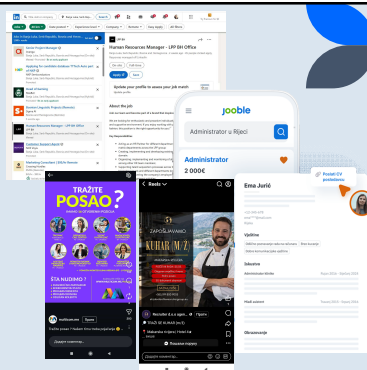
LinkedIn i druge društvene mreže

Prednosti

- ✓ veoma širok domet kandidata
- ✓ mogućnost ciljanja određenih profesionalnih profila
- ✓ pogodno za specijalizovane i stručne pozicije
- ✓ omogućava direktan kontakt sa kandidatima

Nedostaci

- ✓ veliki broj prijava različitog kvaliteta
- ✓ zahtijeva aktivno upravljanje profilom i komunikacijom
- ✓ manje pogodno za niže kvalifikovane poslove



POSREDNIČKE USLUGE U REGRUTOVANJU

Posredničke organizacije omogućavaju organizacijama brži pristup kandidatima i smanjuju troškove pretraživanja tržišta rada, posebno kada je riječ o specifičnim ili teško dostupnim profilima zaposlenih.

Osnovni oblici posrednika:

1. Javne službe za zapošljavanje
2. Privatne agencije za zapošljavanje
3. Specijalizovane agencije za zapošljavanje



JAVNI POSREDNICI



PRIVATNI POSREDNICI

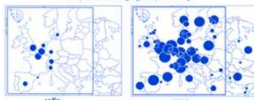


Specijalizovane agencije za zapošljavanje - HEADHUNTERS

- ✓ Aktivno pronalaženje i kontaktiranje potencijalnih kandidata
- ✓ Kandidati se identifikuju na osnovu iskustva, kompetencija i profesionalne reputacije
- ✓ Koristi se za visokokvalifikovane, stručne i menadžerske pozicije
- ✓ Omogućava pristup kandidatima koji nisu aktivno u potrazi za poslom

LOVCI NA
TALENTE U
BIH
Da li to postoji
ili ne?

Broj headhunting agencija u Evropi



JOŠ NEKOLIKO NAČINA REGRUTOVANJA:

- ✓ Obrazovne institucije
- ✓ Sajmovi zapošljavanja
- ✓ Preporuke postojećih zaposlenih



Interesantan primjer iz naše regije: VIRTUELNI SAJAM ZAPOSŁJAVANJA

<https://regionalnisajamposlova.com/ba/>

