UTILZAREA PRACTICILOR MODERNE DE RECRUTARE ŞI SELECŢIE A PERSONALULUI ÎN FIRMELE AUTOHTONE

Carina ŢURCANU

CZU: 331.108.3:334.71 carina.luca05@gmail.com

The purpose of the research is to analyze the recruitment and selection methods used in the Republic of Moldova, as well as how these are aligned with emerging new technologies. By identifying the factors influencing the decision of local companies to adopt these modern practices, the paper aims to provide a valuable perspective on ways firms can improve talent attraction and retention in a dynamic and increasingly competitive market.

Un proces de recrutare eficient trebuie să înceapă de la definirea profilului ideal a unui candidat, stabilirea strategiei de recrutare și adaptarea acesteia în funcție de indicatorii de eficiență a recrutării. Edwin Pollin definește procesul de recrutare ca ” procesul de căutare a potențialilor angajați și de încurajare a acestora să aplice pentru posturile disponibile în cadrul organizației. [1, p. 7] Odată cu recepționarea primului CV la poziția vacantă deschisă, demarează procesul de selecție. Selecția presupune sortarea candidaților interesați de un anumit job și identificarea persoanelor care se potrivesc cel mai bine cu profilul poziției deschise [3, p. 78]. Recrutarea outsourcing este o practică în care o organizație externalizează total sau parțial procesele de recrutare și selecție a personalului către o altă entitate specializată, numită furnizor de servicii de recrutare (sau agenție de recrutare) [2, p. 162]. Recrutarea outsourcing este o practică în care o organizație externalizează total sau parțial procesele de recrutare și selecție a personalului către o altă entitate specializată, numită furnizor de servicii de recrutare (sau agenție de recrutare). Pentru cercetarea acestui subiect a fost realizat un sondaj de opinii, creat de către agenția Magenta Consulting. La acest sondaj au participat 20 de companii autohtone și au fost obținute următoarele rezultate:

- ✓ 9 din 20 companii planifică să-și extindă activitatea pe mai multe sectoare, pe mai multe țări;
- ✓ 17 din 20 companii lucrează într-o limbă străină, preponderent – engleza;
- ✓ în 17 din 20 companii angajații care prestează serviciile outsourcing sunt cuprinși între vârstele 20-30 ani (relativ generația Y și Z);
- ✓ în primele 6 luni ale anului 2023, în 7 din 20 companii numărul de angajați a crescut;
- ✓ 10 din 20 de companii outsourcing planifică pentru noul an de gestiune noi angajări.

DAD Human Capital fiind o companie de prestare a serviciilor de recrutare, deține procese diverse și variate pentru procesul de recrutare. Procesul de recrutare se finalizează cu angajarea candidatului înaintat către client. Compania se angajează să ofere o

perioadă de garanție de 3 luni. În urma realizării analizei SWOT la sistemul de recrutare DAD, se poate constanta că compania întâmpină următoarele dificultăți care o plasează în dezavantaj concurențial. Unul dintre ele ar fi lipsa unui brand de angajator solid. Crearea unui landing page atractiv și funcțional pentru promovarea pozițiilor vacante ale companiei DAD Human Capital. Monitorizarea și ajustarea constantă a indicatorilor scontați vor contribui la succesul proiectului și la atingerea obiectivelor propuse. Din data 31 ianuarie până în data 15 martie 2024 pagina job.dad.md a fost accesat de circa 3525 persoane, fapt apreciat pozitiv pentru activitatea paginii și pentru rezultatele proiectului. Proiectul a prezentat următoarele rezultate vis-a-vis de cele așteptate

Tabelul 1

Rezultatele obținute ale proiectului job.dad.md

Nr. ord	Rezultatul așteptat	Indicatori de performanță	Rezultatul obținut
1	Sporirea numărului de aplicări de CV-uri	Numărul de CV-uri aplicate direct din job.dad.md ca și sursă de recrutare	De la lansarea proiectului din job.dad.md au fost recepționate 55 CV-uri diferite de cele din alte platforme de recrutare
2	Rată de conversie de 3 % pentru primul trimestru	Numărul de aplicări de CV-uri din totalul vizualizărilor, de exemplu, din 100 vizualizări fiecare al 3 candidat să aplice CV-ul pentru primul trimestru	Rata de conversie obținută este de 2,55 %
3	Identificarea performerilor și sporirea ratei de succes de închidere a pozițiilor vacante	Închiderea a minim 2 poziții lunar cu candidații veniți din job.dad.md	În luna martie departamentul de recrutare a închis 3 poziții din job.dad.md - contabil junior; - specialist customer support - marketer
4	Sporirea numărului de vizualizări ale site-ului și creșterea brandului de angajator	Obținerea în prima săptămână a 1000 de vizualizări ale site-ului din sponsorizare.	În 7 zile au fost obținute 1284 vizualizări

Sursa: Elaborat de autor

Crearea paginii job.dad.md a fost planificată pentru perioada 15 decembrie – 30 ianuarie, cu un buget de 15 115 lei. Echipa responsabilă este creată din angajații companiei, expert recrutare, asistent recrutare și expertul IT. În acest context, se poate

conchide că proiectul job.dad.md a prezentat eficienţa aşteptată, iar în unele locuri a depăşit-o. Cei mai importanţi indicatori de eficienţă pentru cele 2 direcţii setate în scopul paginii – employer branding şi instrument de recrutare, sunt:

1. Numărul de vizualizări total şi în primele 7 zile de sponsorizare – 3525 vizualizări din 31 ianuarie – 15 martie, în primele 7 zile, vizualizările au depăşit targhetul setat cu circa 28 puncte procentuale, fapt apreciat pozitiv pentru proiect şi companie. În acest sens compania devine mai vizibilă pe piaţă, îşi întăreşte brandul de angajator şi devine recunoscută ca o agenţie de recrutare. Aceşti indicatori ne prezintă că obiectivul de sporire a brandului de angajator va fi atins.
2. Numărul de poziţii închise cu candidaţi din job.dad.md a depăşit targhetul setat pentru luna martie, 2 candidaţi lunar, job.dad.md în martie i-a adus echipei de recrutare 3 persoane performere cu care s-a închis procesul de recrutare extern, generându-se astfel şi rezultate financiare favorabile pentru companie. Acest indicator prezintă că job.dad.md poate atinge obiectivul de a aduce performeri în companie şi clienţilor acesteia.

În concluzie, proiectul de creare a paginii web dedicate recrutării a reprezentat o investiţie de succes pentru organizaţie. Pe lângă aceste aspecte tangibile, impactul asupra culturii organizaţionale a fost unul semnificativ. Angajaţii existenţi au fost implicaţi în dezvoltarea şi promovarea paginii web de recrutare, ceea ce a consolidat spiritul de echipă şi angajamentul faţă de valorile companiei. Acest aspect a contribuit la creşterea satisfacţiei angajaţilor şi la reducerea ratei de turnover.

Referinţe:

1. ARTHUR, D. *Recruiting, Interviewing, Selecting & Orienting new employees,* Fourth Edition, Amacom, San Francisco, 2010, p. 5-73, ISBN 0814408613;
2. CHRAIF, M., ANIŢEI, M. *Metoda interviului în psihologia organizaţională şi a resurselor umane*, Bucureşti: Polirom, 2011, p.125-200, ISBN 9789734613441;
3. IOANNIS, N., OSTROM, J. *Employee recruitment, selection, and assessment*, Psychology Press, London, 2015, p. 27-43, ISBN 978113882325;
4. КОЖЕВНИКОВА, Т. *HR как он есть*, Эксмо, Москва, 2023, p. 100-132, ISBN 9785041814168;

Recomandat
***Marian JALENCU,** dr., conf. univ.*