**Jak obniżyć koszty rekrutacji? 6 sposobów**

**Obecnie, kiedy stopa bezrobocia w Polsce wynosi zaledwie 5,7% (dane za wrzesień 2018), pozyskanie wykwalifikowanych pracowników staje się coraz trudniejsze, a co za tym idzie, rosną wydatki przedsiębiorstw związane z rekrutacjami. Tym bardziej warto się zastanowić, jak obniżyć koszty pozyskiwania pracowników.**

Koszt rekrutacji pracownika wynosi średnio ok. 3-4 tysięcy złotych, przy czym kwota ta odnosi się jedynie do podstawowych wydatków, takich jak ogłoszenia o pracę, czy też czas pracowników lub headhunterów przeznaczony na analizę CV i rozmowy kwalifikacyjne. Jeśli jednak weźmiemy pod uwagę także czas pracy przeznaczony przez innych pracowników na wprowadzanie i przyuczenie wybranego kandydata, wynagrodzenie za czas, w którym „nowy” będzie dopiero poznawał swoje obowiązki oraz inne koszty pośrednie, okaże się, że cały proces od pozyskania do pewnego wdrożenia pracownika może pochłonąć nawet kilkadziesiąt tysięcy złotych. Jeszcze więcej może kosztować rekrutacja nieudana, tzn. zakończona zwolnieniem lub rezygnacją ze stanowiska osoby, które przeszła już wszystkie etapy, po czym okazało się, że jednak nie nadaje się na dane stanowisko.

W ostatnich latach wydatki związane z rekrutacjami wyraźnie wzrosły, na co wpływ miało wiele czynników – od zmniejszającego się bezrobocia, przez wynikające z tego większe rotacje (pracownik ma poczucie łatwiejszej zmiany pracodawcy), po emigrację zarobkową na Zachód. Duży odpływ wykwalifikowanych pracowników oznacza także, że brakuje kandydatów o odpowiednich kompetencjach – trzeba ich szukać dłużej, obiecywać wyższe wynagrodzenie lub zatrudniać osoby, które będzie trzeba dopiero przygotować do wykonywania zawodu. W efekcie, procesy rekrutacyjne trwają dłużej, a pracownicy częściej odchodzą, co wymusza kolejne rekrutacje.

W jaki sposób można obniżyć koszty rekrutacji? Możliwości jest wiele – od bardzo prostych, pozwalających zaoszczędzić na ogłoszeniach, po bardzo złożone, wymagające czasem poważnych zmian organizacyjnych. Poniżej przedstawiamy kilka rozwiązań.

1.

 **Ogłaszaj się za darmo**

Gdy firma potrzebuje pracownika, zazwyczaj zamieszcza ogłoszenie w specjalistycznych portalach internetowych z ofertami. Gdy koszt standardowego ogłoszenia wynosi od 300 do 600 zł, a firma potrzebuje kandydatów na różne stanowiska, wówczas nawet ceny ogłoszeń mają wyraźny wpływ na ogólne koszty rekrutacji.

Warto wtedy wiedzieć, że istnieją również portale takie jak Jober.pl, w których pracodawcy mogą zamieszczać oferty pracy za darmo. Na im więcej stanowisk rocznie rekrutuje dana firma, tym większe oszczędności przyniesie wybór takich portali, które oferują bezpłatne ogłoszenia o pracę.

**Ujawniaj wysokość wynagrodzenia**

Choć to wciąż mało popularne, to jednak pracodawcom opłaca się podawanie w ogłoszeniach orientacyjnego wynagrodzenia za pracę na danym stanowisku.

- Dzięki temu firma nie traci czasu i pieniędzy na analizowanie CV oraz spotkania z tymi kandydatami, którzy na pewno nie będą zainteresowani pracą ze względu na oferowane wynagrodzenie. Niektóre portale umożliwiają dodanie informacji o wysokości wynagrodzenia, a gdy pracodawca poda takie dane, wówczas wiadomość ta jest widoczna od razu na liście ofert – mówi Patrycja Łąkowska z portalu Jober.pl. – Praktyka pokazuje, że ogłoszenia zawierające informacje na temat wynagrodzeń, wzbudzają większe zainteresowanie kandydatów – podkreśla.

**Awansuj pracowników**

Ogłoszenie to niejedyny sposób na pozyskanie wartościowych pracowników. Warto sprawdzić, czy najlepszych kandydatów nie mamy już w firmie! Może się okazać, że zamiast uruchamiać kosztowną rekrutację na specjalistyczne stanowisko, lepiej wybrać osobę, która już zna firmę i którą wystarczy przyuczyć do nowej roli. Natomiast na jej miejsce można poszukać osoby o niższych kwalifikacjach, co okaże się zarówno łatwiejsze, jak i tańsze.

**Proś o polecenia**

W Polsce osoby szukające pracy w pierwszej kolejności kierują się ku swoim znajomym, mając nadzieję, że to oni pomogą w znalezieniu nowego zatrudnienia. Warto więc skorzystać z rekomendacji własnych pracowników. Może się okazać, że ktoś wskaże nam osobę, która jest świetnym specjalistą i właśnie odchodzi z dotychczasowej pracy. Wówczas firma ma szansę złożyć jej propozycję jeszcze zanim konkurenci dowiedzą się o nowym pożądanym kandydacie na rynku pracy.

W dużych przedsiębiorstwach z powodzeniem funkcjonują zorganizowane systemy poleceń pracowniczych, w których przyprowadzenie wartościowego pracownika skutkuje wynagrodzeniem dla osoby polecającej. Akcję tego typu przeprowadziła nawet popularna w Polsce sieć dyskontów spożywczych, której pracownicy mieli szansę otrzymania 1000 zł za każdego poleconego kandydata, który zostanie zatrudniony.

Tego typu programy na stałe funkcjonują w firmach informatycznych, logistycznych i energetycznych, gdzie polecenie specjalisty jest premiowane znacznie wyższymi kwotami (w ten sposób polecający może zarobić nawet 10 tys. zł). A jednak, dla pracodawców i tak programy tego typu okazują się opłacalne, ponieważ pozwalają zaoszczędzić znacznie więcej niż trzeba by było wydać na czasochłonne i kosztowne rekrutacje.

**Szukaj w portalach społecznościowych**

Coraz popularniejszym sposobem na pozyskiwanie nowych pracowników może być korzystanie z portali społecznościowych, takich jak Facebook lub LinkedIn. Pierwszy z nich pozwala poznać zainteresowania potencjalnych kandydatów, a także dowiedzieć się, co i w jaki sposób publikują lub udostępniają. Nie da się ukryć, że przejrzenie informacji, które wybrane osoby same udostępniają publicznie, może czasem pozwolić firmie uniknąć poważnych problemów wizerunkowych (np. gdy kandydat do pracy publikuje treści rasistowskie, agresywne lub choćby wyrażające lekceważący stosunek do pracy).

Nieco inaczej jest w przypadku LinkedIn – portal ten pozwala dotrzeć do właściwych kandydatów i poznać nie tylko ich poglądy i sposób komunikacji, ale również dorobek zawodowy. Korzystając z zaawansowanych (niestety płatnych) funkcji tego serwisu, możemy odnaleźć osoby, które spełniają bardzo ściśle określone kryteria.

**Dbaj o obecnych pracowników**

Bardzo często pracodawcy zapominają o tym, że na koszty związane z rekrutacjami istotny wpływ mają także odejścia pracowników. Badania przeprowadzane przez takie firmy jak PwC czy Sedlak & Sedlak pokazują, że koszt zastąpienia odchodzącego pracownika przez nową osobę wynosi tyle, co równowartość jego rocznego wynagrodzenia.

Dlatego pracodawca najwięcej zaoszczędzi na rekrutacjach wtedy, jeśli uda mu się jak najdłużej związać z firmą obecnych pracowników. To z kolei wymaga dbałości o odpowiedni poziom wynagrodzeń, motywującego oraz powiązanego z wynikami systemu premiowania, a także przejrzystej komunikacji (m.in. po to, by pracownik wiedział nie tylko co ma robić, ale też rozumiał dlaczego). Ważna jest również atmosfera w pracy i relacje między podwładnymi i przełożonymi, wciąż bowiem aktualne pozostaje powiedzenie, że pracownik przychodzi do firmy, ale odchodzi od szefa.

**Wszystko razem**

Można powiedzieć, że najlepszym sposobem na obniżenie kosztów rekrutacji jest… zmniejszenie ich liczby. Aby było to możliwe, konieczne jest szanowanie obecnych pracowników, dbanie o ich rozwój, a zarazem o dobrą atmosferę w pracy. A gdy dany pracownik zdobędzie już duże doświadczenie, warto awansować go na wyższe stanowisko.

Jeśli odejścia z firmy będą rzadkością, niższe będą koszty wakatów i związanych z nimi zastępstw. Wówczas nowe oferty pracy będą dotyczyły przede wszystkim niższych stanowisk, na które łatwiej pozyskać odpowiednich pracowników. Do tego celu można wykorzystać darmowe portale ogłoszeniowe (np. Jober.pl) oraz media społecznościowe (LinkedIn, Facebook).

Wszystkie te możliwości zastosowane razem, mogą przynieść bardzo korzystne efekty, w tym spore oszczędności.

Źródło: [Jober](https://www.jober.pl/)