

# KC'S LEARNING CAFÉ

NEVER STOP GROWING...



KC Myanmar ၏ ဆောင်းပါးများ

အမှတ်စဉ် (၇)

“Talent Acquisition အကြောင်း”

Human Resource Management မှာ အရေးကြီးတဲ့လုပ်ငန်းကိစ္စတစ်ခုဖြစ်တဲ့ Talent Acquisition အကြောင်းအရာကိုစပြီးတော့ ပြောပြချင်ပါတယ်။ တစ်ချို့လူတွေကတော့ recruitment လို့ခေါ်ဝေါ် အသုံးပြု တတ်ကြပါတယ်။ ဒီစာအုပ်မှာတော့ Talent Acquisition ဆိုတဲ့ အသုံးအနှုန်းကိုပဲ ဆက်ပြီး တော့ အသုံးပြု သွားချင်ပါတယ်။ ဘာလို့လဲဆိုတော့ ဒီစကားလုံးလေးမှာ အဓိပ္ပါယ် (၂) မျိုးပါဝင်နေပါတယ်။ ကိုယ့်လုပ်ငန်း အတွက်သင့်တော်မယ့်လူတွေကို ဘယ်လိုမျိုးဆွဲဆောင်ရမလဲ ဆိုတာရယ်၊ နောက်လာမယ့် ဆောင်းပါးမှာ ပြောပြမယ့် ကိုယ့်ဆီမှာ အလုပ်လာလျှောက်ကြတဲ့သူတွေအထဲက အသင့် တော်ဆုံးသူကို ဘယ်လိုမျိုးရွေးချယ် ရမလဲဆိုတာပဲဖြစ်ပါတယ်။ ဒီအကြောင်းအရာ (၂) ခုက မတူညီတဲ့ အကြောင်းအရာတွေဖြစ်ပါတယ်။ ပထမ တစ်ခုက ကိုယ့်လုပ်ငန်းရဲ့အလုပ်လျှောက်ချင်တဲ့သူတွေက စိတ်ဝင်တစားနဲ့ ရောက်လာကြဖို့ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီကိစ္စ ဟာ အကြပ်အတည်းကို ဖြစ်စေမယ့် လုပ်ငန်းတာ ဝန် (Bottleneck Function) တွေရှိတဲ့ လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်း တွေအတွက် တကယ်ကိုပဲ ခက်ခဲလှတဲ့ ကိစ္စဖြစ်ပါတယ်။

အခုဒီ Talent Acquisition အကြောင်းကိုရှင်းပြတဲ့ အခါမှာ အောက်ပါဖော်ပြထားတဲ့ မေးခွန်း (၄) ခုနဲ့ ရှင်းပြ ပေးပါမယ်။

- ၁။ ဝန်ထမ်းများကို ရှာဖွေခန့်ထားတဲ့ အခါမှာ အသုံးပြုတဲ့ လုပ်ရိုးလုပ်စဉ် သမားရိုးကျ နည်းလမ်း (Traditional Approach) ကဘယ်လိုပုံစံမျိုးလဲ။
- ၂။ Employer Brand တစ်ခုကို တည်ဆောက်ခြင်းအားဖြင့် ကုမ္ပဏီတစ်ခုက သူ့ကိုယ်သူ ဘယ်လိုမျိုး နေရာယူ ကာရပ်တည်နေရမလဲ။
- ၃။ အလုပ်ကိုအပူတပြင်းလိုက်ရှာဖွေနေခြင်းမရှိသူများ (Passive Candidates) ကို ရှာဖွေချဉ်းကပ်ဖို့ ဘယ်လို တက်ကြွစွာရှာဖွေရမယ့်နည်းလမ်းတွေ (Active Search Strategies) က ကုမ္ပဏီတွေကို အထောက်အကူ ပြုနိုင်မလဲ။
- ၄။ အလားအလာရှိပြီးထူးချွန်တဲ့အလုပ်လျှောက်လာတဲ့သူတွေ (promising and talented candidates) တွေကို ကုမ္ပဏီတွေက ရအောင် ခန့်ထားနိုင်ဖို့ လုပ်ရမလဲ။

## လုပ်ရိုးလုပ်စဉ်သမားရိုးကျနည်းလမ်း (Traditional Approach)

ပထမဦးဆုံးဝန်ထမ်းများကို ရှာဖွေခန့်ထားတဲ့ အခါမှာ အသုံးပြုတဲ့ လုပ်ရိုးလုပ်စဉ်သမားရိုးကျနည်းလမ်း (Traditional Approach) တွေအကြောင်းကနေစပြီးပြောပြချင်ပါတယ်။ ဒီအကြောင်းကိုအသေးစိတ်မပြောသေးခင် လစ်လပ်နေတဲ့ ရာထူးနေရာတွေကို လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းအတွင်းက လူတွေနဲ့ပဲ ပြန်လည် ခန့်ထားခြင်း (Internal Hiring) နဲ့ လုပ်ငန်းပြင်ပမှ လူတွေကိုရှာဖွေခန့်ထားခြင်း (External Hiring) ဆိုတဲ့ နည်းလမ်း (၂) မျိုးကို ရှင်းပြချင်ပါတယ်။ ၎င်း နည်းလမ်း (၂) မျိုးမှာ အားနည်းချက်တွေ နဲ့ အားသာချက်တွေကိုယ်စီ ရှိနေကြပါတယ်။ ဘယ်နည်းလမ်းက ပိုကောင်းတယ်ဆိုပြီးတော့ ပြောဖို့ခက်ပါ တယ်။

	Internal Hiring	External Hiring
<b>+</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Risk နည်းပါး</li> <li>• အချိန်အနည်းငယ်ပဲလိုတယ်</li> <li>• ကုန်ကျစရိတ်နည်းတယ်</li> <li>• အတွင်းမှာပြိုင်ဆိုင်စေတယ်</li> <li>• ပေါင်းစပ်လုပ်လို့မြန်တယ်</li> <li>• တိုးတက်စေဖို့အခွင့်အလမ်း</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• အတွေးသစ်၊ အမြင်သစ်တွေယူလာ</li> <li>• Training အရမ်းပေးဖို့မလို</li> <li>• ပြိုင်ဘက်တွေအကြောင်းပိုသိ</li> <li>• ရွေးချယ်စရာပိုများ</li> </ul>
<b>-</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ရွေးချယ်စရာနည်းတယ်</li> <li>• Training စားရိတ်ပိုများ</li> <li>• အတွင်းဝန်ထမ်းတွေစိတ်ပျက်</li> <li>• မန်နေဂျာများအကြားပဋိပက္ခ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ကုန်ကျစရိတ်များ</li> <li>• ပိုပြီးပေါင်းစပ်ဖို့လုပ်ရ</li> <li>• Recruiting risk ပိုများ</li> <li>• အလုပ်ထွက်သူပိုများ</li> </ul>

အတွင်းကလူတွေနဲ့ပဲ ပြန်လည် ခန့်ထားခြင်းနဲ့ လုပ်ငန်းပြင်ပမှ လူတွေကိုရှာဖွေခန့်ထားခြင်း

### Job Ads

ဝန်ထမ်းများကို ရှာဖွေခန့်ထားတဲ့ အခါမှာ အသုံးပြုတဲ့ လုပ်ရိုးလုပ်စဉ်သမားရိုးကျနည်းလမ်းတစ်ခု ကတော့ Job Ads လို့ခေါ်တဲ့ အလုပ်ခေါ်တဲ့ ကြော်ငြာတွေကို ကြော်ငြာတာပဲဖြစ်ပါတယ်။ အခုအောက် မှာမြင်ရတဲ့ပုံကတော့ အလုပ်ခေါ်တဲ့ ကြော်ငြာနမူနာတစ်ခုဖြစ်ပါတယ်။ လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းတွေမှာ ရာထူးလစ်လပ်မှုတွေရှိတဲ့အခါ မှာ ဒီလိုမျိုး ကြော်ငြာတွေ ပြင်ဆင်ကာ ကြော်ငြာတတ်ကြပါတယ်။

**telenor group** Join our global team Sign In Search for Jobs Introduce Yourself

provide our customers with the power of digital communication, enabling them to improve their lives, build societies and secure a better future for all. Digitalization and connectivity will be fundamental tools for Myanmar's post-pandemic economic recovery. 2020 proved that digitalization can happen broadly and rapidly, now we need to make it inclusive and sustainable. Telenor Myanmar is moving digital-first into the future and seeks the best minds in Myanmar to help fuel this evolution.

**Assistant Manager/Manager, Business Controller**  
**Job Purpose**  
 Direct reporting to Head of Business Performance and work as a finance controller to provide support to function users and business performance team to verify finance related transactions and to ensure all finance procedures and governance processes are implemented and followed by all business users across the departments.

**Principal Accountabilities:**

- Support in region cost controlling, budget approval and verification of channel partners settlement and ensure accurate recognition of expenses.
- Work closely with Business performance team and support cross functional user teams and handle on-going operational and business issues.
- Assist business performance team in quarterly forecasting and month closing processes and prepare monthly reporting data, analysis, and insights for finance business performance review.
- Partnering with Finance and other cross functional teams to support new projects by providing guidance, controls and assessments from Finance and Accounting perspective.
- Carried out business performance and cost analysis, identifying trends, highlighting areas of inconsistency together with recommendations for improvements.
- Support in implementing financial policies & procedures, creating awareness on financial governance & controls and identify process improvement opportunities.
- Be accountable and willing to do for ad-hoc tasks/ projects as assigned from immediate superior level.

**Required Qualifications & Experience:**

- Bachelor's degree in finance and Accounting or related professional certificate.
- Minimum 3-5 years of working experience in accounting and finance, preferably in a MNC.
- Advanced computer skills on MS Office, accounting software and databases.

**Telenor, digi, dtac, Grameenphone and Canal Digital are all part of Telenor Group. Together, we connect around 200 million people worldwide through digital experiences. Our 33,000 employees across the world provide people with the ability to connect with what they care about, at all times and in all places.**

**Suggested Jobs**  
 Senior Manager, Business Controller (Revenue)  
 Posted 19 Days Ago | MM-Telenor Myanmar Office-Yangon

### အလုပ်ခေါ်ကြော်ငြာနမူနာ

လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းတွေက သူတို့ရဲ့ အလုပ်ခေါ်တဲ့ကြော်ငြာတွေကို ဘယ်လိုနေရာတွေမှာ ကြော်ငြာ တတ်ကြပါသလဲ။ သတင်းစာများ၊ လူမှုကွန်ယက် website များစသဖြင့် နေရာအတော်များများ ကြော်ငြာကိုတင်လို့ ရနိုင်ပါတယ်။ ဒါပေမယ့် ကုမ္ပဏီတွေအတွက် ကြော်ငြာတင်သင့်တဲ့ အရေးပါဆုံး နေရာတွေကတော့ သူတို့ရဲ့ ကိုယ်ပိုင် Career Website တွေဖြစ်ပါတယ်။ ဒါအပြင် JobNet တို့၊ myJobs စတဲ့ Job Board တွေမှာလည်း တင်လေ့ရှိကြပါတယ်။ ဒီနေရာတွေကိုတော့ ဒီမှာ အသေးစိတ်မဆွေးနွေး တော့ပါဘူး။ ဒါပေမယ့် အလုပ်ခေါ်တဲ့ ကြော်ငြာတစ်ခုမှာ ဘယ်လိုအစိတ်အပိုင်းတွေ ပါဝင်တတ်သလဲ ဆိုတာကိုတော့ အနည်းငယ်ပြောပြချင်ပါတယ်။

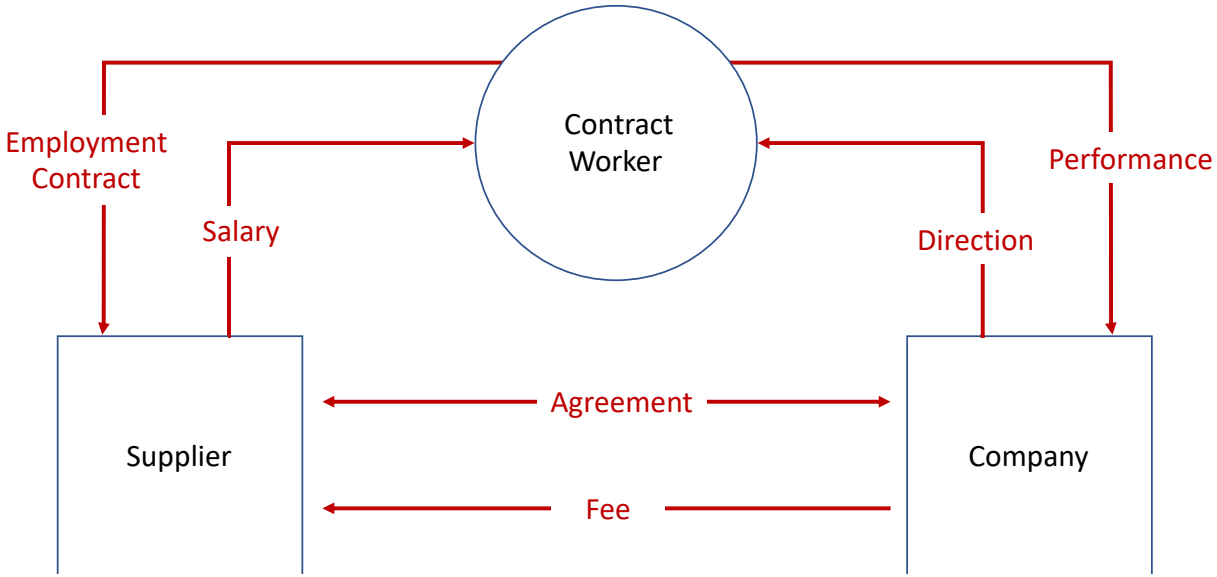
ပထမဆုံးပြောပြချင်တဲ့ အစိတ်အပိုင်းကတော့ Employee Value Proposition ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီအကြောင်းတွေကို နောက်လာမယ့်ဆောင်းပါးမှာ အသေးစိတ်ပြောပေးပါမယ်။ ဒါပေမယ့် ဒီမှာအဓိက ပြောပြချင်တာက အဲဒီအရာဟာ ကတိပြုထားခြင်း (promise) တစ်ခုပါပဲ။ ဥပမာ - Telenor ရဲ့ ကြော်ငြာမှာ ကြည့်မယ်ဆိုရင် "Our 33,000 employees across the world provide people with the ability to connect with what they care about, at all times and in all places." ဆိုတာကို တွေ့ရပါလိမ့်။ ကျွန်တော်တို့သာ Telenor မှာ အလုပ်လုပ်မယ်ဆိုလျှင် လူတွေကို သူတို့ ဂရုစိုက်တဲ့သူ တွေနဲ့ အမြဲတမ်းဆက်သွယ်နိုင်အောင်လုပ်ပေးနေတဲ့ သူတွေဖြစ်ကြပါလိမ့်မယ်ဆိုပြီး ပြောထားတာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒါဟာ ကတိပြုထားခြင်း (promise) ပါပဲ။

နောက်ထပ်တွေ့နိုင်တဲ့ အစိတ်အပိုင်းတွေကတော့ Job Tile, Job ID စတာတွေဖြစ်ပါတယ်။ ဒီနေရာမှာ မေးချင်တာတစ်ခုရှိပါတယ်။ ဘာလို့ လူမှုကွန်ယက်တွေရဲ့ link ကို အလုပ်ခေါ်တဲ့ကြော်ငြာတွေမှာ ဖော်ပြကြတာလဲ။ အဓိကအကြောင်းရင်းကတော့ လူတွေဟာ ဒီအလုပ်ကြော်ငြာကိုတွေ့တဲ့အခါ သဘောကျလျှင် သူတို့ရဲ့ network မှာ share တာမျိုးတွေ လုပ်နိုင်ကြဖို့ဖြစ်ပါတယ်။ အဓိက ကတော့ လူတွေအကြားထဲ ပျံ့နှံ့သွားစေဖို့ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။

နောက်ထပ်တွေ့နိုင်တာက Task & Responsibilities, Requirements, Education, Competencies စတာတွေ ဖြစ်ပါတယ်။ အချို့ကုမ္ပဏီတွေက Attractive Aspect ဆိုတဲ့ ဒီအလုပ်ရာထူးရဲ့ စိတ်ဝင်စားဖို့ ကောင်းတဲ့အချက်တွေဆိုပြီး ထည့်သွင်းတတ်ကြပါတယ်။ ဘာလို့ဒီအလုပ်က လျှောက်ဖို့ကောင်းတာလဲ ဆိုတာကိုဖော်ပြချင်တာဖြစ်ပါတယ်။ ကုမ္ပဏီအတော်များများက သူတို့ရဲ့ အလုပ်ခေါ်တဲ့ကြော်ငြာမှာ requirement တွေထည့်လေ့ရှိပါတယ်။ ဒီအလုပ်ကို လျှောက်တဲ့သူမှာ ရှိရမယ့် အချက်တွေပေါ့။ လူတွေက ကြော်ငြာကိုကြည့်၊ လိုအပ်ချက်တွေကိုကြည့်မယ်၊ စိတ်ဝင်စားတယ် ကိုက်ညီတယ်ဆို လျှောက်ကြမယ်ပေါ့။ ကုမ္ပဏီအတော်များများက လူတွေဟာ အလုပ်ခေါ်ကြော်ငြာကိုတွေ့လျှင်လျှောက် ကြလိမ့်လို့တွက်ထားကြတယ်။ သူတို့ကုမ္ပဏီမှာ လူတွေက အလုပ်လုပ်ချင်ကြတယ်လို့ ထင်ထား ကြပါတယ်။ တကယ်တမ်းမှာ အဲဒီ အချက်က သိပ်မကျိန်းသေလှပါဘူး။ အခုလို Talent Shortage ရှိတဲ့ကာလမျိုးမှာ ကိုယ့်ကုမ္ပဏီအတွက် သင့်တော်တဲ့သူတွေဟာ ရှားပါလှပါတယ်။ အခုလို လိုအပ်ချက် တွေကို ထည့်သွင်းမယ့်အစား ဘာလို့က စိတ်ဝင်စားဖို့ကောင်းသလဲဆိုတာကို အဓိကထားပြီး ရေးတတ်လာကြပါတယ်။ ဒီအကြောင်းကို Employer Branding အကြောင်းကို ပြောတဲ့အခါမှာ ပိုပြီးပြောပြချင်ပါတယ်။ အဓိက ကတော့ လိုအပ်ချက်တွေအား လစ်လပ်နေတဲ့ အလုပ်ရာထူးကို စိတ်ဝင်စားလာအောင် လုပ်တတ်လာကြတာကို ပြောချင်တာဖြစ်ပါတယ်။

### Contingent Workforce

ဆက်လက်ပြီးပြောပြချင်တာကတော့ ဝန်ထမ်းများကို ရှာဖွေခန့်ထားတဲ့အခါမှာ သုံးလိုရတဲ့ နောက်ထပ် နည်းလမ်းတစ်ခုဖြစ်ပါတယ်။ ဒါက Talent Acquisition တော့ မဟုတ်ပါဘူး။ ဒါပေမယ့် နဲ့နဲ့တော့ ဆက်စပ်ပါတယ်။ Contingent Workforce လို့ခေါ်တဲ့ လိုတဲ့အချိန် လိုသလို ငှားရမ်းအသုံးပြုလိုရတဲ့ Contingent Workforce အကြောင်းပဲဖြစ်ပါတယ်။



Contingent Workforce သို့မဟုတ် ယာယီဝန်ထမ်းအင်အား

ဒီပုံစံမှာ ကုမ္ပဏီ၊ Supplier နဲ့ contract worker ဆိုပြီး (၃) ဦး ပါဝင်ပါတယ်။ ယာယီအလုပ်သမားတွေ ကို ပံ့ပိုးပေးတဲ့ ကုမ္ပဏီ (Supplier)တွေက အလုပ်ခေါ်တဲ့ကြော်ငြာတွေတင်ပြီး ယာယီအလုပ်သမားတွေ အနေနဲ့ အလုပ်လုပ်ဖို့ စိတ်ဝင်စားတဲ့ သူတွေက လာလျှောက်ပါတယ်။ သဘောတူကြတဲ့အခါမှာ စာချုပ်ချုပ်ကြပါပါတယ်။ တပြိုင်တည်းမှာပဲ ယာယီအလုပ်သမားတွေလိုအပ်တဲ့ ကုမ္ပဏီတွေကလည်း ယာယီအလုပ်သမားတွေ ကို ပံ့ပိုးပေးတဲ့ကုမ္ပဏီ (Supplier)တွေနဲ့ ဆက်သွယ်ကြပြီး စာချုပ်ကြပါတယ်။ ဒီအခါမှာ ၎င်းကုမ္ပဏီတွေက လိုအပ်တဲ့ ယာယီအလုပ်သမားတွေ ရရှိပြီး အလုပ်လုပ်ခိုင်းကြပါတယ်။ အဲ့ဒီအတွက် လုပ်ခလစာကို ယာယီအလုပ်သမားတွေက သူတို့ စာချုပ်ချုပ်ထားတဲ့ supplier တွေဆီက ရပါတယ်။ ဒီ ပုံစံက ကောင်းတဲ့အချက်တွေရှိသလို၊ အားနည်းချက်တွေတော့ ရှိပါတယ်။ အဓိက ကတော့ Flexibility ဆိုတဲ့ လိုအပ်လျှင် လိုအပ်သလို ယာယီအလုပ်သမားတွေ လိုအပ်သလောက်ပဲ ငှားရမ်းအသုံးပြုနိုင်တာဖြစ်ပါတယ်။ မြန်မာနိုင်ငံကို တယ်လီကွန်

ကုမ္ပဏီတွေ စဝင်လာတဲ့အချိန်မှာ ၎င်းတို့အတွက် တာဝါတွေကို ဆောက်လုပ်ဖို့အတွက်၊ ဈေးကွက်ထဲ ဖြန့်ချိဖို့ အတွက် လိုအပ်တဲ့ လူ အင်အားတွေကို အမြဲတမ်း ဝန်ထမ်းတွေအဖြစ် မခန့်ထားပဲ ဒီလိုမျိုး Contingent Workforce ယာယီအလုပ်သမားအင်အားတွေကို အသုံးပြုကြပါတယ်။

### Career Fairs

ဝန်ထမ်းများကို ရှာဖွေခန့်ထားတဲ့အခါမှာ သုံးလို့ရတဲ့ နောက်ထပ်နည်းလမ်းတစ်ခုကတော့ Career Fairs ပဲဖြစ်ပါတယ်။ တစ်ခါတစ်လေ တက္ကသိုလ်တွေမှာ လုပ်တတ်ကြပါတယ်။ ကုမ္ပဏီတွေက အဲ့ဒီနေ့မှာ အဲ့ဒီတက္ကသိုလ်ကိုသွားပြီး၊ ယာယီအခန်းလေးတွေဖွဲ့ ကုမ္ပဏီကြော်ငြာတွေကပ်၊ အလုပ်ရာထူးလစ်လပ် တာတွေကို ကြော်ငြာတွေထောင်ပြီး စိတ်ဝင်စားပြီ လာမေးမြန်းတဲ့ ကျောင်းသူ ကျောင်းသားတွေကို ရှင်းပြတာတွေ၊ လျှောက်လွှာလက်ခံတာတွေလုပ်ကြပါတယ်။



Job Fairs

၎င်း Career Fairs တွေမှာ ကုမ္ပဏီအတွက် အလားအလာရှိတဲ့ အလုပ်လျှောက်တဲ့သူတွေနဲ့ တိုက်ရိုက် ချက်ချင်း ထိတွေ့ခွင့်ရကြပါတယ်။ လစ်လပ်ရာထူးတွေကို အချိန်တိုအတွင်းမှာ ကမ်းလှမ်း ရွေးချယ်ခန့် ထားတာမျိုး

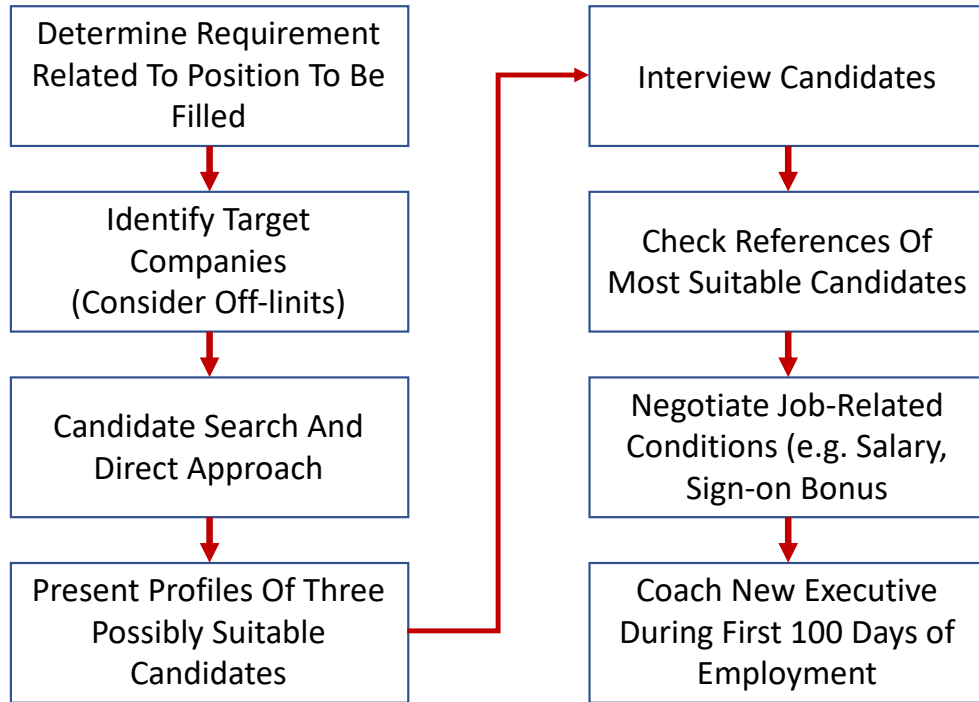
တွေ့လုပ်နိုင်ပါတယ်။ အခြားသော ပြိုင်ဘက် ကုမ္ပဏီများနဲ့ တိုက်ရိုက်ပြိုင်ဆိုင်ကြရပါ တယ်။ ဒီအချက်တွေ ကိုကြည့်တဲ့ အခါမှာ အလုပ်တွေကို ကမ်းလှမ်းတဲ့ ကုမ္ပဏီတွေထက် အလုပ်လာ လျှောက်ကြတဲ့သူတွေအတွက် ပိုပြီး အကျိုးရှိစေပါတယ်။ ဘာလို့လဲဆိုတော့ ဒီလို Job Fair တွေကနေ ကုမ္ပဏီတွေ ခန့်ချင်တဲ့ အရည်အချင်း မှီတဲ့လူတွေကို ရခဲပါတယ်။ တကယ်ကို အရည်အချင်းမှီတဲ့သူတွေ ကဒီလို Job Fair တွေမှာ အလုပ်လာရှာ တာနည်းပါတယ်။ သူတို့တွေက လက်ရှိကုမ္ပဏီတွေမှာ များသော အားဖြင့်အဆင်ပြေနေကြတာများပါတယ်။ သူတို့ကို Passive Job Seeker တွေလို့ ခေါ်ပါတယ်။ ဒါကြောင့် လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းတွေက additional information services တွေ ပံ့ပိုးပေးကာ ဆွဲဆောင် တာတွေလုပ်ကြရပါတယ်။ ကုမ္ပဏီတွေအတွက် လူခန့်ထား နိုင်မှု အလားအလာနည်းပေမယ့် ဒီလို job Fairs တွေကို သွားကြရတာကတော့ ကုမ္ပဏီကို လူသိများစေဖို့ (Publicity) အတွက်ဖြစ်ကြပါတယ်။ အခြားကုမ္ပဏီတွေက အဲ့ဒီ Job Fair မှာ ရှိကြပြီး ကိုယ့် ကုမ္ပဏီက မပါဝင် ဘူးဆိုလျှင် ဘာလို့လဲ လူမခန့်ကြဘူးလား ဆိုပြီး အထင်မခံချင်ကြတာလဲ ဖြစ်နိုင်ပါတယ်။

### Executive Search

နောက်ထပ်နည်းလမ်းတစ်ခုကတော့ Executive Search ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ Headhunter ဆိုတဲ့ စကားလုံးကို ကြာဖူးကြမယ်ထင်ပါတယ်။ များသော်အားဖြင့် ကုမ္ပဏီတွေမှာ ကုမ္ပဏီရဲ့ အဆင့်မြင့် အရာရှိ (Executive) ရာထူးတွေအတွက် ကိုယ့်ဘာသာကိုယ်သက်သက် ရှာဖွေခန့်ထားဖို့ မလုပ်ကြပဲ၊ consultant အဖွဲ့အစည်းတွေရဲ့ အကူအညီနဲ့ ရှာတတ်ကြပါတယ်။ ဒါကို Executive Search ဆိုပြီး ခေါ် ကြပါတယ်။ များသော်အားဖြင့် တိုးတိုးတိတ်တိတ် ရှာကြတာများပါတယ်။ သူတို့ဒီလိုရှာနေကြတာကို ၎င်းတို့ကုမ္ပဏီအထဲက အခြားသူတွေကို သိပ်ပြီး အသိပေးလေ့ မရှိတတ်ကြပါဘူး။ အထူးသဖြင့် သူတို့ ရှာနေတဲ့ ရာထူးတွေမှာ လက်ရှိ တာဝန်ယူ နေတဲ့သူတွေရှိခဲ့လျှင် သူတို့တွေကို အသိမပေးတတ်ကြပါဘူး။ အထူးသဖြင့် သူတို့ကို အစားထိုးချင်ကြတဲ့ အခါမျိုးတွေမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒါပေမယ့် Executive Search တွေရဲ့ fees ကတော့ မနည်းလှပါဘူး။ များသော အားဖြင့် သူတို့ရှာပေးလိုက်တဲ့ အရာရှိရမယ့် တစ်နှစ်စာ လစာရဲ့ ၃၃ ရာခိုင်နှုန်းလောက်အထိ ပေးရတတ် ပါတယ်။ သူတို့တွေက အလုပ်ကြော်ငြာတွေနဲ့ လူရှာ ပေးလေ့မရှိပါဘူး။ သူတို့တွေမှာ ကျွမ်းကျင်တဲ့ consultant တွေရှိတတ်ပါတယ်။ သူတို့တွေက Active Search လို့ခေါ်တဲ့ ဈေးကွက်အထဲမှာရှိတဲ့ လူတွေကို လိုက်ပြီး လေ့လာနေပြီး သင့်တော်တဲ့သူတွေကို ချဉ်းကပ်ကြတာများပါတယ်။ တစ်ခုတော့ရှိပါတယ်၊ သူတို့က ကုမ္ပဏီ တစ်ခု အတွက် အရာရှိတွေကို ရှာဖွေပေးနေတယ်ဆိုလို့ရှိလျှင် ၎င်းကုမ္ပဏီက အရာရှိတွေကို အခြားကုမ္ပဏီ



တစ်ခုအတွက် မချဉ်းကပ် ရပါဘူး။ ဒါဟာ သူတို့လိုက်နာရမယ့် ကျင့်ဝတ်ဖြစ်ပါတယ်။ Off-limit လို့လည်း ခေါ်ပါတယ်။ အသေး စိတ် process ကို အောက်ပါပုံအရလေ့လာနိုင်ပါတယ်။

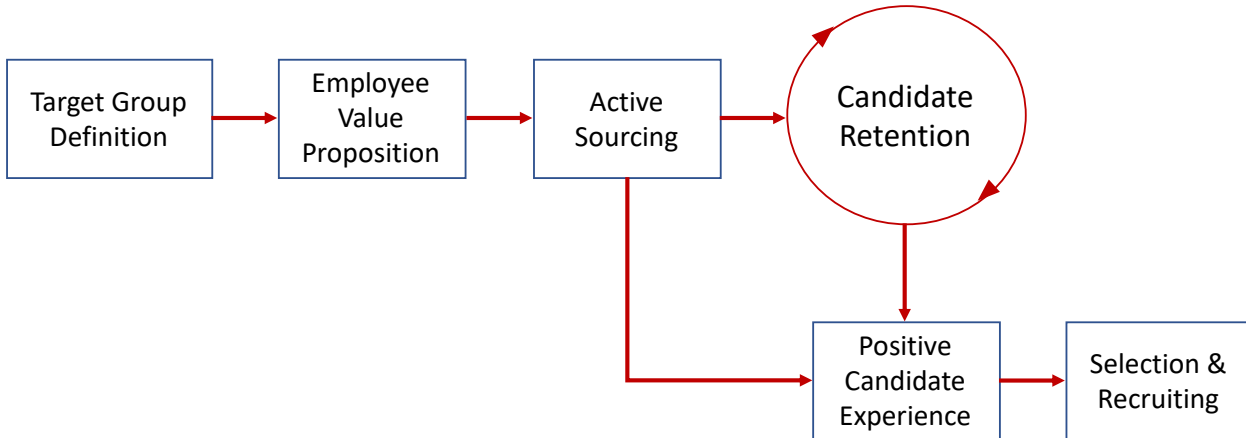


Executive Search တစ်ခုရဲ့ လုပ်ငန်းစဉ်

အခုပြောပြခဲ့တဲ့ Job Ads, Contingent Workforce, Job Fairs, Executive Search စတဲ့ နည်းလမ်း တွေဟာ လုပ်ရိုးလုပ်စဉ်သမားရိုးကျနည်းလမ်း (Traditional Approach) တွေပဲဖြစ်ပါတယ်။ လွန်ခဲ့တဲ့ ဆယ်စုနှစ် အတော်များများ ကတည်းက ဒီလိုနည်းလမ်းတွေကို အသုံးပြုလာခဲ့ကြပါတယ်။ အခုဆက် လက်ပြီးတော့ ကုမ္ပဏီတွေက သူတို့လိုချင်နေတဲ့ Talent တွေကို Acquire လုပ်နိုင်မယ့် Talent Acquisition နည်းလမ်းအသစ် တစ်ခုကို ပြောပြချင်ပါတယ်။ ၎င်းနည်းလမ်းကို အောက်မှာပြထားတဲ့ ပုံအရာ လေ့လာနိုင်ပါတယ်။ အရမ်းကို အရေးပါတဲ့ building block (၄) ခုကို လေ့လာသွားနိုင်မှာ ဖြစ်ပါတယ်။

- ၁။ Employee Value Proposition
- ၂။ Active Sourcing
- ၃။ Candidate Retention
- ၄။ Positive Candidate Experience စတဲ့ အကြောင်းအရာတွေပဲ ဖြစ်ပါတယ်။

## Talent Relationship Management



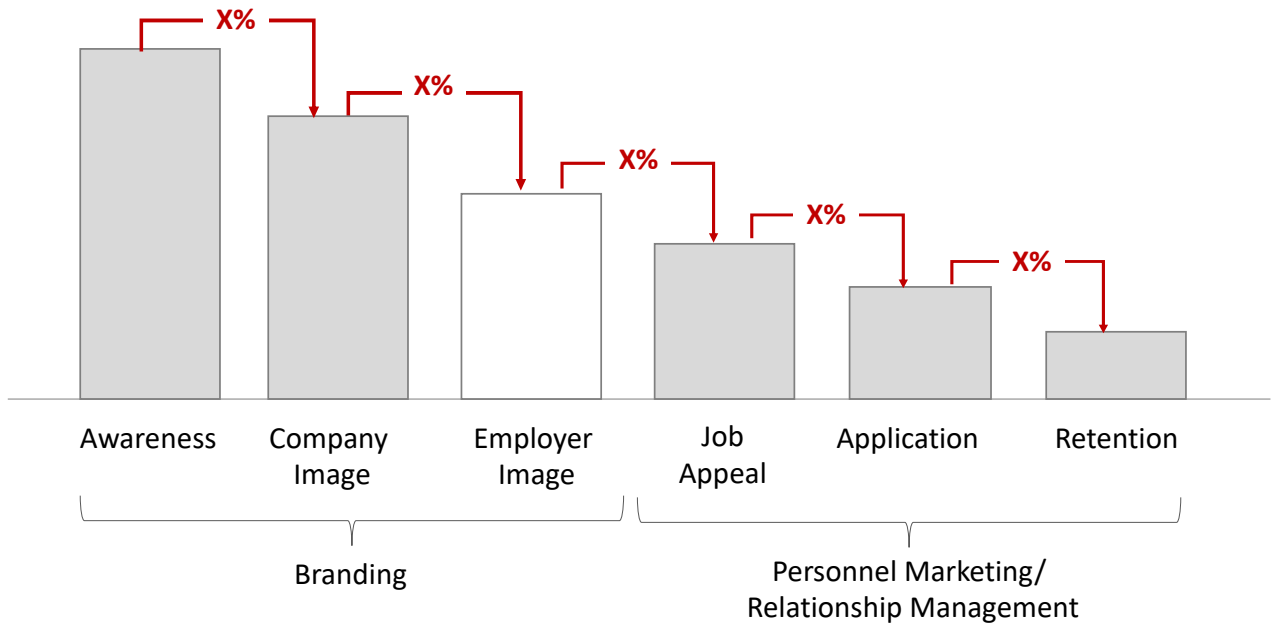
Talent Relationship Management

ဒီပုံထဲမှာ တွေ့ရတဲ့ Target Group Definition ဆိုတာက ဘာကိုပြောတာပါလဲ။ ဒီအရာက ကုမ္ပဏီတစ် ခုကို အကြပ်အတည်းဖြစ်စေမယ့် လုပ်ငန်းတာဝန် (Bottleneck Function) တွေ ဖြစ်တဲ့ အနာဂတ်မှာ ဝန်ထမ်း အင်အား လိုအပ်ချက်များလာမှာဖြစ်ပြီး၊ ဈေးကွက်အထဲမှာလည်း အလွယ်တကူရှာမရ နိုင်တဲ့ လုပ်ငန်းတာဝန် (function) တွေနဲ့ ကုမ္ပဏီ Strategy အတွက် အရေးပါတဲ့ လုပ်ငန်းတာဝန် (Key Function) ကို ဆိုလိုတာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီလုပ်ငန်းတာဝန် (function) တွေအတွက် အထက်မှာပြောပြခဲ့တဲ့ building block (၄) ခုကို အသေအချာ လုပ်ကိုင်သွားရမှာဖြစ်ပါတယ်။

## Employee Value Proposition

အခုစာဖတ်နေတဲ့ သူတွေကို မေးချင်တယ်။ အလုပ်ကောင်းမယ်၊ လစာကောင်းမယ် ဆိုလျှင် နာမည်ကြီး ဘဏ် တစ်ခုမှာ အလုပ်လုပ်မလား။ လူ့အသိသိပ်မများတဲ့ Micro Finance ကုမ္ပဏီတစ်ခုမှာ အလုပ်လုပ် မလား။ အတော်များများက ၎င်းနာမည်ကြီးဘဏ်ကိုပဲရွေးချယ်ကြပါလိမ့်မယ်။ လူ့အတော်များများက လူသိများတဲ့ ကုမ္ပဏီမှာပဲ အလုပ်လုပ်ချင်ကြပါတယ်။ ဒါပေမယ့် ၎င်း ကုမ္ပဏီက လူသိများပေမယ့် ဂုဏ် သတင်းကရော ကောင်းရဲ့ လားဆိုတာကို ကြည့်ကြပါတယ်။ ကုမ္ပဏီရဲ့ ဂုဏ်သတင်းက ကောင်းနေရင်လည်း အလုပ်ရှင်ကရော ကောင်းရဲ့လားဆိုတာကို ကြည့်ကြပါတယ်။ ကုမ္ပဏီရဲ့ ဂုဏ်သတင်းနဲ့ အလုပ်ရှင်ရဲ့ ဂုဏ်သတင်းက မတူပါဘူး။

ဒါတွေအကုန်ကောင်းနေရင်လည်း သူတို့က အလုပ်ရာထူး ကောင်းကောင်း ရှိရဲ့လားဆိုတာကို ကြည့်ကြပါတယ်။ အဲဒါကိုကျေနပ်တော့မှ အလုပ်လျှောက်ကြတာ ဖြစ်ပါတယ်။ အဲဒီလို အလုပ်လျှောက်ပြီး အလုပ်ရသွားတဲ့ အခါမှာလည်း မြဲဖို့ဆိုတာကလည်း အရေးကြီး ပါတယ်။ အခုပြောပြတဲ့ အချက်တွေကို အောက်ကပုံ မှာကြည့်လို့ ရပါတယ်။ ဒီအချက်တွေက Employee Value Proposition ဆိုတဲ့အရာကို အရာကို နားလည်ဖို့ လိုတယ်ဆိုတာ ကို ပြောပြနေပါတယ်။



Employer Image က ယှဉ်ပြိုင်မှု အားသာချက်တစ်ခုဖြစ်ပုံ

ဆက်လက်ပြီးတော့ နောက်စာမျက်နှာမှာပြထားတဲ့ပုံ က Brand တွေကို ကြည့်စေချင်ပါတယ်။ ဒီပုံအထဲမှာ ပါတဲ့ Brand အတော်များများကို သိကြမယ်လို့ ထင်ပါတယ်။ အရင်ဆုံး Brand ဆိုတာကို ဘယ်လိုနားလည်ပါသလဲ။ Brand ဆိုတာဘာလဲ။ Brand တစ်ခုကို စဉ်းစားလိုက်တာနဲ့ သူနဲ့ပတ်သက်တဲ့ အကြောင်းအရာတစ်ခုခု က ခေါင်းထဲကို အလိုလိုဝင်လာစေတတ်ပါတယ်။



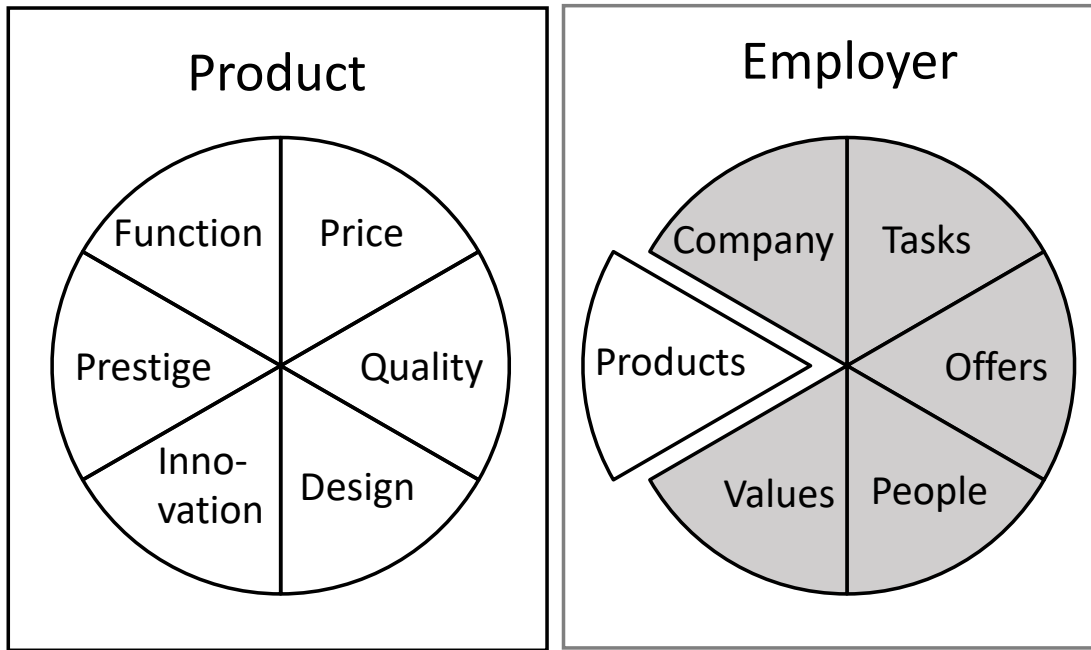
ဘာတွေကို Promise လုပ်နေသလဲ

ဒီပုံမှာ ပါတဲ့ Red Bull ကို ကြည့်ရအောင်။ ဒီ Red Bull brand ကို မြင်လိုက်တာနဲ့ ကိုယ့်ခေါင်းအထဲ ကို ဘယ်လို အတွေးတွေဝင်လာပါသလဲ။ သူ့ကို ဆရာ၊ ဆရာမတွေ သိပ်မကြိုက်ကြပါဘူး။ သူက ရူးရူးမိုက်မိုက်လုပ်ရတဲ့ အရာတွေနဲ့ ချိတ်ဆက်နေပါတယ်။ တကယ်တော့ Red Bull က သောက်စရာ ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခု ဖြစ်ပါ တယ်။ ဘယ်လိုမှ စိတ်ခံစားမှုကို ဖြစ်စေတာမဟုတ်ပါဘူး။ ဒါပေမယ့် Red Bull ဆိုတဲ့ brand ကတွေ့ ခုနက ပြောတဲ့ ရူးရူး မိုက်မိုက်လုပ်ရတဲ့ အရာတွေနဲ့ ချိတ်ဆက်ထားပါတယ်။

ဒီအတိုင်းပဲ Marlboro ကို ကြည့်မယ်ဆိုရင် လွတ်လပ်မှု freedom နဲ့ စွန့်စားခြင်း adventure ကို ချိတ်ဆက်ထား ပါတယ်။ ဒါပေမယ့် Marlboro က စီးကရက်ဆေးလိပ်ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီ စီးကရက် ဆေးလိပ်က ဘယ်လိုမှ ဒီလို စိတ်ခံစားမှုတွေကို မဖြစ် ပါဘူး။ ဒါပေမယ့် Marlboro ဆိုတဲ့ brand က ဖြစ်စေပါတယ်။

ဒါကိုကြည့်ခြင်းအားဖြင့် Brand တိုင်းက တစ်ခုခုနဲ့ ချိတ်ဆက်နေတယ်ဆိုတာကို နားလည်နိုင်ပါတယ်။ ကုမ္ပဏီ တော်တော်များများဟာ ငွေကြေး အများအပြားအကုန်ကျခံကာ သူတို့ရဲ့ brand, logo စတာတွေကို တစ်ခုခုနဲ့ ချိတ်ဆက်နိုင်ဖို့ ကြိုးစားကြ ပါတယ်။ ဒါတွေအားလုံးဟာ ကတိစကား (Promise) တွေပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ သူတို့ရဲ့ ကုန်ပစ္စည်းကို ဝယ် လိုက်လျှင် ရရှိလာမယ့် အရာတွေအတွက် ကတိစကား (Promise) တွေပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ ဥပမာ - Apple product တစ်ခုကို ဝယ်မယ်ဆိုလျှင် best design, most innovative product တွေကို

ရပါလိမ့်မယ်လို့ ကတိပေးထားတာ ဖြစ်ပါတယ်။ မှန်တယ် မမှန်တယ်ဆိုတာကတော့ customer တစ်ယောက် အနေနဲ့ ဆုံးဖြတ်ရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒါပေမယ့် brand ကတော့ ဒါတွေကို ရစေရမယ်လို့ ဂတိပေးထားပါတယ်။ အခုပြော နေတာက product brand အကြောင်းဖြစ်ပါတယ်။ HR နဲ့ တော့ ဘာမှ သိပ်မဆိုင်သေးပါဘူး။

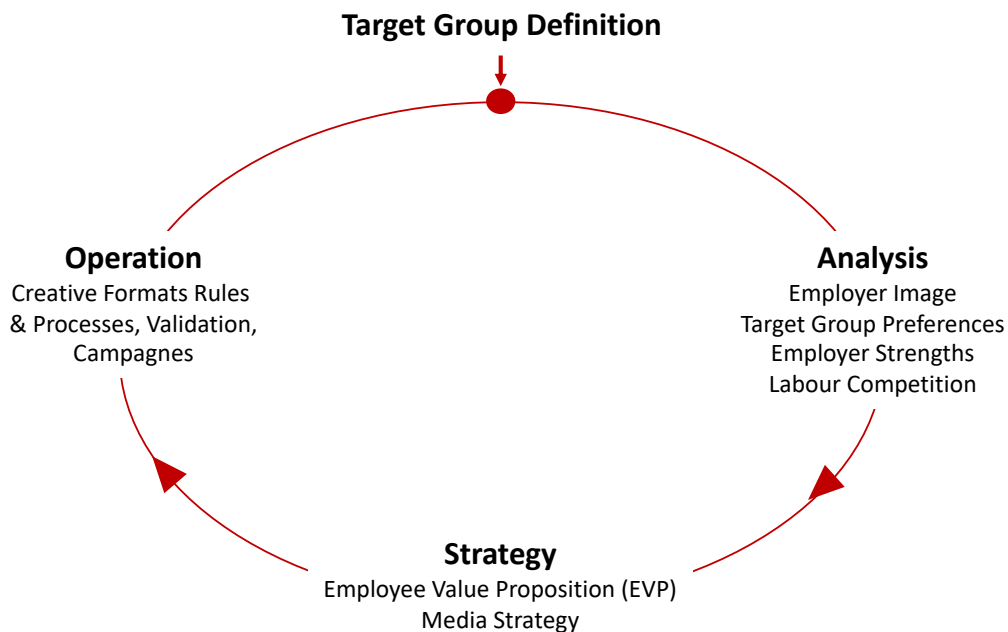


Product Brand vs. Employer Attributes

အပေါ်ကပုံကိုကြည့်မယ်ဆိုလျှင် Product Brand နဲ့ Employer Brand အကြားက ကွာဟချက်ကိုတွေ့ ရပါလိမ့် မယ်။ Product Brand တစ်ခုမှ Price, Quality, Design, Innovation, Prestige, Function စတဲ့အရာတွေကို တွေ့ရမှာ ဖြစ်ပြီး၊ Employer ဘက်ကို ကြည့်မယ်ဆိုလျှင် မတူတဲ့ အခြားအရာတွေကို တွေ့ရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ Product Brand မှာ ပါတဲ့အရာတွေက ဘာလို့ ဒီ product ကို **ဝယ်ရမှာလဲ** ဆိုတာကို ပြောပြနေတာဖြစ်ပြီး၊ Employer အကြောင်းကတော့ ဘာလို့ အဲဒီ ကုမ္ပဏီမှာ **အလုပ်လုပ် ရမှာလဲ** ဆိုတာကို ပြောပြနေတာ ဖြစ်ပါတယ်။ တစ်ချို့လူတွေအတွက် အလုပ်လုပ်ဖို့ အတွက် product ကအရေးပါတာတော့ရှိနိုင်ပါတယ်။ မြန်မာ ဘီယာကုမ္ပဏီမှာလုပ်တာ မြန်မာဘီယာကိုကြိုက် လို့ ဆိုတာ မျိုးပေါ့။ ဒါပေမယ့် များသောအားဖြင့် အဲဒီ ကုမ္ပဏီမှာ လုပ်ရတဲ့ အလုပ်တွေကို ကြိုက်လို့၊ သူတို့ပေးတဲ့ offer ကိုကြိုက်လို့၊ အဲဒီက အလုပ်လုပ်ကြတဲ့ လူတွေပုံစံကိုကြိုက်လို့၊ သူတို့ရဲ့ စံတန်ဖိုးတွေကို ကြိုက်လို့ စတာတွေလဲဖြစ်နိုင်ပါတယ်။ ဒီနေရာမှာ စာဖတ်နေ တဲ့ သူတွေကိုမေးချင်တာက ကုမ္ပဏီ တစ်ခုက သူတို့ဆီမှာလူတွေလာ အလုပ်လုပ်ချင် လာစေဖို့အတွက် ဘာတွေ ကိုဂတိပေးရမလဲ။ ကောင်းတာက ကုမ္ပဏီတွေရဲ့ Career Website တွေကိုသွားကြည့်ပါ။ အဲဒီမှာ အလုပ်

အခွင့်အလမ်း တွေကို ကြော်ငြာနေကြတဲ့အခါ သူတို့ ကုမ္ပဏီတွေမှာ အလုပ်လုပ်ချင်လာစေဖို့အတွက် ဘယ်လိုမျိုး တွေ ကတိပေးနေကြပါသလဲ။ စိတ်ဝင်စားဖို့ကောင်းမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ အခုဆိုရင် ကုမ္ပဏီအတော် များများ ကဘာတွေကို ကတိပေးရမလဲဆိုတာကို စဉ်းစားလာကြပါပြီ။ Product ဘက်က ရှင်းပါတယ်။ ဒါပေမယ့် လူတစ်ယောက်ကို သူတို့ဆီမှာ အလုပ်လုပ်ချင်လာအောင် ဘာတွေကို ကတိပေးရမလဲဆို တာကို စဉ်းစားလာကြပါပြီ။ အဲဒါတွေကို ဘယ်လိုရေးရမလဲဆိုတာဟာ စဉ်းစားဖို့ကောင်းတဲ့မေးခွန်း တစ်ခုဖြစ်ပါတယ်။ ဒါတွေက စိတ်ကူးယဉ်ပြီး ရေးရတာတွေမဟုတ်ပါဘူး။ ကိုယ့်ရဲ့ Target Group ကို အသေအချာစဉ်းစားပြီး လုပ် ရမယ့် process ဖြစ်ပါတယ်။ အဲဒါအတွက် အောက်ကပုံမှာ ပြထားတဲ့ process အရ လေ့လာနိုင်ပါတယ်။

ကိုယ့်ရဲ့ Target Group ကိုအသေအချာသတ်မှတ်ပြီး သူတို့နေရာကနေဝင်ပြီးတော့ ကိုယ့်ကုမ္ပဏီမှာ အလုပ်လုပ် လာချင်ဖို့အတွက် ကိုယ့်ကုမ္ပဏီကို ဘယ်လိုမျိုးမြင်ကြည့်ချင်သလဲ၊ သူတို့ဘာတွေကို ကြိုက်သလဲ၊ ဘယ်လို အရည်အချင်း ရှိတဲ့ အလုပ်ရှင်ကို လိုချင်သလဲ၊ ဘယ်လိုမျိုး ပြိုင်ဆိုင်မှုတွေလိုချင် သလဲ စတာတွေကို အသေအချာ analysis လုပ်ရပါမယ်။ ၎င်း analysis ကနေရလာတဲ့ အဖြေတွေအ ပေါ်မှာမူတည်ပြီး ဘာတွေကို ကတိပေးရမလဲဆိုတာတွေကို Strategy ချရပါလိမ့်မယ်။ ပြီးရင် အဲဒါတွေ ကိုလူတွေသိလာအောင် ဘယ်လိုမျိုး campaign တွေကို လုပ်ရမလဲဆိုတာတွေကို အသေအချာ အစီအစဉ်ရေးဆွဲရပါလိမ့်မယ်။



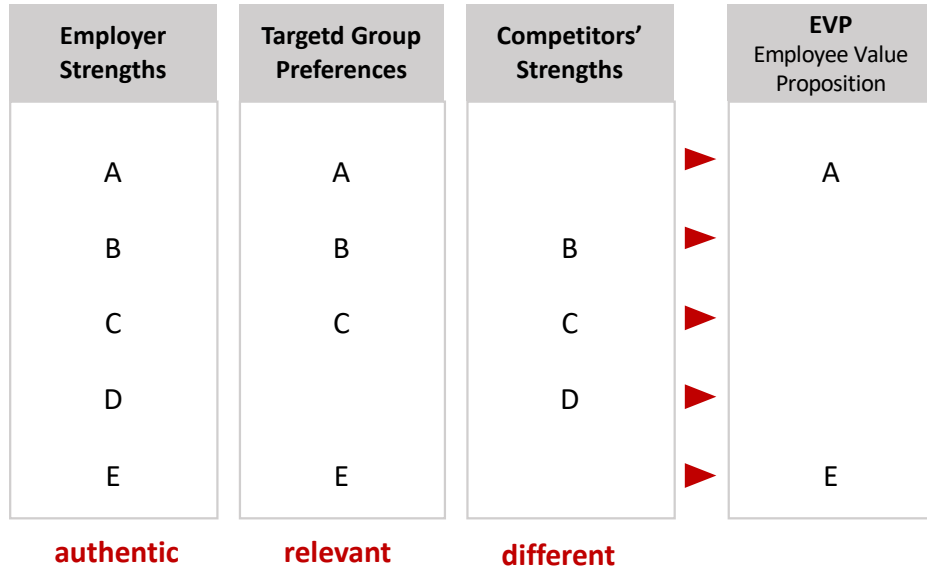
Employer Brand ကို တည်ဆောက်ခြင်း

ဘယ်လိုတွေကတိပေးရမလဲလို့ Strategy ချတဲ့အခါမှာ ထည့်သွင်း စဉ်းစားလို့ရတဲ့ အရာတွေ အများကြီးရှိပါတယ်။ အောက်ကပုံမှာ ဥပမာတွေ အဖြစ်လေ့လာလို့ရနိုင်ပါတယ်။

Offers	Tasks	Company	People	Values	Purpose
Compensation	Attractive Tasks & Projects	Products/ Services	Employees	Company Culture	Environment & Climate
Benefits	International	Technology Leader	Personality	Leadership Quality	Social Responsibility
Career Opportunities	Work	Market Leader	Level of Workforce	Famous Leader	Health of Others
Work-Life Balance	Innovation	Success	Collaboration	Trust & Respect	Quality Of Live
	Impact	Location	Diversity	Work Flexibility	
		Public Reputation			
		Security			
		Customers			

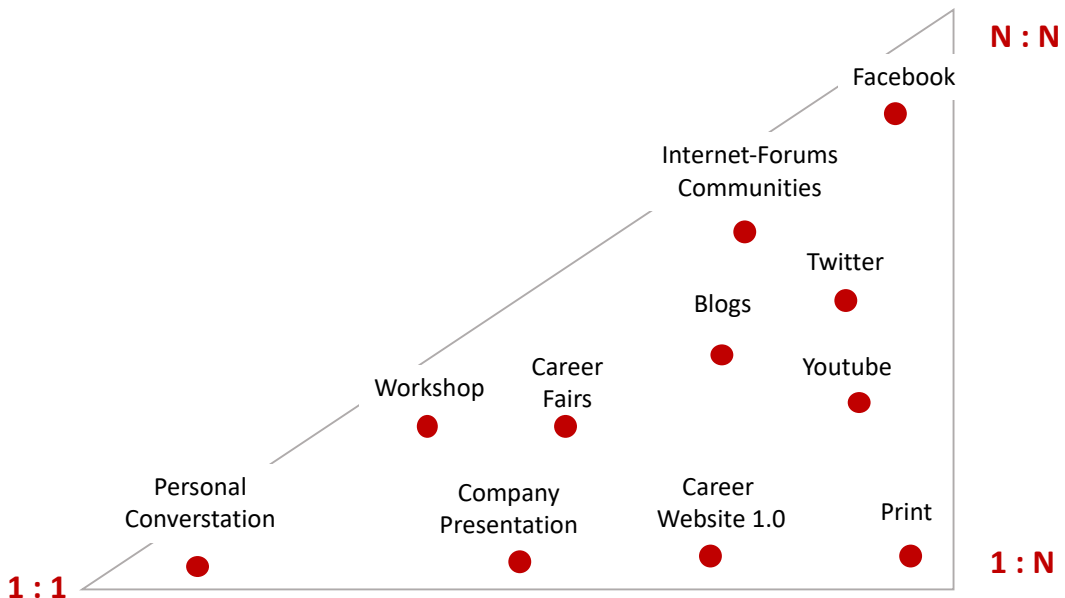
ဖြစ်နိုင်ချေရှိတဲ့ Employee Value Proposition များ

ကိုယ့်ကုမ္ပဏီရဲ့ EVP – Employee Value Proposition တွေကို စဉ်းစားသတ်မှတ်တဲ့ နေရာမှာ နောက်စာမျက်နှာကပုံမှာ ပြထားတဲ့ နည်းလမ်းကိုအသုံးပြုနိုင်ပါတယ်။ ကိုယ့်ကုမ္ပဏီရဲ့ အားသာချက်တွေကို စဉ်းစားပါ။ ကိုယ် ဘာတွေကို offer လုပ်နိုင်မလဲပေါ့။ ဒါတွေကို သိတဲ့အခါမှာ အကုန်လုံးကို သုံးလို့ရမှာ မဟုတ် သေးဘူး။ ဘာလို့ လဲဆိုတော့ ကိုယ့် Target Group လိုချင်တာနဲ့ ကိုက်ညီဖို့လိုတယ်။ သူတို့လို ချင်တာနဲ့ ကိုက် ညီတာတွေကိုဆွဲထုတ်ပါ။ ပြီးရင် အဲ့ဒီအထဲက ကိုယ့်ပြိုင်ဖက်ရဲ့အားသာချက်တွေ၊ သူတို့ ဘာတွေကို ကမ်းလှမ်း နေတာတွေကိုဖယ်ထုတ်ပါ။ အဲ့ဒီနောက်မှာ ကျန်ခဲ့တဲ့ ကိုယ့်ကုမ္ပဏီ အားသာချက်တွေ အထဲက ကိုယ့် Target Group လိုချင်တာ တွေနဲ့ ကိုက်ညီ တာတွေကို ကိုယ့်ကုမ္ပဏီရဲ့ EVP အဖြစ် သတ်မှတ်လိုက်လို့ရပါတယ်။



EVP ကိုသတ်မှတ်ခြင်း

ကိုယ့်ကုမ္ပဏီရဲ့ EVP ကိုအသေအချာ နားလည်သွားပြီးတဲ့အခါမှာ ဘယ်လိုမျိုး လူအများသိအောင်လုပ်မလဲ ဆိုတာကို စဉ်းစားရပါမယ်။ ပုံ (၂၈)မှာ ကိုယ်အသုံးပြုလို့ ရမယ့် communication channel တွေကို လေ့လာ လို့ရပါတယ်။ တစ်ယောက်ချင်းစီကို တစ်ယောက်ချင်းကပြောပြမလား၊ တစ်ယောက်ကနေအများကို ပြောပြ မလား၊ လူအများက လူအများကိုပြောစေမလား။ သင့်လျော်တာကိုရွေးရမှာဖြစ်ပါတယ်။



ရွေးချယ်နိုင်တဲ့ မီဒီယာလမ်းကြောင်းများ



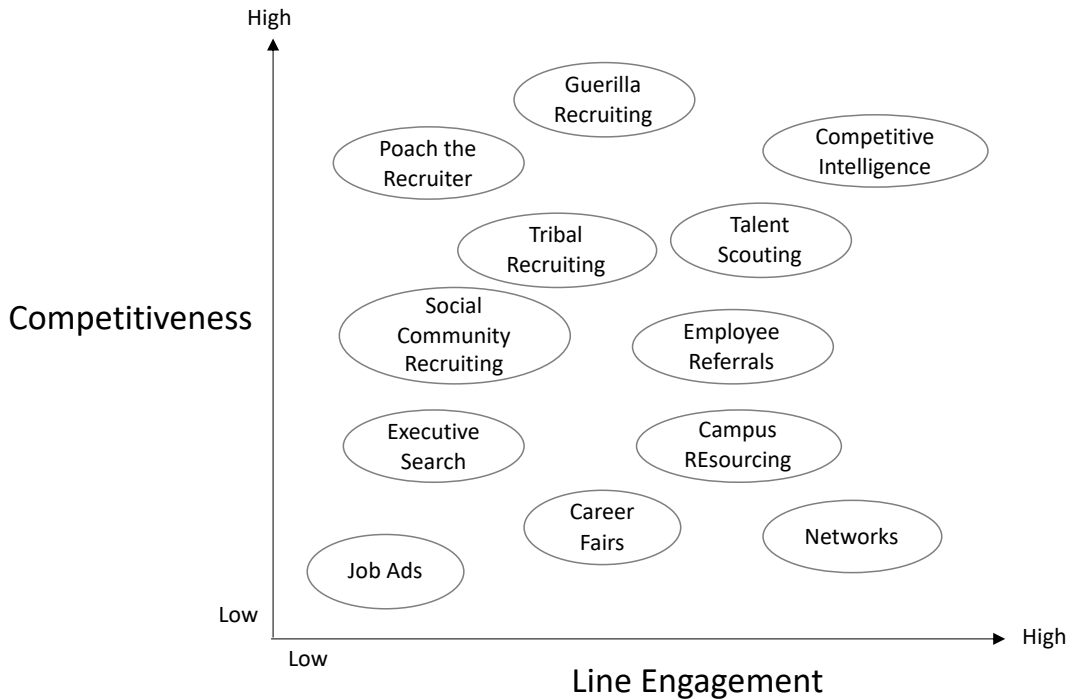
### Active Sourcing

Employer Value Proposition အကြောင်းကို ပြောပြပြီးသွားတဲ့အခါမှာ Active Sourcing Strategy အကြောင်းကို ပြောပြချင်ပါတယ်။ ပထမဦးဆုံး အနေနဲ့ Labor Market ကို ကြည့်စေချင်ပါတယ်။ Labor Market တွေ့ရတတ်တယ် အလုပ်သမား အမျိုးအစား (၃) မျိုးရှိပါတယ်။

- ၁။ **Non-Seeker:** ၎င်းတို့မှာ အလုပ်အသစ်ကိုပြောင်းဖို့ လုံးဝစိတ်မဝင်စားကြ တဲ့လူအမျိုးအစားဖြစ်ပါတယ်။ လက်ရှိအနေအထားမှာကျေနပ်နေကြတဲ့သူတွေ၊ အခုမှ အလုပ်အသစ် ကိုစလုပ်ကြ တဲ့သူတွေ၊ အငြိမ်းစားယူဖို့နီးကပ်နေတဲ့သူတွေ ဖြစ်ပါတယ်။
- ၂။ **Active Seeker:** အလုပ်ခေါ်တဲ့ကြော်ငြာတွေကိုကြည့်တယ်။ Career Fair တွေကိုသွားတယ်။ အ လုပ်ကို လိုလိုချင်ချင် လိုက်ရှာနေတဲ့သူတွေ ဖြစ်ပါတယ်။
- ၃။ **Passive Candidates:** အလုပ်မရှာတဲ့သူတွေနဲ့ အလုပ်ကို တက်တက်ကြွကြွရှာနေတဲ့သူတွေ အကြားမှာရှိတဲ့ သူတွေဖြစ်ပါတယ်။ များသော်အားဖြင့် အလုပ်ရှိနေကြသူတွေဖြစ်ပါတယ်။ ဒါပေ မယ့်လည်း အလုပ်အကိုင် အခွင့်အလမ်းရှိရင်တော့ စိတ်ဝင်စားကြပါတယ်။ ဈေးကွက်အထဲမှာ ဘာတွေဖြစ် နေသလဲ ဆိုပြီး မျက်ချေမပြတ်ကြပေမယ့် Career Fair တွေကိုတော့ သွားပြီးအလုပ် ရှာလေ့မရှိ သူတွေဖြစ်ပါတယ်။

အလုပ်အကိုင်အခွင့်အလမ်းအသစ်တွေကို စိတ်ဝင်စားကြတဲ့ Active Seeker နဲ့ Passive Candidate တွေကို သုံးသပ်ကြည့်ပါ။ များသော်အားဖြင့် Passive Candidate တွေက အရည်အချင်းပိုပြည့်နေတာ ကို သတိထားမိပါလိမ့်မယ်။ အကြောင်းရင်းထူးထူးခြားမရှိပဲနဲ့ အလုပ်အသစ်တွေကို လျှောက်ရှာမနေပါဘူး။ Career Fair တွေ သွားမနေပါဘူး။ ဒီလိုလူတွေအတွက် Job Ads တွေကလည်း မထိရောက် နိုင်ပါဘူး။ သူတို့တွေက Passive ဖြစ်ပါတယ်။ Job Ads တစ်ခုတင်လိုက်တယ်။ လူတွေလာလျှောက် တာကို စောင့်ရတယ်။ Career Fair လည်း ထိုနည်းလည်းကောင်းပါပဲ။ အလုပ်လာလျှောက်မယ့်သူ တွေကို စောင့်ရတယ်။ သူတို့ကို အခြားသောနည်းလမ်း တွေနဲ့ စိတ်ဝင်စားလာအောင်လုပ်ရမှာ ဖြစ်ပါ တယ်။ ဒီလိုလုပ်တာကို Active Sourcing လုပ်တယ်လို့ ပြောလိုရပါတယ်။

Talent Acquisition လုပ်တဲ့အခါမှာ အလုပ်အကိုင်အခွင့်အလမ်းကိုစိတ်ဝင်စားပြီးအရည်အချင်း ရှိတဲ့ သူတွေဆီကို ရောက်အောင်သွားရှာတဲ့ Active နည်းလမ်းရယ်၊ ကိုယ့်ဆီကိုလာလျှောက်တာကိုပဲ ထိုင် စောင့်နေတဲ့ Passive နည်းလမ်းရယ်ကို အောက်ကပုံမှာ လေ့လာနိုင်ပါတယ်။



Talent Acquisition လုပ်တဲ့ Active နဲ့ Passive နည်းလမ်းများ

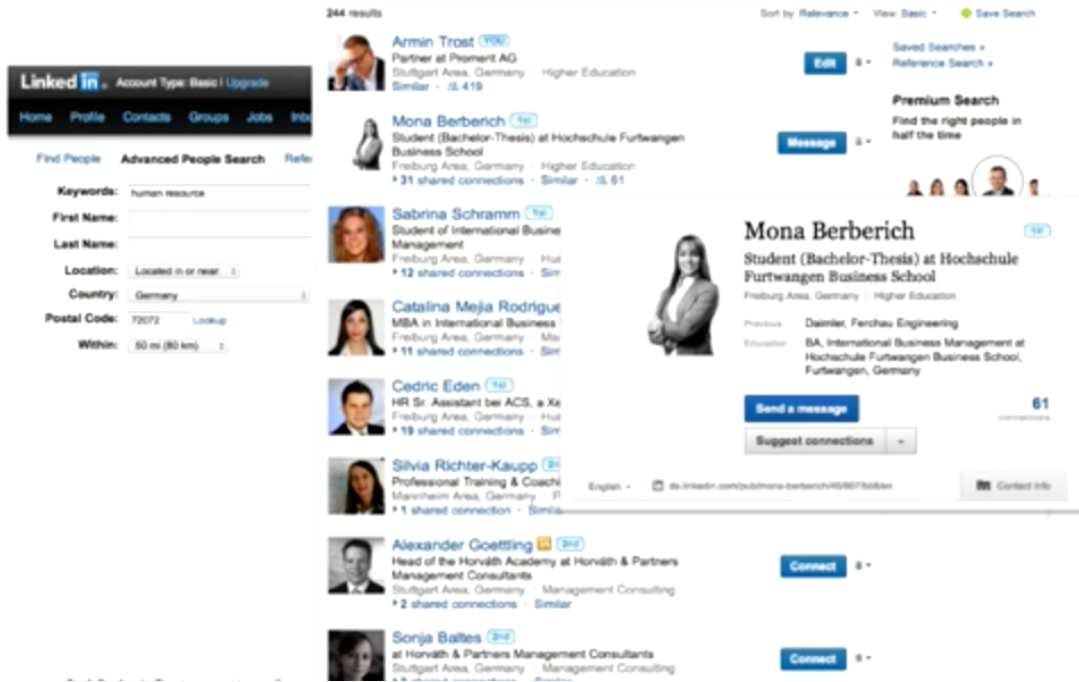
ဒီပုံကိုကြည့်ရင် အပေါ်ဖက်ကို ရောက်သွားလေလေ ဝန်ထမ်းရှာဖွေတဲ့ပုံစံက ပိုပြီးတက်တက်ကြွကြွ တွန်းတွန်း တိုက်တိုက်ရှိလာလေလေဖြစ်ပါတယ်။ ဒါကို competitiveness လို့ခေါ်ပါတယ်။ Line Engagement ဆိုတဲ့ စကားလုံးကတော့ HR တွေသုံးတဲ့စကားလုံးဖြစ်ပါတယ်။ များသော်အားဖြင့် ဝန် ထမ်းရှာဖွေတဲ့အလုပ်ကို HR တွေကပဲ လုပ်ကြလေ့ရှိပါတယ်။ ဒါပေမယ့် အချို့ကုမ္ပဏီတွေမှာ အခြားသော မန်နေဂျာတွေ၊ ဝန်ထမ်းတွေကပါ ပါဝင်ရှာဖွေကြပါတယ်။ အဲ့လိုမျိုး မန်နေဂျာတွေ၊ ဝန် ထမ်းတွေကပါ ပါဝင်လာတာကို ကို Line Engagement လို့ခေါ်ပါတယ်။ ဒီပုံရဲ့ ညာဘက်ကို ရောက်လေလေ ၎င်း Line Engagement က အားကောင်းလေလေ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒါကြောင့် ပုံရဲ့ ဘယ်ဘက် အောင်ခြေမှာရှိတဲ့ နည်းလမ်းတွေက Passive နည်းလမ်းတွေလို့ ယူဆ လို့ရပြီး၊ ပုံရဲ့ ညာဖက် အပေါ်ပိုင်းမှာ ရှိတဲ့ နည်းလမ်းတွေကတော့ Active ပိုဖြစ်တဲ့ နည်းလမ်းတွေလို့ ပြောလို့ ရပါတယ်။

## Network

ဆက်လက်ပြီးတော့ Network အကြောင်းကို ပြောပြချင်ပါတယ်။ Talent Acquisition မှာ Network က အရေးပါတဲ့အရာတစ်ခုဖြစ်ပါတယ်။ ဒီအရာနဲ့ ပတ်သတ်ပြီး မှတ်သားထားသင့်တဲ့ အချက်အချို့ ရှိပါတယ်။ တော်တဲ့ အရည်အချင်းရှိတဲ့သူက အခြားသော တော်တဲ့ အရည်အချင်းရှိတဲ့သူတွေကို သိ ကျွမ်းတတ်ကြပါတယ်။ ကိုယ့်ရဲ့ ကုမ္ပဏီအထဲမှာ တော်တဲ့ အရည်အချင်းရှိတဲ့သူတွေ ရှိပြီဆိုလျှင် သူတို့ တွေက အခြားသော ကုမ္ပဏီတွေက သူတို့လိုအရည်အချင်းရှိတဲ့သူတွေကို သိကြပါတယ်။ ၎င်း အခြား သောနေရာကသူတွေကလည်း အခြားသောနေရာကသူတွေနဲ့ သိကျွမ်းလေ့ရှိပါတယ်။ ဒီလိုမျိုးတစ်ဆင့် နဲ့ တစ်ဆင့် ဆက်စပ်ပြီးသိနေကြတာကို weak ties လို့ခေါ်ပါတယ်။ ဒီအချက်က တကယ်ကို အစွမ်း ထက်ပါတယ်။ ဒီလိုနဲ့ လူတွေမှာ အရမ်းကို ကြီးမားတဲ့ ကွန်ယက် (Network) တွေ ရှိတတ်ကြပါတယ်။ ကုမ္ပဏီတွေက ဒီလို အစွမ်းထက်တဲ့ network connection ကို အသုံးပြုပြီး Employee Referral Program ကို အသုံးပြုလာကြပါတယ်။ ဝန်ထမ်းတစ်ယောက်က ကုမ္ပဏီအတွက် လစ်လပ်ရာထူးနေရာ တစ်ခုအတွက် သူတို့သိတဲ့ သင့်တော်တဲ့သူတွေကို recommend လုပ်ကြပြီး၊ အလုပ်ရသွားတဲ့အခါမှာ အဲဒီလို recommend လုပ်တဲ့ ဝန်ထမ်းက bonus သဘောမျိုးရကြတာကို Employee Referral Program လို့ခေါ်ပါတယ်။

## Social Community Recruiting

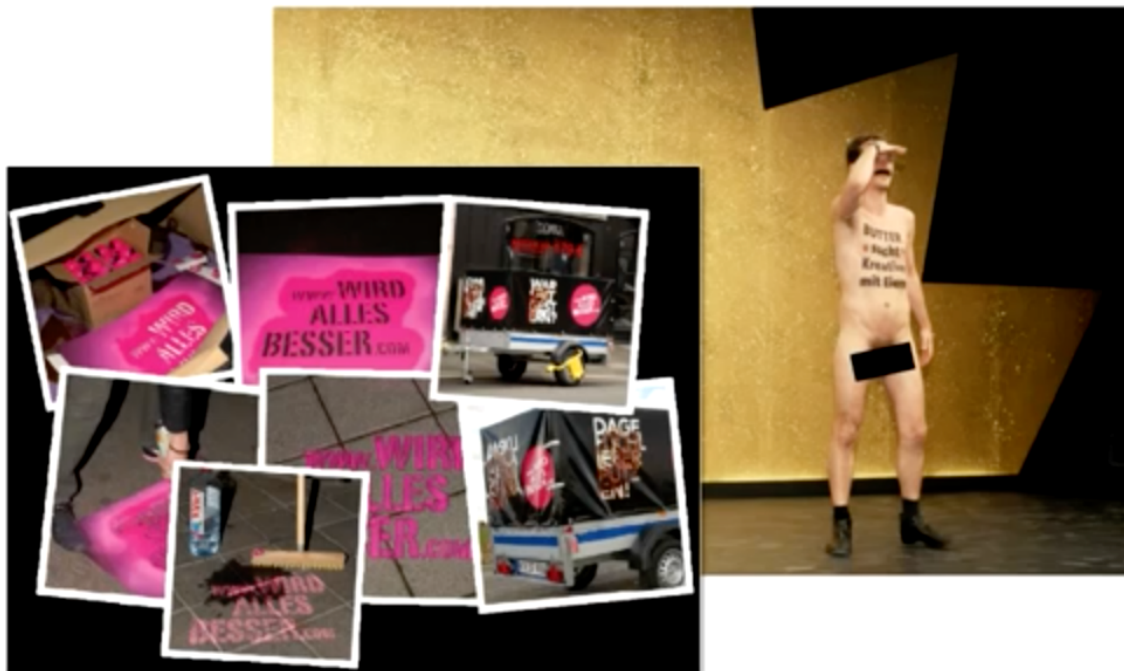
နောက်ထပ်စိတ်ဝင်စားဖို့ကောင်းတဲ့နည်းလမ်းတစ်ခုကတော့ Social Community Recruiting လို့ခေါ်ပါတယ်။ သူက လူမှုကွန်ယက်တွေကို အသုံးပြုပြီးတော့ recruitment ကို လုပ်ကိုင်ဆောင်ရွက်တာကို ပြောချင်တာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဥပမာ - LinkedIn ကိုအသုံးပြုပြီး ကိုယ့်ကုမ္ပဏီအတွက် သင့်တော်တဲ့သူ တွေကို ရှာဖွေကြတာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီနည်းလမ်းက ကိုယ့်ဆီကို လာလျှောက်တာတွေကို ထိုင်စောင့်နေ တာမျိုးမဟုတ်ပဲ ကိုယ်က ကြိုးစားရှာဖွေရတဲ့ Active နည်းလမ်းတစ်ခုဖြစ်ပါတယ်။ လူတွေက ၎င်းကဲ့သို့ လူမှုကွန်ယက်တွေမှာ သူတို့ရဲ့ အလုပ်နဲ့သက်ဆိုင်တဲ့ အချက်အလက်တွေကို တင်ထားလေ့ရှိကြပါတယ်။ ထို့အပြင် သူတို့သိထားတာတွေ၊ မျှဝေချင်ကြတာတွေကို ပို့စ်တွေတင်ကြပါတယ်။ ၎င်းနေရာကနေပြီး လုပ်ငန်းခွင်မျိုးစုံက ရာထူးအဆင့်မျိုးစုံကို တွေ့နိုင်ပါတယ်။ သူတို့အချင်း recommend လုပ်ကြတာ တွေ၊ ဆက်သွယ်ကြတာတွေပြုလုပ်ကြပါတယ်။ လူပေါင်းများစွာကို ဆက်သွယ်လို့ရနိုင်တဲ့ အင်အားကြီး တဲ့ နည်းလမ်းတစ်ခုလို့ပြောနိုင်ပါတယ်။



LinkedIn စာမျက်နှာတစ်ခုရဲ့နမူနာ

### Guerilla Recruiting

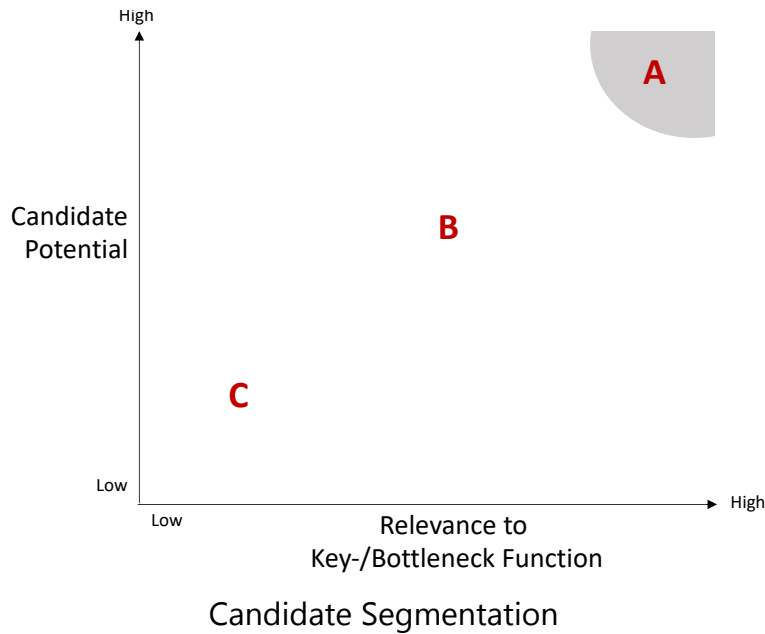
ကုန်ကျစရိတ်နည်းနည်းနဲ့ သက်ရောက်မှုများများရရှိနိုင်မယ့် နည်းလမ်းမျိုးဖြစ်ပါတယ်။ ပုံမှန်လုပ်ရိုး လုပ်စဉ် ဝန်ထမ်း ရှာဖွေတဲ့ ပုံစံမျိုးမဟုတ်၊ မထင်မှတ်ထားတဲ့ အချိန်၊ မထင်မှတ်ထားတဲ့ ပုံမျိုးနဲ့ အလုပ်ခေါ်တဲ့ အကြောင်းတွေကို လူတွေအား သိစေတဲ့ နည်းလမ်းဖြစ်ပါတယ်။ ဥပမာ - ဂျာမနီနိုင်ငံ က အေဂျင်စီတစ်ခုက Art Director Club ရဲ့ ပွဲတစ်ခုမှာ လူတစ်ယောက်ကို အဝတ်မပါသလောက်အနေ အထားပုံစံနဲ့ သူ့ရင်ဘက်မှာ အရမ်းကို Creative ဖြစ်တဲ့ Art Director တစ်ယောက်ကို အလုပ်ရုံပါတယ် ဆိုပြီး စင်ပေါ်တက်ခိုင်း လိုက်တာမျိုးဖြစ်ပါတယ်။ ဘယ်သူမှ ဒီလိုမျိုး လုပ်မယ်လို့ မထင်တဲ့အချိန်မှာ ဒီလိုမျိုးလုပ်လိုက်တဲ့အခါမှာ လူတွေအကြားမှ ပြောစရာတွေဖြစ်သွားပြီး အလုပ်လျှောက်တဲ့သူ အတော်များများကိုလည်းသူတို့ ရလိုက်ပါတယ်။ ၎င်းအေဂျင်စီရဲ့ကုန်ကျစရိတ်ကတော့ Art Director Club ဝင်ကြေးရယ်၊ ဒီလိုမျိုးလုပ်ရဲတဲ့ သတ္တိရယ်ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ ပြောချင်တာက ဒီလိုမျိုး တထပ်တည်း လိုက်လုပ်ဖို့ မဟုတ်ပါဘူး။ ဒါပေမယ့် မထင်မှတ်ထားတဲ့ အချိန်၊ မထင်မှတ်ထားတဲ့ ပုံမျိုးနဲ့ အလုပ်ခေါ်တဲ့ အကြောင်းတွေကို လူတွေအား သိစေတဲ့ နည်းလမ်းက တစ်ခါ တစ်လေမှာ အလုပ်တော့ ဖြစ်တတ်တဲ့ အကြောင်းပြောပြချင်တာဖြစ်ပါတယ်။



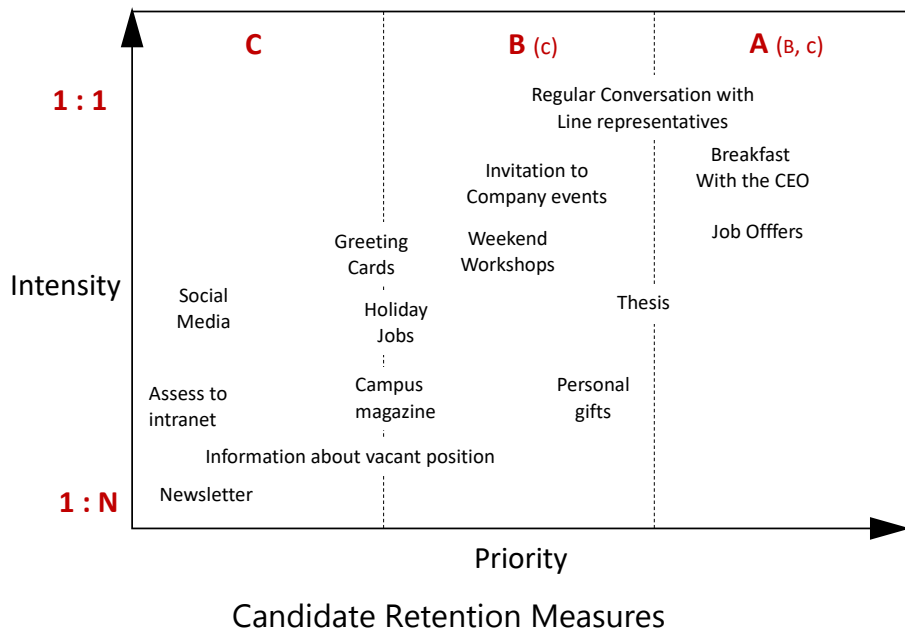
Guerilla Recruiting နမူနာတစ်ခု

### Candidate Retention

Talent Acquisition ရဲ့ building block တွေဖြစ်တဲ့ Employee Value Proposition, Active Sourcing အကြောင်းတွေကို ရှင်းပြပြီးသွားတဲ့အခါမှာ နောက်ထပ် building block တစ်ခုဖြစ်တဲ့ Candidate Retention အကြောင်းကို ရှင်းပြချင်ပါတယ်။ တစ်ခါတစ်လေ ကုမ္ပဏီတွေမှာ Internship အစီအစဉ်တွေလိုမျိုး တက္ကသိုလ် ကျောင်းသားတွေကလာပြီး အလုပ်သင် လာဆင်းကြတာမျိုးတွေ ရှိ တတ်ပါတယ်။ သူတို့ရဲ့ အလုပ်သင်ကာလ အပြီးမှာ သူတို့ကို အကဲဖြတ်တာမျိုးတွေလုပ်တတ် ကြပါတယ်။ ဒီလိုလုပ်တဲ့ အခါမှာ တစ်ချို့ကုမ္ပဏီတွေက ၎င်း အလုပ်သင်တွေမှာ အလားအလာရှိတယ် မရှိဘူး ဆိုတာကို အကဲဖြတ်တတ်ကြပါတယ်။ အထူးသဖြင့်သူတို့ တွေဟာ ကုမ္ပဏီရဲ့ Strategy အတွက် အရေးပါတဲ့ လုပ်ငန်းတာဝန် (Key function)၊ လူရှာရခက်လို့ အကြပ် အတည်းတွေဖြစ်လာနိုင်စေမယ့် လုပ်ငန်း တာဝန် (Bottleneck Function) တွေအတွက် သင့်တော်မှုရှိမရှိ အကဲဖြတ်ကြတာမျိုးကို ဆိုလိုပါတယ်။



ဒီလိုလုပ်တဲ့အခါမှာ အပေါ်ကပုံမှာ ပြတဲ့အတိုင်း A Candidate, B Candidate, C Candidate ဆိုပြီး ခွဲခြမ်း ကာ အောက်ကပုံမှာပြထားတဲ့ နည်းလမ်းတွေနဲ့ တွေ့ဆုံစကားပြောကာ အနာဂတ်မှာ လိုအပ်မယ့် ရာထူးအလုပ်တွေ အတွက် လိုအပ်သလို ကမ်းလှမ်းသွားနိုင်ဖို့အတွက် retain လုပ်နိုင်ပါတယ်။ Talent Pool လို့လည်း ခေါ်နိုင်ပါတယ်။



### Positive Candidate Experience

Talent Acquisition ရဲ့ building block (၄) ခုအထဲက နောက်ဆုံး တစ်ခုကတော့ **Positive Candidate Experience** အကြောင်းဖြစ်ပါတယ်။ ကုမ္ပဏီမှာ အလုပ်လာလျှောက်လိုတဲ့သူတွေကများ ပြီး အလုပ်ရာထူး လစ်လပ်နေတာက နည်းနေတဲ့အခါမှာထက်၊ အလုပ်လာလျှောက်လိုတဲ့သူတွေကနည်း နေပြီး အလုပ်ရာထူး လစ်လပ်နေတာက များနေတဲ့အခါမှာ အလုပ် လျှောက်တဲ့သူတွေမှာ ကောင်းတဲ့ အတွေ့အကြုံတွေကို ရသွားစေ ဖို့ဖြစ်ပါတယ်။

**Speed:** အလုပ်လာလျှောက်ကြတဲ့ လျှောက်လွှာရှင်များနဲ့ recruitment process တစ်ခုလုံး တောက်လျှောက် အပေါ်မှာထားတဲ့ ကုမ္ပဏီရဲ့ တုန့်ပြန်ဆောင်ရွက်မှုတွေက သူတို့ကုမ္ပဏီရဲ့ ပြိုင်ဖက်တွေ ထက် ပိုပြီး မြန်ဆန်နေခြင်း။

**Transparency:** အလုပ်လာလျှောက်ကြတဲ့သူများသည် သူတို့ရဲ့ လက်ရှိအခြေအနေနှင့် ပတ်သက်ပြီး အမြဲတမ်းရှင်းရှင်းလင်းလင်းသိရှိနေခြင်း။ သူတို့အနေဖြင့် အချို့သော လူရွေးချယ်ရေး နည်းလမ်း များကို အဘယ်ကြောင့် အသုံးပြုသည်ကို နားလည်ပြီးသင့်လျော်သောတုံ့ပြန်ချက်ကို ရရှိကြခြင်း။

**Appreciation:** အလုပ်လာလျှောက်ကြတဲ့သူများကို အပြည့်အဝ လေးစားစွာ ဆက်ဆံကြခြင်း။ ကုမ္ပဏီ အနေဖြင့် ၎င်းတို့ အလုပ်ခန့်အပ်လိုသော အလုပ်လာလျှောက်ကြတဲ့သူများအပေါ် စိတ်ဝင်စားမှု ရှိကြောင်းကို ပြသကြခြင်း။

အခုရှင်းပြခဲ့တဲ့ Speed, Transparency, Appreciation စတဲ့ အချက်တွေက အလုပ်လာလျှောက်သူ တစ် ယောက်အနေနဲ့ အလုပ်လာလျှောက်တဲ့အခါမှာ ကောင်းတဲ့အတွေ့အကြုံတွေ ရရှိသွားစေနိုင်မယ့် အချက် တွေဖြစ်ပါတယ်။

အခုရှင်းပြခဲ့တာတွေကို ပြန်ပြီး အကျဉ်းချုပ်ပြောရရင် Talent တွေကို acquire လုပ်တဲ့ Talent Acquisition ဆိုတဲ့လုပ်ငန်းမှာ အဓိကကျတဲ့ building block (၄) မျိုးဖြစ်တဲ့ ကိုယ့်ကုမ္ပဏီကနေ အလုပ်လာလျှောက်တဲ့ သူတွေကို ဘယ်လို ကတိတွေပေးသလဲဆိုတဲ့ Employee Value Proposition (EVP)၊ ဝန်ထမ်းတွေကို

ရှာဖွေတဲ့အခါမှာ ကိုယ့်ဆီကို အလုပ်လာလျှောက်တဲ့သူတွေကိုပဲ စောင့်ပြီးရှာဖွေ တာထက်၊ အလုပ်နဲ့ သင့်တော်မယ့် သူတွေကို ဈေးကွက်အထဲမှာ တက်တက်ကြွကြွရှာဖွေရတဲ့ Active Sourcing Strategy ချမှတ် လုပ်ဆောင်တာတွေ၊ ကိုယ့်ကုမ္ပဏီအတွက် အနာဂတ်မှာ အလားအလာရှိ မယ့် အလုပ်လျှောက်ကြသူတွေနဲ့ အဆက်အသွယ်မပြတ်စေဖို့ Candidate Retention လုပ်ကြတာတွေ အလုပ်လာလျှောက်တဲ့သူတွေဟာ ကုမ္ပဏီနဲ့ပတ်သက်ပြီး ကောင်းတဲ့ အတွေ့အကြုံကို ရသွားစေဖို့ Positive Candidate Experience တည်ဆောက် ပေးရတာတွေကို နားလည်သွားမယ်လို့ မျှော်လင့်ပါ တယ်။

အခုဒီ Talent Acquisition အကြောင်း သင်ခန်းစာကိုရှင်းပြတဲ့ အခါမှာ အောက်ပါဖော်ပြထားတဲ့ မေးခွန်း (၄) ခုနဲ့ ရှင်းပြပေးခဲ့တာဖြစ်ပါတယ်။

- ၁။ ဝန်ထမ်းများကို ရှာဖွေခန့်ထားတဲ့ အခါမှာ အသုံးပြုတဲ့ လုပ်ရိုးလုပ်စဉ် သမားရိုးကျ နည်းလမ်း (Traditional Approach) ကဘယ်လိုပုံစံမျိုးလဲ။
- ၂။ Employer Brand တစ်ခုကို တည်ဆောက်ခြင်းအားဖြင့် ကုမ္ပဏီတစ်ခုက သူ့ကိုယ်သူ ဘယ်လိုမျိုး နေရာယူကရပ်တည်နေရမလဲ။
- ၃။ အလုပ်ကိုအပူတပြင်းလိုက်ရှာဖွေနေခြင်းမရှိသူများ (Passive Candidates) ကို ရှာဖွေချဉ်းကပ်ဖို့ ဘယ်လို တက်ကြွစွာရှာဖွေရမယ့်နည်းလမ်းတွေ (Active Search Strategies) က ကုမ္ပဏီတွေကို အထောက်အကူပြုနိုင်မလဲ။
- ၄။ အလားအလာရှိပြီးထူးချွန်တဲ့အလုပ်လျှောက်လာတဲ့သူတွေ (promising and talented candidates) တွေကို ကုမ္ပဏီတွေက ရအောင် ခန့်ထားနိုင်ဖို့ လုပ်ရမလဲ။

လေးစားစွာဖြင့်...  
စောကယ်ရီဝင်း (KC Myanmar)

**ကိုးကားချက်။ ။ ပရောဖက်ဆာ အာမင် ထရော့စ် ရဲ့ သင်ခန်းစာ**