

# Session 07

## Recruitment

### බඳවාගැනීම් (Recruitment) යනු කුමක්ද?

- Recruitment is the set of activities an enterprise uses to attract job candidates who have the abilities and attitudes needed to help the enterprise achieve its objectives

**Glueck (1978)** පවසන්නේ, බඳවාගැනීම් යනු ආයතනයේ අරමුණු ඉටු කර ගැනීමට අවශ්‍ය හැකියාවන් සහ ආකල්ප ඇති රැකියා අපේක්ෂකයන් ආකර්ෂණය කර ගැනීමට ව්‍යවසායයක් විසින් භාවිතා කරන ක්‍රියාකාරකම් සමූහය බවයි. සරලව කිවහොත්, මෙය නිවැරදි පුද්ගලයන් නිවැරදි රැකියා සඳහා සොයාගැනීමේ ක්‍රියාවලියයි.

- It is the process of generating a pool of qualified applicants for organizational jobs.

**Mathis and Jackson (1988)** ට අනුව, එය ආයතනික රැකියා සඳහා සුදුසුකම් ලත් අයදුම්කරුවන්ගේ සංචිතයක් (a pool of qualified applicants) ජනනය කිරීමේ ක්‍රියාවලියකි. මෙම අර්ථ දැක්වීමෙන් පැහැදිලි වන්නේ බඳවාගැනීම් යනු එක් අයෙකු නොව, බඳවා ගැනීමට සුදුසු අයදුම්කරුවන් පිරිසක් සොයාගැනීම බවයි.

- Recruitment involves a systematic and serious attempt to find suitably qualified individuals from the job market and to attract them toward job vacancies of the organization as job applicants.

**Opatha (2019)** පෙන්වා දෙන්නේ, බඳවාගැනීම් යනු රැකියා වෙළඳපොළෙන් සුදුසුකම් ලත් පුද්ගලයන් සොයා ගැනීමට සහ ඔවුන් ආයතනයේ රැකියා සඳහා අයදුම්කරුවන් ලෙස ආකර්ෂණය කර ගැනීමට දරන ක්‍රමානුකූල හා බැරෑරුම් උත්සාහයක් බවයි. මෙය පෙර අර්ථ දැක්වීම් වලට වඩා පුළුල් වන අතර, ක්‍රමානුකූල බව සහ ආකර්ෂණය කර ගැනීමේ වැදගත්කම අවධාරණය කරයි.

## ප්‍රධාන ලක්ෂණ (Key Features)

- Recruitment results in the creation of a pool of job seekers from which persons are selected. Often the responsibility of performing the Recruitment function goes to HR Department of an organization.
- A very large organization continuously recruits applicants for job vacancies and therefore, there may be a separate HR specialist called Recruiter or Recruitment specialist.

අයදුම්කරුවන්ගේ සංචිතයක් නිර්මාණය කිරීම: බඳවාගැනීම් ක්‍රියාවලියේ අවසාන ප්‍රතිඵලය වන්නේ රැකියා සොයන්නන්ගේ විශාල සංචිතයක් බිහි කිරීමයි. මෙම සංචිතයෙන් පසුව සුදුසු පුද්ගලයන් තෝරා ගැනීම සිදු කෙරේ.

මානව සම්පත් දෙපාර්තමේන්තුවේ කාර්යභාරය: බොහෝ විට බඳවාගැනීම් කාර්යය පවරා ඇත්තේ ආයතනයක මානව සම්පත් (HR) දෙපාර්තමේන්තුවටයි. ඉතා විශාල ආයතනවල මෙම කාර්යය සඳහාම බඳවාගැනීම් විශේෂඥයෙක් හෝ බඳවාගැනීම් විශේෂඥ නිලධාරියෙක් පත් කර ඇත. ඔවුන්ගේ ප්‍රධාන කාර්යය වන්නේ අඛණ්ඩව රැකියා ඇබැර්තු සඳහා අයදුම්කරුවන් සොයා ගැනීමයි.

## Responsibility of Recruitment-බඳවාගැනීම්වල වගකීම

සාමාන්‍යයෙන්, ආයතනයක බඳවාගැනීම් කාර්යය (recruitment function) ඉටු කිරීමේ වගකීම පැවරී ඇත්තේ මානව සම්පත් (HR) දෙපාර්තමේන්තුවට ය. මෙම දෙපාර්තමේන්තුව, ආයතනයට අවශ්‍ය නිවැරදි පුද්ගලයන් ආකර්ෂණය කර ගැනීම, අයදුම්පත් කළමනාකරණය කිරීම සහ බඳවාගැනීම් සම්මුඛ පරීක්ෂණ සඳහා අවශ්‍ය මූලික කටයුතු සූදානම් කිරීම වැනි සියලු කාර්යයන් සම්බන්ධයෙන් වගකිව යුතුයි. ඉතා විශාල ආයතනවල, බඳවාගැනීම් කාර්යය වඩාත් සංකීර්ණ සහ අඛණ්ඩ ක්‍රියාවලියක් බැවින්, එය ඉටු කිරීම සඳහා වෙනම මානව සම්පත් විශේෂඥයෙක් (HR Specialist) සිටිය හැකිය. මෙම විශේෂඥයා විවිධ නම් වලින් හඳුන්වනු ලබයි:

**1. Recruiter (බඳවාගැනීම් නිලධාරී):** මෙය බඳවාගැනීම් ක්‍රියාවලිය මෙහෙයවන ප්‍රධාන පුද්ගලයායි. ඔවුන් රැකියා වෙළඳපොළ විශ්ලේෂණය කිරීම, සුදුසු අපේක්ෂකයන් සොයාගැනීම සහ සම්මුඛ පරීක්ෂණ පැවැත්වීම වැනි කාර්යයන් ඉටු කරයි.

**2. Recruitment Specialist (බඳවාගැනීම් විශේෂඥ):** මොවුන් බඳවාගැනීම් ක්‍රියාවලිය පිළිබඳ ගැඹුරු දැනුමක් සහ පුළුල් පළපුරුද්දක් ඇති අය වෙති. ඔවුන් නව බඳවාගැනීම් උපාය මාර්ග (strategies) නිර්මාණය කිරීම, තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිතය සහ පුළුල් වශයෙන් අයදුම්කරුවන් සොයාගැනීමේ ව්‍යාපාර මෙහෙයවීමට දායක වේ.

**3. Employment Specialist (රැකියා නියුක්ති විශේෂඥ):** මොවුන් බඳවාගැනීම් ක්‍රියාවලියට අමතරව, රැකියා නියුක්තියට අදාළ නීතිමය සහ පරිපාලනමය කටයුතු පිළිබඳවද වගකීම දරයි. රැකියා දීමනා නිකුත් කිරීම, රැකියා කොන්ත්‍රාත් සකස් කිරීම සහ අලුතින් බඳවාගත් සේවකයන් ආයතනයට හඳුන්වා දීම (onboarding) වැනි කාර්යයන් ද මොවුන්ගේ වගකීම් අතරට අයත් විය හැකිය.

**3. Personnel Specialist – Recruitment (පෞද්ගලික විශේෂඥ – බඳවාගැනීම්):** මෙය සාම්ප්‍රදායිකව භාවිතා වූ යෙදුමකි. මොවුන් මානව සම්පත් කළමනාකරණයට අදාළ පුළුල් කාර්යයන් අතරින් බඳවාගැනීම් ක්‍රියාවලියට විශේෂ අවධානයක් යොමු කරයි. **Personnel** යන වචනය දැන් බොහෝ විට **Human Resources** ලෙස වෙනස් වී ඇතත්, ඇතැම් ආයතන තවමත් මෙම යෙදුම භාවිතා කරයි.

## සාමාන්‍ය අරමුණ (General Purpose)

The general purpose of “Recruitment” is to provide an organization with a pool of potentially qualified job candidates.

බඳවාගැනීමේදී ප්‍රධාන අරමුණ වන්නේ ආයතනයකට සුදුසුකම් ඇති රැකියා අපේක්ෂකයන්ගේ සංචිතයක් (a pool of potentially qualified job candidates) ලබා දීමයි. සරලව කිවහොත්, රැකියාවක හිස් තැනක් සඳහා නිවැරදි පුද්ගලයා තෝරා ගැනීමට පෙර, ඒ සඳහා සුදුසුකම් ඇති අයදුම්කරුවන් විශාල පිරිසක් ආකර්ෂණය කර ගැනීම මෙම ක්‍රියාවලියේ මූලිකම පියවරයි.

මෙම ක්‍රියාවලිය මගින් ආයතනයකට ලැබෙන ප්‍රතිලාභ:

- රැකියා ඇබැරිතු සඳහා අයදුම් කරන සංඛ්‍යාව වැඩි වීම.
- තෝරාගැනීමේ ක්‍රියාවලියට පෙරම නුසුදුසු අයදුම්කරුවන් ඉවත් කිරීමට අවස්ථාව ලැබීම.
- අනාගතයේදී ඇතිවිය හැකි රැකියා හිස් තැන් සඳහා කලින්ම සුදානම් වීමට හැකිවීම.

## වැදගත්කම (Significance)

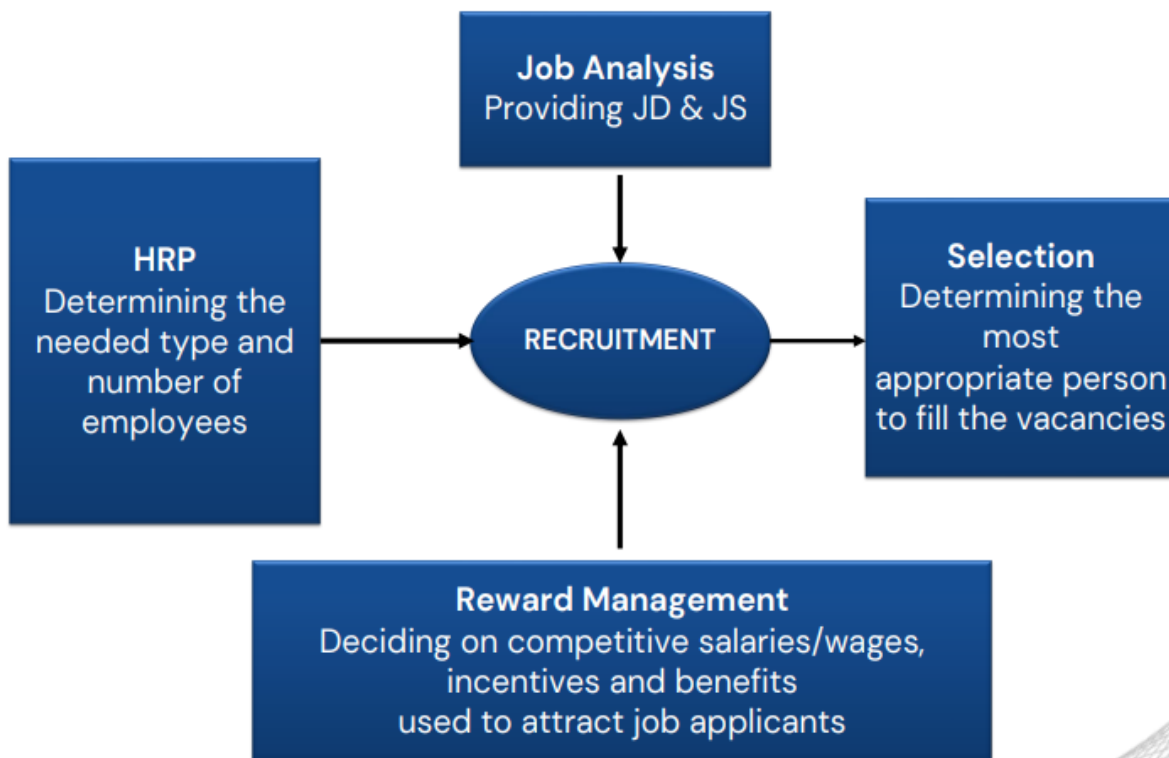
The quality of HR in an organization depends heavily on the quality of job applicants attracted.

ආයතනයක මානව සම්පත්වල ගුණාත්මක භාවය (quality of HR) රඳා පවතින්නේ බඳවාගැනීම් ක්‍රියාවලියෙන් ආකර්ෂණය කරගන්නා අයදුම්කරුවන්ගේ ගුණාත්මක භාවය මතයි.

මෙම කරුණෙහි වැදගත්කම පහත පරිදි විස්තර කළ හැකිය:

1. සංවිධානයේ සාර්ථකත්වය: ආයතනයක අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීමට, ඉලක්ක සපුරා ගැනීමට සහ අභියෝග ජය ගැනීමට හැකි වන්නේ නිවැරදි කුසලතා, දැනුම සහ ආකල්ප ඇති සේවකයන් සිටි නම් පමණි. එම නිවැරදි පුද්ගලයන් ආයතනයට ලැබෙන්නේ හොඳ බඳවාගැනීම් ක්‍රියාවලියක් හරහා සුදුසුකම් ඇති අයදුම්කරුවන් ආකර්ෂණය කර ගැනීමෙනි.
2. නිෂ්පාදනය සහ කාර්යක්ෂමතාව: උසස් තත්ත්වයේ අයදුම්කරුවන් බඳවා ගැනීමෙන් ආයතනයේ සමස්ත නිෂ්පාදන මට්ටම සහ කාර්යක්ෂමතාව ඉහළ යයි. නුසුදුසු පුද්ගලයන් බඳවා ගැනීමෙන් ඵලදායිතාව අඩුවීම, වැඩ නැවත නැවත කිරීමට සිදුවීම, සහ වෙනත් ගැටලු ඇතිවිය හැකිය.
3. පිරිවැය අඩු කිරීම: වැරදි පුද්ගලයෙක් බඳවා ගැනීම ආයතනයට විශාල පිරිවැයක් ඇති කරයි. නැවත බඳවාගැනීම්, පුහුණුවීම් සහ අඩුවන ඵලදායිතාව හේතුවෙන් ඇතිවන පාඩු මෙම පිරිවැයට ඇතුළත් වේ. එම නිසා, ආරම්භයේදීම හොඳ අයදුම්කරුවන් තෝරා ගැනීම දිගු කාලීනව මුදල් ඉතිරි කරයි.
4. ආයතනික සංස්කෘතිය: හොඳම අයදුම්කරුවන් යනු රැකියා සඳහා අවශ්‍ය කුසලතා පමණක් නොව, ආයතනයේ සංස්කෘතියට සහ වටිනාකම්වලට ගැලපෙන පුද්ගලයන් ද වේ. එවැනි පුද්ගලයන් බඳවා ගැනීමෙන් යහපත් සේවා පරිසරයක් ගොඩනැගෙන අතර සේවක පිරිවැටුම (employee turnover) අඩු වේ.

## Recruitment and Related HRM Functions



## මානව සම්පත් සැලසුම්කරණය (HRP - Human Resource Planning)

- **HRP** යනු අවශ්‍ය වන සේවකයන්ගේ වර්ගය සහ සංඛ්‍යාව තීරණය කිරීමයි. මෙය බඳවාගැනීම් ක්‍රියාවලියේ පළමු පියවර ලෙස සැලකිය හැකිය.
- ආයතනයක අනාගත අරමුණු අනුව, ඉදිරි කාලයේදී අවශ්‍ය වන දැනුම, කුසලතා සහ හැකියාවන් සහිත සේවකයන් කී දෙනෙක් අවශ්‍යද යන්න මෙහිදී තක්සේරු කෙරේ.
- මෙම සැලසුම මගින් බඳවාගැනීම් ක්‍රියාවලිය සඳහා අවශ්‍ය මූලික තොරතුරු සපයයි.

## රැකියා විශ්ලේෂණය (Job Analysis)

- රැකියා විශ්ලේෂණය යනු රැකියා විස්තරය (Job Description - JD) සහ රැකියා පිරිවිතරය (Job Specification - JS) සැපයීමයි.
- රැකියා විස්තරය (JD): යම් රැකියාවක වගකීම්, කාර්යයන් සහ රාජකාරි මොනවාද යන්න මෙහිදී විස්තර කෙරේ.
- රැකියා පිරිවිතරය (JS): එම රැකියාව ඉටු කිරීමට අවශ්‍ය සුදුසුකම්, අධ්‍යාපනය, අත්දැකීම් සහ කුසලතා මොනවාද යන්න මෙහිදී පැහැදිලි කෙරේ.
- මෙම තොරතුරු බඳවාගැනීම් ක්‍රියාවලිය සඳහා අත්‍යවශ්‍ය වේ, මන්ද එය මත පදනම්ව නිවැරදි අපේක්ෂකයන් ආකර්ෂණය කරගත හැකිය.

## තෝරාගැනීම (Selection)

- තෝරාගැනීම යනු හිස් තැන් පිරවීම සඳහා වඩාත් සුදුසු පුද්ගලයා තීරණය කිරීමයි.
- බඳවාගැනීම් ක්‍රියාවලිය මගින් ලබා ගත් අයදුම්කරුවන්ගේ සංචිතයෙන්, රැකියාවට වඩාත් සුදුසුම පුද්ගලයා තෝරා ගැනීම මෙහිදී සිදු වේ.
- මෙය සම්මුඛ පරීක්ෂණ, පරීක්ෂණ සහ වෙනත් තක්සේරු ක්‍රම භාවිතයෙන් සිදු කරයි.

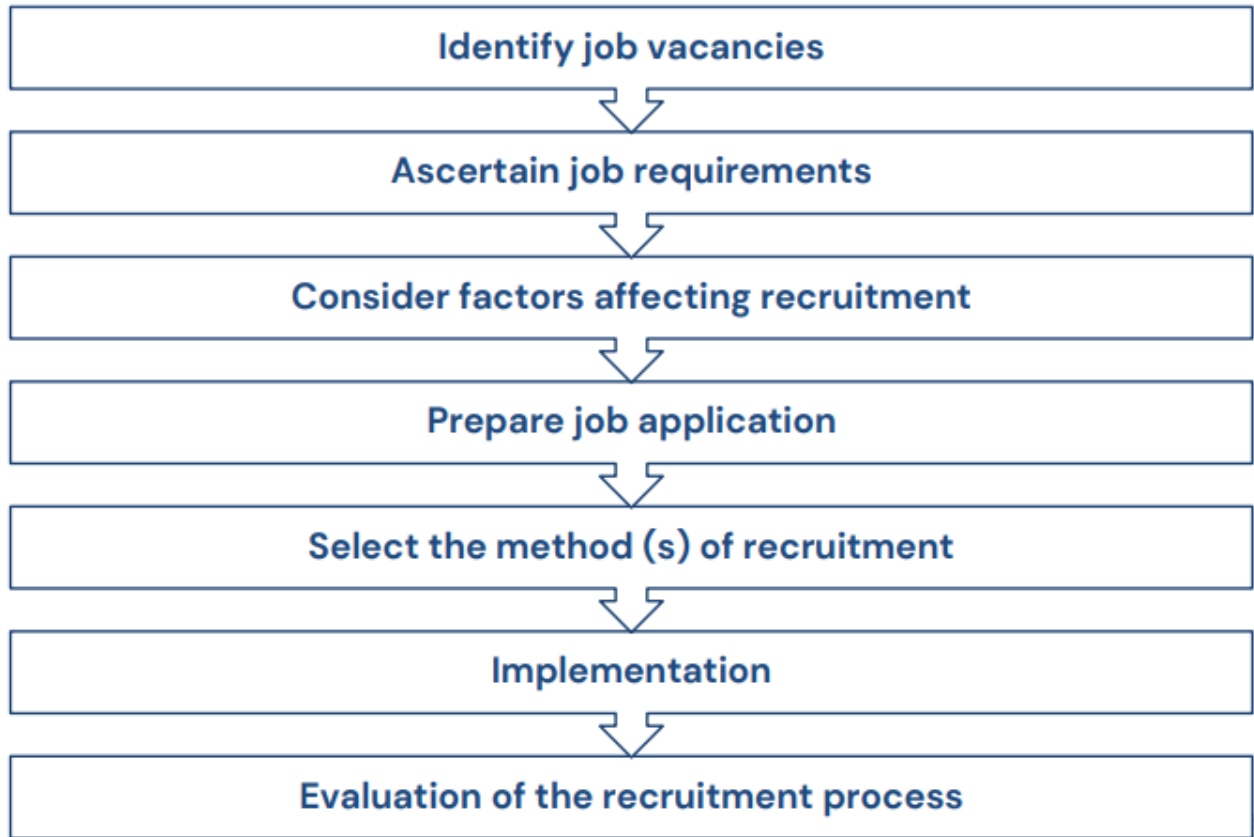
## ප්‍රතිලාභ කළමනාකරණය (Reward Management)

- ප්‍රතිලාභ කළමනාකරණය යනු තරඟකාරී වැටුප්, දීමනා සහ ප්‍රතිලාභ තීරණය කිරීමයි.
- රැකියා අපේක්ෂකයන් ආකර්ෂණය කර ගැනීම සඳහා මෙය ඉතා වැදගත් වේ.
- ආකර්ෂණීය වැටුප් සහ දීමනා ලබා දීමෙන්, හොඳම අපේක්ෂකයන් ඔබේ ආයතනය වෙත ආකර්ෂණය කරගත හැකිය. මෙහිදී වෙළඳපොළේ පවතින වැටුප් තත්ත්වයන් සහ ආයතනයේ ප්‍රතිපත්ති සැලකිල්ලට ගනී.

**බඳවාගැනීම් (Recruitment)** යනු ඉහත සඳහන් අනෙකුත් මානව සම්පත් කාර්යයන් සමඟ සම්පව බැඳී පවතින ක්‍රියාවලියකි. මානව සම්පත් සැලසුම්කරණය (HRP), රැකියා විශ්ලේෂණය (Job Analysis) සහ ප්‍රතිලාභ කළමනාකරණය (Reward Management) යන කාර්යයන් මගින් බඳවාගැනීම් සඳහා අවශ්‍ය

තොරතුරු සහ ආධාරක සපයයි. අනතුරුව, බඳවාගැනීම් ක්‍රියාවලියෙන් නිර්මාණය වන අයදුම්කරුවන්ගේ සංචිතය, තෝරාගැනීමේ (Selection) ක්‍රියාවලියට යොමු කෙරේ. මේ අනුව, මෙම සියලු කාර්යයන් එකිනෙකට සම්බන්ධව ආයතනයක මානව සම්පත් අවශ්‍යතා සපුරාලීමට දායක වේ.

## **A Model for Recruitment Process**



### **1. රැකියා ඇබැරිතු හඳුනාගැනීම (Identify Job Vacancies)**

Job vacancies can be identified from HRP and requests made by managers

- i. Nature of job vacancies
- ii. Number of job vacancies
- iii. Type
- iv. Time

මෙය බඳවාගැනීමේ ක්‍රියාවලියේ ආරම්භයයි. ආයතනයක ඇතිවන රැකියා හිස් තැන් හඳුනා ගැනීම ප්‍රධාන වශයෙන් ක්‍රම දෙකකින් සිදු වේ:

1. මානව සම්පත් සැලසුම්කරණයෙන් (HRP): ආයතනයේ ඉදිරි අරමුණු අනුව අනාගතයේදී අවශ්‍ය විය හැකි සේවක සංඛ්‍යාව සහ වර්ගය මෙහිදී කලින්ම තක්සේරු කරනු ලැබේ. උදාහරණයක් ලෙස, නව ව්‍යාපෘතියක් සඳහා අමතර සේවකයන් අවශ්‍ය බව HRP මගින් හඳුනාගත හැකිය.
2. කළමනාකරුවන්ගේ ඉල්ලීම් මත (Requests by managers): යම් දෙපාර්තමේන්තුවක සේවකයෙක් ඉල්ලා අස්වීම, විශ්‍රාම ගැනීම හෝ මාරුවීම වැනි හේතු මත හිස් වූ තනතුරක් සඳහා අදාළ කළමනාකරු විසින් මානව සම්පත් දෙපාර්තමේන්තුවට ඉල්ලීමක් කරනු ලැබේ.

මෙම පියවරේදී, රැකියා ඇබැර්තු පිළිබඳව පහත කරුණු හඳුනාගැනීම වැදගත් වේ:

- රැකියා ඇබැර්තුවේ ස්වභාවය (Nature of job vacancies): මෙය නව රැකියාවක් ද, නැතහොත් දැනට සිටින සේවකයෙකුගේ හිස් වූ තනතුරක් ද යන්න.
- රැකියා ඇබැර්තු ගණන (Number of job vacancies): අවශ්‍ය වන සේවකයන්ගේ නිශ්චිත සංඛ්‍යාව.
- වර්ගය (Type): කළමනාකරණ මට්ටමේ රැකියාවක් ද, කාර්මික හෝ සාමාන්‍ය සේවක රැකියාවක් ද යන්න.
- කාලය (Time): රැකියා ඇබැර්තුව පිරවිය යුතු කාල සීමාව.

## **2. රැකියා අවශ්‍යතා තහවුරු කිරීම (Ascertain Job Requirements)**

From job analysis information and the manager's comments. (Special job characteristics, qualifications and qualities to be possessed by the needed person)

රැකියා ඇබැර්තුව හඳුනාගත් පසු, එම රැකියාව සඳහා අවශ්‍ය සුදුසුකම් සහ ලක්ෂණ තීරණය කිරීම මෙහිදී සිදු කෙරේ. මේ සඳහා ප්‍රධාන වශයෙන් ප්‍රභව දෙකක් භාවිතා වේ:

1. රැකියා විශ්ලේෂණ තොරතුරු (Job analysis information): මෙය යම් රැකියාවක ස්වභාවය, වගකීම් සහ ඒ සඳහා අවශ්‍ය සුදුසුකම් පිළිබඳ විද්‍යාත්මකව විශ්ලේෂණය කිරීමෙන් ලබාගත් තොරතුරු සමූහයයි. මේ මත පදනම්ව රැකියා විස්තරය (Job Description) සහ රැකියා පිරිවිතරය (Job Specification) සකස් කෙරේ.
2. කළමනාකරුගේ අදහස් (Manager's comments): රැකියා විශ්ලේෂණයට අමතරව, අදාළ රැකියා තනතුරේ සෘජු කළමනාකරුගේ අදහස් ලබා ගැනීමද වැදගත්ය. ඔවුන්ට එම රැකියාවේ සුවිශේෂී ලක්ෂණ, අනාගත අවශ්‍යතා සහ අපේක්ෂිත සේවකයා සතුව තිබිය යුතු විශේෂ රැකියා ලක්ෂණ, සුදුසුකම් සහ ගුණාංග පිළිබඳව වඩාත් නිවැරදි අවබෝධයක් තිබිය හැකිය.

මෙම පියවර දෙක, බඳවාගැනීමේ සාර්ථකත්වය සඳහා අතිශයින් වැදගත් වේ. නිවැරදිව රැකියා ඇබැර්තුව හඳුනාගෙන, ඒ සඳහා අවශ්‍යතා නිවැරදිව තහවුරු කරගැනීමෙන් පමණක් එම රැකියාවට ගැළපෙන හොඳම අපේක්ෂකයා සොයා ගැනීමට හැකියාව ලැබේ.

### **3. Consider Factors Affecting Recruitment**

#### **බඳවාගැනීම් ප්‍රතිපත්ති (Recruitment Policies)**

ආයතනයක් රැකියා සඳහා අපේක්ෂකයන් සොයාගැනීමට අනුගමනය කරන ප්‍රධාන ප්‍රතිපත්ති දෙකකි:

- **අභ්‍යන්තර බඳවාගැනීම් ප්‍රතිපත්තිය (Internal Recruitment Policy):**

මෙම ප්‍රතිපත්තිය යටතේ හිස් වූ රැකියා තනතුරු පිරවීම සඳහා ආයතනය තුළම සිටින සේවකයන් යොදාගනු ලැබේ. මෙහිදී, සිටින සේවකයන් උසස් කිරීම (promotion) හෝ වෙනත් අංශයකට මාරු කිරීම (transfer) සිදු කළ හැකිය. මෙම ප්‍රතිපත්තිය සේවකයන්ට වෘත්තීය දියුණුවට අවස්ථා ලබා දෙන අතර, ඔවුන්ගේ අභිප්‍රේරණය (motivation) ඉහළ නංවයි.

- **බාහිර බඳවාගැනීම් ප්‍රතිපත්තිය (External Recruitment Policy):**

මෙම ප්‍රතිපත්තිය යටතේ හිස් වූ රැකියා තනතුරු පිරවීම සඳහා ආයතනයෙන් පිටත සිටින අපේක්ෂකයන් ආකර්ෂණය කරගනු ලැබේ. ප්‍රචත්පත් දැන්වීම්, රැකියා වෙබ් අඩවි, සමාජ මාධ්‍ය හෝ රැකියා නියෝජිත ආයතන වැනි විවිධ ක්‍රම මගින් බාහිර අපේක්ෂකයන් සොයා ගනු ලබයි. මෙම ප්‍රතිපත්තිය නව කුසලතා සහ අදහස් ආයතනයට ගෙන ඒමට උපකාරී වේ.

#### **අනෙකුත් සාධක (Other Factors)**

බඳවාගැනීමේදී ඉහත සඳහන් ප්‍රතිපත්ති තීරණය කිරීමට සහ ක්‍රියාවලිය සාර්ථක කරගැනීමට බලපාන වෙනත් වැදගත් සාධක කිහිපයක් තිබේ.

- **පිරිවැය (Cost):**

බඳවාගැනීමේ ක්‍රියාවලියට විශාල මුදලක් වැය විය හැකිය. උදාහරණයක් ලෙස, ප්‍රචත්පත්වල දැන්වීම් පළ කිරීම, රැකියා නියෝජිත ආයතනවලට ගෙවීම් කිරීම සහ සම්මුඛ පරීක්ෂණ පැවැත්වීම සඳහා වන වියදම් මෙයට ඇතුළත් වේ. එම නිසා, පිරිවැය සලකා බැලීමෙන් වඩාත් කාර්යක්ෂම ක්‍රමවේදයක් තෝරාගැනීමට සිදුවේ.



- කාලය (Time):

රැකියා ඇබැරිතුවක් පිරවීමට ගතවන කාලය ආයතනයේ ක්‍රියාකාරීත්වයට සෘජුවම බලපායි. යම් රැකියාවක් හිස්ව තිබීම ආයතනයේ ඵලදායිතාව අඩු කළ හැකිය. එබැවින්, ඉක්මනින් හා කාර්යක්ෂමව බඳවාගැනීමේ ක්‍රියාවලිය අවසන් කිරීම ඉතා වැදගත්ය.

- වෙනත් සාධක (Other factors):

ඉහත සඳහන් සාධකවලට අමතරව, බඳවාගැනීමට බලපාන තවත් කරුණු කිහිපයක් තිබේ:

- රජයේ නීති සහ රෙගුලාසි: බඳවාගැනීමේ ක්‍රියාවලිය විවිධ නීතිවලට අනුකූල විය යුතුය.
- සේවා වෙළඳපොළේ තත්ත්වය: රැකියා සඳහා ඇති තරඟකාරීත්වය සහ සුදුසුකම් ලත් අපේක්ෂකයන්ගේ සැපයුම.
- ආයතනයේ කීර්තිනාමය (Reputation): හොඳ කීර්තිනාමයක් ඇති ආයතනවලට අපේක්ෂකයන් ආකර්ෂණය කරගැනීම පහසු වේ.

මෙම සියලු සාධක සමස්ත බඳවාගැනීමේ ක්‍රියාවලියේ සාර්ථකත්වයට සෘජුවම බලපාන බැවින් ඒවා නිසි පරිදි සලකා බැලීම වැදගත් වේ.

## අභ්‍යන්තර බඳවාගැනීමේ ප්‍රතිපත්තිය (Internal Recruitment Policy)

Advantages	Disadvantages
1. Creates employee moral	1. Prevent from flowing inside of new knowledge and skills
2. Possible to attract people who expect career development	2. No opportunity of having the most appropriate man from a large number of recruits
3. Possible to retain current appropriate employees	3. Avoids new blood. Retains old blood. Inbreeding occurs
4. Motivates employees	4. Higher cost in procuring professional
5. Lesser cost	5. Employees promoted beyond his/her competence
6. Encourage sound labor-management relationship	
7. Lesser orientation time	

### වාසි (Advantages):

1. සේවක අභිප්‍රේරණය ඉහළ යයි (**Creates employee moral**): සේවකයන්ට වෘත්තීය දියුණුවට අවස්ථා තිබෙන බව දැන ගැනීමෙන් ඔවුන්ගේ රැකියාව පිළිබඳ උනන්දුව සහ කැපවීම වැඩි වේ.
2. වෘත්තීය දියුණුව අපේක්ෂා කරන අය ආකර්ෂණය කරගත හැකිය (**Possible to attract people who expect career development**): රැකියාවට එන නවකයන් පවා අභ්‍යන්තර බඳවාගැනීම් ක්‍රමයක් ඇති ආයතනවල රැකියා කිරීමට කැමැත්තක් දක්වයි.
3. සුදුසු සේවකයන් රඳවාගැනීමට හැකිවේ (**Possible to retain current appropriate employees**): හොඳින් වැඩ කරන සේවකයන්ට උසස්වීම් ලබා දීමෙන් ඔවුන් වෙනත් ආයතන වෙත යෑම වළක්වා ගත හැකිය.
4. සේවකයන් පෙළඹවීමට හැකිවේ (**Motivates employees**): අභ්‍යන්තර උසස්වීම් සඳහා වන අවස්ථා සේවකයන්ට වඩා හොඳින් කාර්යයන් ඉටු කිරීමට දිරිගැන්වීමක් වේ.
5. පිරිවැය අඩුය (**Lesser cost**): පිටතින් අයදුම්කරුවන් සොයා ගැනීමට දැන්වීම් පළ කිරීමට සහ සම්මුඛ පරීක්ෂණ පැවැත්වීමට විශාල මුදලක් වැය නොවේ.
6. යහපත් සේවා-කළමනාකරණ සම්බන්ධතා (**Encourage sound labor-management relationship**): අභ්‍යන්තරව බඳවාගැනීමෙන් කළමනාකාරිත්වය සහ සේවකයන් අතර යහපත් සම්බන්ධතාවක් ගොඩනැගේ.
7. අවම දිශානති කාලයක් (**Lesser orientation time**): නව තනතුරකට පත්වන සේවකයාට ආයතනයේ ක්‍රියාකාරකම්, සංස්කෘතිය සහ සේවකයන් පිළිබඳ දැනටමත් අවබෝධයක් ඇති නිසා පුහුණු කිරීමට ගතවන කාලය අඩුය.

### අවාසි (Disadvantages):

1. නව දැනුම සහ කුසලතා ගලා ඒම වළක්වයි (**Prevent from flowing inside of new knowledge and skills**): ආයතනයට පිටතින් නව අදහස් සහ තාක්ෂණයන් ගෙන ඒමට ඇති අවස්ථාව අඩු වේ.
2. අපේක්ෂකයන්ගේ පුළුල් තේරීමක් නැත (**No opportunity of having the most appropriate man from a large number of recruits**): සීමිත පිරිසක් අතරින් තෝරා ගැනීමට සිදුවන නිසා හොඳම අපේක්ෂකයා මග හැරීමට ඉඩ ඇත.
3. නරක ගතිගුණ රඳවාගැනීමට ඉඩ ඇත (**Retains old blood. Inbreeding occurs**): පැරණි සේවකයන් උසස් කිරීමෙන් ඔවුන්ගේ පැරණි ක්‍රම සහ ආකල්ප දිගින් දිගටම ආයතනය තුළ රඳා පැවතීමට ඉඩ ඇත. මෙය "inbreeding" ලෙස හඳුන්වයි.

4. වෘත්තීය සේවකයන් බඳවාගැනීමට වැඩි පිරිවැයක් (**Higher cost in procuring professional**): යම් විෂය ක්ෂේත්‍රයක් සඳහා විශේෂිත වූ වෘත්තිකයන් ආයතනය තුළ සිටින්නේ නැතිනම් ඔවුන් පිටතින් බඳවාගැනීමට සිදුවන අතර එය අධික වියදමක් දැරීමට සිදුවිය හැකිය.
5. සුදුසුකම් නොමැති අය උසස්වීම් ලැබිය හැකිය (**Employees promoted beyond his/her competence**): සේවකයන්ගේ කාර්ය සාධනය මත පමණක් නොව, ඔවුන්ගේ ජ්‍යෙෂ්ඨත්වය මත උසස්වීම් ලබා දීමේදී, ඔවුන්ගේ හැකියාවට වඩා ඉහළ තනතුරු දැරීමට සිදුවිය හැකිය.

## බාහිර බඳවාගැනීම් ප්‍රතිපත්තිය (External Recruitment Policy)

Advantages	Disadvantages
1. Opportunity get people with new knowledge and skills	1. Demotivate internal/current employees
2. Possibility to employ more active and young executives and specialists	2. Attraction efforts
3. Lower cost for training and development	3. Leads to bad/negative labor and industrial relations

### වාසි (Advantages):

1. නව දැනුම සහ කුසලතා ලැබේ (**Opportunity get people with new knowledge and skills**): බාහිරින් බඳවාගැනීමෙන් වෙළඳපොළේ නවතම දැනුම, කුසලතා සහ තාක්ෂණයන් පිළිබඳව දැනුවත් පිරිසක් ආයතනයට ඇතුළු වේ.
2. වඩාත් ක්‍රියාශීලී සහ තරුණ වෘත්තිකයන් බඳවාගැනීමට හැකිවේ (**Possibility to employ more active and young executives and specialists**): ආයතනය තුළ නොසිටින, නමුත් වෙළඳපොළේ සිටින දක්ෂ, ක්‍රියාශීලී සහ විශේෂඥ දැනුමක් ඇති තරුණ විධායක නිලධාරීන් බඳවාගැනීමට අවස්ථාව ලැබේ.
3. පුහුණුව සහ සංවර්ධන පිරිවැය අඩුය (**Lower cost for training and development**): බාහිරින් බඳවාගන්නා අපේක්ෂකයන්ට රැකියාවට අවශ්‍ය කුසලතා දැනටමත් ඇති නිසා, ඔවුන් පුහුණු කිරීමට වැයවන කාලය සහ පිරිවැය අඩුය.

### අවාසි (Disadvantages):

1. අභ්‍යන්තර සේවකයන් අධෛර්යමත් කරයි (Demotivate internal/current employees): ආයතනය තුළ සිටින සේවකයන්ට උසස්වීම් නොදී පිටතින් අය බඳවාගැනීමෙන් ඔවුන්ගේ අභිප්‍රේරණය පහළ යා හැකිය.
2. ආකර්ෂණය කරගැනීමේ උත්සාහයන් (Attraction efforts): සුදුසු අපේක්ෂකයන් ආකර්ෂණය කරගැනීම සඳහා දැන්වීම් පළ කිරීමට, ප්‍රචාරණය කිරීමට සහ සම්මුඛ පරීක්ෂණ පැවැත්වීමට විශාල කාලයක් සහ මුදලක් වැය වේ.
3. වෘත්තීය නොවන සබඳතා ඇතිවීම (Leads to bad/negative labor and industrial relations): අභ්‍යන්තර සේවකයන් නොසලකා හැරීම නිසා, කළමනාකාරීත්වය සහ සේවකයන් අතර ගැටුම් සහ අයහපත් කාර්මික සබඳතා ඇතිවිය හැකිය.

ඔබ ලබා දුන් බඳවාගැනීමේ ක්‍රියාවලියේ පියවර 4 සහ 5 පිළිබඳව තවත් ගැඹුරින් සහ සවිස්තරාත්මකව පහතින් විස්තර කර ඇත.

## **4. රැකියා අයදුම්පත්‍රය සකස් කිරීම (Prepare Job Application)**

රැකියා අයදුම්පත්‍රය යනු බඳවාගැනීමේ ක්‍රියාවලියේ ඉතා වැදගත් කොටසකි. එය අපේක්ෂකයන්ගේ මූලික තොරතුරු, අධ්‍යාපන සුදුසුකම් සහ සේවා පළපුරුද්ද එකතු කරගන්නා ප්‍රධාන මාධ්‍යයයි.

- **ප්‍රමිතිගත ආකෘතියක් (Standard one)**

බොහෝ විශාල සහ මධ්‍යම ප්‍රමාණයේ ආයතන මෙම ක්‍රමය භාවිතා කරයි. මෙහිදී, ආයතනය විසින්ම නිර්මාණය කරන ලද නිශ්චිත ආකෘතියක් අයදුම්කරුවන්ට ලබා දේ. මෙම පත්‍රිකාව සැලසුම් කර ඇත්තේ රැකියාවට අදාළ නිශ්චිත තොරතුරු පමණක් ලබාගැනීමටයි. උදාහරණයක් ලෙස, එයට අයදුම්කරුවාගේ නම, ලිපිනය, අධ්‍යාපන විස්තර, පෙර සේවා පළපුරුද්ද, පුහුණුවීම්, සහ නිර්දේශකයන්ගේ විස්තර ඇතුළත් වේ. මෙම ක්‍රමයේ වාසිය වන්නේ සියලු අයදුම්කරුවන්ගෙන් එකම ආකාරයේ තොරතුරු ලබාගැනීමට හැකිවීම නිසා, ඒවා පහසුවෙන් සංසන්දනය කිරීමට හැකි වීමයි.

- **ස්වයං-සකස් කළ ආකෘතියක් (Self-prepared)**

මෙම ක්‍රමය යටතේ අයදුම්කරුවන්ට තමන් විසින්ම සකස් කරන ලද ජීවදත්ත පත්‍රිකාවක් (CV - Curriculum Vitae) හෝ පුද්ගලික අයදුම්පත්‍රයක් යොමු කිරීමට අවස්ථාව ලැබේ. මෙය ආයතනයේ නිර්මාණාත්මක හෝ විශේෂිත තනතුරු සඳහා බහුලව භාවිතා වේ. මෙහිදී අපේක්ෂකයෙකුට තම කුසලතා, නිර්මාණශීලීත්වය සහ පළපුරුද්ද වඩාත් විස්තරාත්මකව ඉදිරිපත් කිරීමට අවස්ථාව ලැබේ. ආයතන කිහිපයකට එකම CV එකක් යොමු කළ හැකි නිසා මෙය අපේක්ෂකයන්ටද පහසු ක්‍රමයකි.

## **5. බඳවාගැනීමේ ක්‍රමවේදය (ක්‍රම) තෝරා ගැනීම (Select the Method(s) of Recruitment)**

මෙම පියවරේදී, රැකියා ඇබැර්තු ප්‍රචාරය කරමින් සුදුසු අපේක්ෂකයන් සොයාගැනීම සඳහා භාවිතා කරන විවිධ ක්‍රම තෝරාගනු ලැබේ. මේවා ප්‍රධාන වශයෙන් අභ්‍යන්තර සහ බාහිර වශයෙන් දෙකොටසකට බෙදේ.

### **i. අභ්‍යන්තර බඳවාගැනීමේ ක්‍රම (Internal Recruitment Methods)**

ආයතනය තුළම සිටින සේවකයන්ට නව රැකියා අවස්ථා පිළිබඳව දැනුම් දීම සඳහා භාවිතා කරන ක්‍රම:

- රැකියා දැන්වීම් පළ කිරීම (Job posting):

මෙය සේවකයන්ට ආයතනයේ හිස් තනතුරු ගැන දැනුම් දෙන සරලම ක්‍රමයයි. බොහෝ විට ආයතනයේ ප්‍රධාන දැන්වීම් පුවරුවල, අභ්‍යන්තර පුවත්පත්වල, සභරාවල හෝ වෙනත් සන්නිවේදන මාධ්‍යවල දැන්වීම් පළ කරයි.

- දක්ෂතා සහ කළමනාකරණ තොරතුරු පද්ධති (Skills and management inventories):

විශාල ආයතනවල සෑම සේවකයෙකුගේම සුදුසුකම්, අත්දැකීම්, සහ විශේෂ කුසලතා පිළිබඳ තොරතුරු ඇතුළත් දත්ත පද්ධතියක් පවත්වාගෙන යයි. කළමනාකාරිත්වය විසින් හිස් වන රැකියාවට අදාළ අවශ්‍යතා අනුව මෙම දත්ත පද්ධතිය පරීක්ෂා කර සුදුසු සේවකයන් හඳුනා ගනී. ඉන්පසු ඔවුන්ට එම රැකියාවට අයදුම් කරන ලෙස දැනුම් දෙයි.

- අන්තර්ජාලය (Intranet):

ආයතනයේ අභ්‍යන්තර පරිගණක ජාලය හරහා රැකියා ඇබැර්තු ප්‍රචාරය කිරීම. මේ සඳහා විද්‍යුත් තැපෑල (e-mail) හෝ ආයතනික අභ්‍යන්තර ජාලයේ (LAN/WAN) විශේෂ වෙබ් පිටුවක් භාවිතා කළ හැකිය.

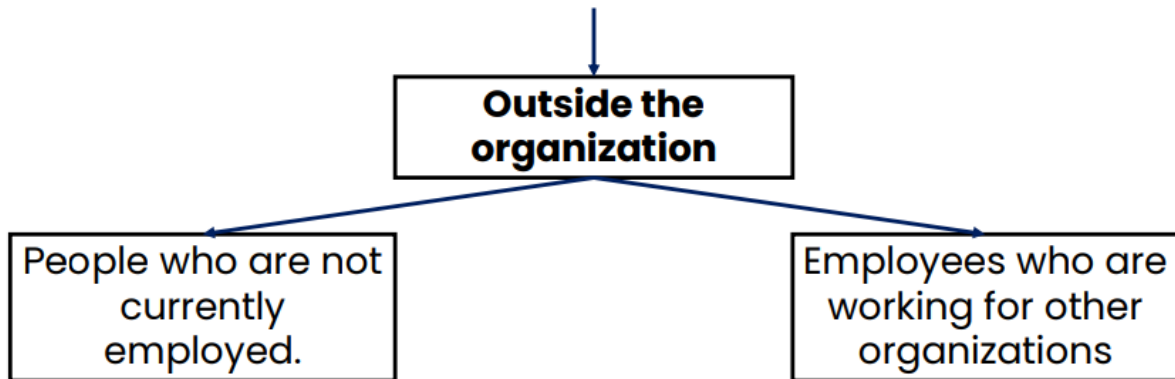
- අනුප්‍රාප්තික සැලසුම් (Succession plans):

මෙය ඉහළ කළමනාකරණ මට්ටමේ තනතුරු සඳහා අනාගතයේදී පත් කිරීමට අපේක්ෂිත සේවකයන් කලින්ම හඳුනාගෙන පුහුණු කිරීමේ ක්‍රියාවලියකි. මෙම ක්‍රමයේදී බොහෝ විට හිස් වූ තනතුරු සඳහා වෙනම අයදුම්කරුවන් තෝරාගැනීමේ අවශ්‍යතාවක් ඇති නොවේ.

- සරල වාචික දැනුම්දීම (Simple word of mouth):

කළමනාකාරිත්වය විසින් අදාළ සේවකයන්ට හිස් වූ තනතුරු ගැන වාචිකව දැනුම් දී, ඔවුන්ට අයදුම්පත් යොමු කරන ලෙස ඉල්ලා සිටීම. මෙය කුඩා ආයතන සඳහා සුදුසු වේ.

## ii. බාහිර බඳවාගැනීම් ක්‍රම (External Recruitment Methods)



ආයතනයෙන් පිටත සිටින අපේක්ෂකයන් ආකර්ෂණය කරගැනීමට භාවිතා කරන ක්‍රම:

මෙය ආයතනයෙන් පිටත සිටින අපේක්ෂකයන්ට රැකියා අවස්ථා දැනුම් දීමයි. මෙහිදී ප්‍රධාන වශයෙන් කොටස් දෙකකට බෙදේ: දැනට රැකියාවක නොයෙදෙන අය සහ වෙනත් ආයතනවල සේවය කරන අය ආකර්ෂණය කරගැනීම.

- **සේවක නිර්දේශ (අභ්‍යන්තර) (Employee referrals - Internal):**
  - දැනට සේවයේ නියුතු සේවකයන්ගෙන් තම හිතවතුන් හෝ මිතුරන් අතර සිටින සුදුසු අපේක්ෂකයන් පිළිබඳව තොරතුරු ලබා ගැනීම. බොහෝ ආයතන මේ සඳහා සේවකයන්ට දීමනා පවා ලබා දේ.
- **සේවක නිර්දේශ (බාහිර) (Employee referrals - External):**
  - වෙනත් ආයතනවල සේවය කරන පුද්ගලයන්ට රැකියා ඇඟවුම් පිළිබඳව දැනුම් දී, ඔවුන්ගේ මිතුරන් හෝ ඥාතීන් වැනි සුදුසු අය යෝජනා කරන ලෙස ඉල්ලා සිටීම.
- **පූර්ව-අයදුම්කරුවන් (Pre-Applicants):**
  - **Walk-ins (ඇවිදගෙන එන අය):** රැකියා ඇඟවුම් පිළිබඳ දැන්වීම්කින් තොරවම, රැකියාවක් සොයා ආයතනය වෙත පැමිණෙන පුද්ගලයන්.
  - **Write-ins (ලිඛිතව අයදුම් කරන අය):** ලිඛිතව හෝ විද්‍යුත් තැපෑලෙන් අයදුම්පත් යොමු කරන පුද්ගලයන්.
- **පෙර සේවකයන් (Past employees):**

කලින් ආයතනයේ සේවය කර ඉවත් වූ, නමුත් හොඳ සේවා වාර්තාවක් ඇති සේවකයන්ව නැවත බඳවා ගැනීමට කටයුතු කිරීම.

- **අධ්‍යාපන ආයතන (Educational institutions):**

විශ්වවිද්‍යාල, තාක්ෂණික විද්‍යාල සහ උසස් අධ්‍යාපන ආයතන හරහා නවක උපාධිධාරීන් සහ දක්ෂ සිසුන් බඳවා ගැනීම.

- **රැකියා නියෝජිත ආයතන (Employment agencies):**

බඳවාගැනීම් සඳහා විශේෂිත වූ මෙම ආයතන, ආයතනයට අවශ්‍ය සුදුසුකම් සහිත අපේක්ෂකයන් සොයා දීම සඳහා සේවය සපයයි.

- **වෘත්තීය සෙවුම් ආයතන (Executive and professional search firms):**

මෙම ආයතන සාමාන්‍යයෙන් ඉහළ මට්ටමේ කළමනාකරණ සහ විශේෂඥ තනතුරු සඳහා සුදුසු පුද්ගලයන් සොයා දීම පිළිබඳව විශේෂඥතාවක් දක්වයි. මේවා "Head Hunters" ලෙස ද හඳුන්වනු ලබයි. මෙම ආයතන, තනතුරට අවශ්‍ය සුදුසුකම් සහිත, වෙනත් ආයතනවල දැනට සේවය කරන පුද්ගලයන් සොයාගෙන, ඔවුන් ඔබේ ආයතනයේ රැකියා සඳහා යොමු කිරීමට කටයුතු කරයි. මෙම ක්‍රමය ඉතා රහසිගතව සහ වෘත්තීය මට්ටමකින් සිදු කෙරේ.

- **සේවක සංවිධාන/වෘත්තීය සමිති (Employee organizations/Trade unions)**

බඳවාගැනීම් සඳහා සේවක සංවිධාන හෝ වෘත්තීය සමිතිවල සහාය ලබාගත හැකිය. ඇතැම් කර්මාන්තවලදී, මෙම සංවිධානවලට අදාළ ක්ෂේත්‍රයේ පළපුරුද්දක් සහ සුදුසුකම් ඇති සාමාජිකයන් පිළිබඳව තොරතුරු තිබිය හැකිය. ඔවුන්ට රැකියා ඇබැර්තු පිළිබඳව දැනුම් දී, සුදුසු අපේක්ෂකයන් යොමු කරන ලෙස ඉල්ලා සිටිය හැකිය.

- **වෘත්තීය ආයතන (Professional institutions)**

වෘත්තීය ආයතන (උදා: ශ්‍රී ලංකා වරලත් ගණකාධිකාරී ආයතනය - CA Sri Lanka, ශ්‍රී ලංකා ඉංජිනේරු ආයතනය - IESL) මඟින්ද සුදුසුකම් ලත් අපේක්ෂකයන් සොයාගත හැකිය. මෙම ආයතනවල සාමාජිකයන්ට ඔවුන්ගේ වෘත්තීය දියුණුව සඳහා රැකියා අවස්ථා දැනුම් දෙන විශේෂිත සේවා සපයයි. ආයතනවලට මෙම වෘත්තීය ආයතන හරහා තම රැකියා ඇබැර්තු ප්‍රචාරණය කළ හැකිය.

- **රැකියා/වෘත්තීය ප්‍රදර්ශන (Job/career fairs):**

රැකියා ප්‍රදර්ශනයක් යනු විවිධ ආයතන එකම ස්ථානයකට පැමිණ, තම රැකියා අවස්ථා ප්‍රදර්ශනය කරන සහ අපේක්ෂකයන් හමුවන අවස්ථාවකි. මෙම ප්‍රදර්ශනවලදී, ආයතනවලට කෙටි කාලයක් තුළ විශාල අපේක්ෂක පිරිසක් හමුවී, ඔවුන්ගේ අයදුම්පත් ලබාගෙන මූලික සම්මුඛ පරීක්ෂණ පවා පැවැත්විය හැකිය. මෙය ආයතනයේ කීර්තිනාමය ගොඩනැගීමටද උපකාරී වේ.

- **අන්තර්ජාල රැකියා දැන්වීම් වෙබ් අඩවි (Internet job-posting sites):**

මෙය දැනට වඩාත් ජනප්‍රියම බඳවාගැනීම් ක්‍රමයකි. Jobs.lk, Topjobs.lk, LinkedIn වැනි වෙබ් අඩවිවල රැකියා දැන්වීම් පළ කිරීම මගින් ලොව පුරා සිටින දහස් ගණනක් අපේක්ෂකයන් වෙත ළඟා විය හැකිය. මෙම වෙබ් අඩවිවලට බොහෝ විට අයදුම්කරුවන්ගේ දත්ත ගබඩාද ඇති නිසා, අවශ්‍ය සුදුසුකම් අනුව සෙවීම සිදු කිරීමද පහසු වේ.

- **ප්‍රචාරණය (Advertising):**

බඳවාගැනීම් ක්‍රියාවලියේදී වඩාත්ම ජනප්‍රිය ක්‍රමය වන්නේ ප්‍රචාරණයයි. මෙහිදී ආයතනයක් තම රැකියා ඇබැරතු පුළුල් පරාසයක සිටින අපේක්ෂකයන්ට දැනුම් දීම සඳහා විවිධ මාධ්‍යයන් භාවිතා කරයි.

**රූපවාහිනිය (televisions):** දෘශ්‍යමය සහ ශ්‍රව්‍යමය මාධ්‍යයක් ලෙස වැඩි පිරිසක් වෙත ළඟා වීමට මෙය ඉතාම සාර්ථක ක්‍රමයකි.

- **ගුවන්විදුලිය (radio):** ඇතැම් ප්‍රදේශ සහ ජන කොටස් වෙත ළඟා වීමට මෙය ඉතාම පහසු ක්‍රමයකි.
- **පුවත්පත් (newspapers):** මෙය වඩාත් සාම්ප්‍රදායික ක්‍රමයක් වන අතර, විවිධ වෘත්තීන් සඳහා අපේක්ෂකයන් විශාල පිරිසක් වෙත එකවර ළඟා වීමට මෙය සුදුසුය.
- **බැනර් සහ පෝස්ටර් (banners, posters):** ඇතැම් ප්‍රදේශවල හෝ ආයතන ආශ්‍රිතව රැකියා ඇබැරතු ප්‍රචාරණය කිරීමට මෙය උපකාරී වේ.

ප්‍රචාරණයේදී භාවිතා කරන ප්‍රධාන දැන්වීම් වර්ග දෙකකි.

- **විවෘත දැන්වීම (Open Advertisement):** මෙම දැන්වීම්වල ආයතනයේ නම, ලිපිනය සහ සම්බන්ධතා තොරතුරු පැහැදිලිව සඳහන් කර ඇත. අපේක්ෂකයන්ට තමන් අයදුම් කරන්නේ කුමන ආයතනයටද යන්න පිළිබඳ පැහැදිලි අවබෝධයක් මෙයින් ලැබේ. හොඳ කීර්ති නාමයක් ඇති ආයතනවලට සුදුසුකම් ලත් අපේක්ෂකයන් ආකර්ෂණය කරගැනීමට මෙය වඩාත් සුදුසුය.
- **අන්ධ දැන්වීම (Blind Advertisement):** මෙම දැන්වීම්වල ආයතනයේ නම හෝ ලිපිනය සඳහන් නොකරයි. ඒ වෙනුවට, තැපැල් පෙට්ටියක ලිපිනයක් (post box) හෝ දැන්වීම් පළ කරන ආයතනයක ලිපිනයක් ලබා දෙයි. මෙම ක්‍රමයේ ප්‍රධාන අරමුණ වන්නේ පුද්ගලික බලපෑම් වළක්වා ගැනීමයි. එමෙන්ම, දැනට සිටින සේවකයන් ඔවුන්ගේ රැකියා අහිමි වේ යැයි බිය වීම වැළැක්වීමට සහ තරඟකාරී ආයතනවලින් තොරතුරු රහසිගතව තබා ගැනීමටද මෙය භාවිතා කරයි.



හොඳින් සකස් කළ රැකියා දැන්වීමක අඩංගු විය යුතු අත්‍යවශ්‍ය කරුණු කිහිපයක් තිබේ.

Good advertisement contains

✓A clear indication of the relevant job vacancy

✓A brief introduction to the organization

✓A brief job description

✓A brief job specification

✓Rewards

✓Way of sending application

✓Closing date

- අදාළ රැකියා ඇබැර්තුව පැහැදිලිව සඳහන් කිරීම: කුමන තනතුරක් සඳහා බඳවාගැනීම සිදු කරන්නේද යන්න පැහැදිලිව සඳහන් කිරීම වැදගත්ය.
- සංවිධානය පිළිබඳ කෙටි හැඳින්වීමක්: ආයතනයේ ස්වභාවය, දැක්ම (vision) සහ මෙහෙවර (mission) පිළිබඳ කෙටි හැඳින්වීමක් මගින් අයදුම්කරුවන්ගේ උනන්දුව වැඩි කළ හැකිය.
- රැකියා විස්තරයක්: රැකියාවට අදාළ ප්‍රධාන වගකීම් සහ කාර්යභාරයන් මොනවාද යන්න කෙටියෙන් විස්තර කළ යුතුය.
- රැකියා පිරිවිතරයක්: රැකියාව සඳහා අවශ්‍ය අධ්‍යාපන සුදුසුකම්, අත්දැකීම්, සහ විශේෂ කුසලතා මොනවාද යන්න මෙහිදී සඳහන් කළ යුතුය.
- වැටුප් සහ ප්‍රතිලාභ (Rewards): ආයතනය විසින් ලබා දෙන වැටුප්, දීමනා සහ අනෙකුත් ප්‍රතිලාභ පිළිබඳව සඳහන් කිරීමෙන් අයදුම්කරුවන් ආකර්ෂණය කරගත හැකිය.
- අයදුම්පත් යොමු කළ යුතු ආකාරය: අයදුම්පත් යොමු කළ යුතු ක්‍රමය (තැපෑලෙන්, විද්‍යුත් තැපෑලෙන්, මාර්ගගත ක්‍රමය) පැහැදිලිව දැක්විය යුතුය.
- අවසන් දිනය (Closing date): අයදුම්පත් භාරගන්නා අවසන් දිනය සඳහන් කිරීම අත්‍යවශ්‍ය වේ.

## . විද්‍යුත් බඳවාගැනීම් (E-recruitment)

විද්‍යුත් බඳවාගැනීම්, මාර්ගගත බඳවාගැනීම්, සයිබර් බඳවාගැනීම් හෝ අන්තර්ජාල බඳවාගැනීම් ලෙසද හඳුන්වයි. මෙය රැකියා තොරතුරු අන්තර්ජාලය හරහා විධිමත් ලෙස ලබා ගැනීමේ ක්‍රියාවලියයි (Mohammed, 2019).

## විද්‍යුත් බඳවාගැනීම් ක්‍රම (E-recruitment methods)

විද්‍යුත් බඳවාගැනීම් යටතේ රැකියා අවස්ථා ප්‍රචාරණය කිරීම සඳහා විවිධ මාර්ගගත වෙබ්සයිට් (online platforms) භාවිතා කරයි. මේවාට ඇතුළත් වන්නේ:

- **රැකියා දත්ත ගබඩා (Job databases):** රැකියා සොයන්නන් විශාල පිරිසක් ඇතුළත් දත්ත ගබඩා මගින් සුදුසු අපේක්ෂකයන් සොයාගත හැකිය.
- **වෘත්තීය ද්වාර (Career portals):** Topjobs, LinkedIn වැනි රැකියා සඳහාම ඇති විශේෂිත වෙබ් අඩවි.
- **සමාජ මාධ්‍ය වෙබ් අඩවි (Social networking sites):** LinkedIn, Facebook වැනි සමාජ මාධ්‍ය ජාල හරහා දැන්වීම් පළ කිරීම සහ අපේක්ෂකයන් සමඟ සෘජුව සම්බන්ධ වීම.
- **ආයතනික වෙබ් අඩවි (Corporate web sites):** බොහෝ ආයතන තම වෙබ් අඩවිවලම "වෘත්තීය" හෝ "Careers" යන කොටසක් පවත්වාගෙන යයි.
- **අන්තර්ජාලය (Intranets):** අභ්‍යන්තර සේවකයන් සඳහා රැකියා අවස්ථා ප්‍රචාරණය කිරීමට භාවිතා කරන අභ්‍යන්තර පරිගණක ජාලය.
- **වෙනත් මාර්ගගත සම්පත් (Other online resources):** වෘත්තීය සංසඳ, විෂය ක්ෂේත්‍රයට අදාළ බ්ලොග් අඩවි, හෝ වෙනත් මාර්ගගත ප්‍රචාරණය.

## 6. ක්‍රියාත්මක කිරීම (Implementation)

Individuals apply and applications are received.

- **පුද්ගලයන් අයදුම් කරනු ලබයි:** ආයතනය විසින් තෝරාගත් ක්‍රමවේදයන් (උදා: පුවත්පත් දැන්වීම්, මාර්ගගත දැන්වීම්) අනුව, අපේක්ෂකයන් රැකියා සඳහා අයදුම්පත් යොමු කරනු ලබයි.
- **අයදුම්පත් ලැබීම:** මානව සම්පත් දෙපාර්තමේන්තුව විසින් මෙම අයදුම්පත් භාරගනු ලබයි. මෙම අයදුම්පත් අත්පිට හෝ විද්‍යුත් මාධ්‍ය මගින් ලැබිය හැකිය. මෙම පියවරේ ප්‍රධාන අරමුණ වන්නේ තෝරාගැනීමේ ක්‍රියාවලිය සඳහා සුදුසු අපේක්ෂකයන්ගේ සංචිතයක් (a pool of applicants) නිර්මාණය කර ගැනීමයි.

## 7. බඳවාගැනීමේ උත්සාහයන් ඇගයීම (Evaluation of Recruitment Effort)

බඳවාගැනීමේ ක්‍රියාවලිය අවසන් වූ පසු එහි කාර්යක්ෂමතාව සහ සාර්ථකත්වය තක්සේරු කිරීම ඉතා වැදගත් වේ. මෙහිදී විවිධ දර්ශක (indices) භාවිතා කළ හැකිය.

- **ආකර්ෂණය වූ අයදුම්කරුවන් සංඛ්‍යාව (Number of applicants attracted):**

මෙය බඳවාගැනීම් ක්‍රියාවලියට ප්‍රතිචාර වශයෙන් අයදුම්පත් යොමු කළ මුළු අපේක්ෂකයන් සංඛ්‍යාවයි. මෙම සංඛ්‍යාව වැඩි වන තරමට, හොඳම අයදුම්කරුවා තෝරා ගැනීමට ඇති අවස්ථාද වැඩි වේ.

- විශේෂිත කාලයක් තුළ ආකර්ෂණය වූ අයදුම්කරුවන් සංඛ්‍යාව (Number of applicants attracted in specific time duration):

යම් නිශ්චිත කාල සීමාවක් තුළ (උදා: සති දෙකක් හෝ මාසයක්) කොපමණ පිරිසක් අයදුම් කළාද යන්න මෙහිදී මැන බලයි. මෙය ක්‍රියාවලිය කෙතරම් වේගවත්ද යන්න තක්සේරු කිරීමට උපකාරී වේ.

- පුද්ගලයෙකුට බඳවාගැනීමේ පිරිවැය (Recruitment cost per head - RCH):

මෙය බඳවාගැනීමේ ක්‍රියාවලිය සඳහා වැය වූ මුළු පිරිවැය, ලැබුණු මුළු අයදුම්පත් සංඛ්‍යාවෙන් බෙදීමෙන් ගණනය කරනු ලැබේ.

$$RCH = \frac{\text{Total recruitment cost}}{\text{No of applicants attracted}}$$

මෙම දර්ශකය මගින් එක් අයදුම්කරුවෙකු ආකර්ෂණය කර ගැනීමට වැය වූ සාමාන්‍ය පිරිවැය තක්සේරු කළ හැකිය. RCH අගය අඩු වන තරමට බඳවාගැනීමේ ක්‍රියාවලිය වඩාත් කාර්යක්ෂම වේ.

- සුදුසු අයදුම්කරුවන්ගේ අනුපාතය (Ratio of suitable to not suitable):

ලැබුණු අයදුම්පත් අතරින්, රැකියා අවශ්‍යතාවන්ට සැබවින්ම ගැලපෙන අයදුම්කරුවන්ගේ සංඛ්‍යාව සහ නොගැලපෙන අයදුම්කරුවන්ගේ සංඛ්‍යාව අතර අනුපාතය මෙයයි. මෙම අනුපාතය ඉහළ අගයක් ගන්නා තරමට, බඳවාගැනීමේ ක්‍රියාවලිය වඩාත් සාර්ථක බව පෙන්වනු කිරීමට හැකිය.

- ආකර්ෂණය වූ පුද්ගලයන්ගේ රැකියා කාර්ය සාධනය සහ ඔවුන්ගේ සේවා කාලය අතර අනුපාතය (Ratios of job performance of attracted people to their service time):

මෙය වඩාත් ගැඹුරු ඇගයීමකි. මෙහිදී බඳවාගත් පුද්ගලයන්ගේ රැකියා කාර්ය සාධනය (performance) සහ ඔවුන් ආයතනයේ සේවය කරන කාලය (service time) අතර සම්බන්ධය සලකා බලයි. උසස් කාර්ය සාධනයක් සහ දිගු සේවා කාලයක් ඇති පුද්ගලයන් බඳවාගෙන ඇත්නම්, බඳවාගැනීමේ ක්‍රියාවලිය සාර්ථක බව නිගමනය කළ හැකිය.

මෙම දර්ශක මගින් බඳවාගැනීමේ ක්‍රියාවලියේ ශක්තීන් සහ දුර්වලතා හඳුනාගෙන, අනාගතයේදී වඩාත් ඵලදායී සහ පිරිවැය-කාර්යක්ෂම බඳවාගැනීමේ ක්‍රමවේදයන් සැලසුම් කිරීමට හැකියාව ලැබේ.

## **රැකියා අපේක්ෂකයන් සංඛ්‍යාව වැඩි කරන ක්‍රම (Ways of increasing number of job applicants)**

ආයතනයක් විසින් රැකියා දැන්වීමක් පළ කළ විට, ඒ සඳහා වැඩි පිරිසක් අයදුම් කිරීම, එම ආයතනයට වඩාත් සුදුසුම පුද්ගලයා තෝරා ගැනීමට ඇති අවස්ථාව වැඩි කරයි. මේ සඳහා භාවිතා කළ හැකි ප්‍රධාන ක්‍රම කිහිපයක් මෙසේය:

- **රැකියාව සහ ආයතනය පිළිබඳ අවශ්‍ය සහ ප්‍රමාණවත් තොරතුරු සන්නිවේදනය කිරීම (Communicate necessary and adequate information about the job and the organization):** අයදුම්කරුවන් ආකර්ෂණය කරගැනීමට නම්, රැකියා දැන්වීමේදී රැකියාව පිළිබඳ පැහැදිලි සහ සම්පූර්ණ තොරතුරු ලබා දිය යුතුය. එනම්, රැකියාවේ වගකීම්, අවශ්‍ය සුදුසුකම්, සහ ආයතනයේ ස්වභාවය පිළිබඳව නිවැරදි තොරතුරු ඇතුළත් කිරීම ඉතා වැදගත් වේ. මෙයින් අපේක්ෂා කෙරෙන්නේ තමන්ට මෙම රැකියාව සුදුසුද යන්න තීරණය කිරීමට අවස්ථාව ලැබේ.
- **රැකියාව පිළිබඳ යථාර්ථවාදී තොරතුරු ලබා දීම (Give realistic information about the job):** රැකියාවේ ඇති වාසි පමණක් නොව, එහි ඇති අභියෝග පිළිබඳවද යථාර්ථවාදීව පැහැදිලි කිරීම වැදගත්ය. මෙයින් රැකියාවට පත්වන සේවකයාට රැකියාව පිළිබඳව වැරදි අපේක්ෂාවන් ඇතිවීම වළක්වන අතර, දිගුකාලීනව ආයතනයේ සේවකයන් රඳවා ගැනීමටද මෙය උපකාරී වේ.
- **වෘත්තීය දියුණුව සඳහා අවස්ථා පුළුල් කිරීම (Expand opportunities for career development):** බොහෝ දක්ෂ සහ දිරිමත් අපේක්ෂකයන් රැකියාවක් සොයන්නේ මුදල් සඳහා පමණක් නොවේ. ඔවුන් තම අනාගතය සඳහා වෘත්තීය දියුණුව අපේක්ෂා කරයි. රැකියා දැන්වීමේදී පුහුණුව, අධ්‍යාපනය සහ උසස්වීම් සඳහා ඇති අවස්ථා පිළිබඳව සඳහන් කිරීමෙන් මෙවැනි අපේක්ෂකයන් ආකර්ෂණය කරගත හැකිය.
- **දේශපාලනමය බලපෑම් අවම කිරීම (Reduced the political interference):** බඳවාගැනීමේ ක්‍රියාවලිය විනිවිදභාවයෙන් සහ සාධාරණව සිදුවන බවට විශ්වාසය ඇති කිරීමද අපේක්ෂකයන් ආකර්ෂණය කරගැනීමට උපකාරී වේ. දේශපාලන හෝ වෙනත් බලපෑම් මත බඳවාගැනීම් සිදු නොකරන බවට ආයතනයේ ප්‍රතිපත්තියක් තිබීම, හොඳම අපේක්ෂකයන්ට වඩාත් සාධාරණ අවස්ථාවක් ලබා දේ.
- **සේවා සුභසාධන පහසුකම් පුළුල් කිරීම (Expand welfare facilities):** සේවකයන්ට ලබා දෙන අමතර පහසුකම් (උදා: සෞඛ්‍ය රක්ෂණ, ප්‍රවාහන පහසුකම්, නිවාස දීමනා, කාර්ය මණ්ඩල ප්‍රවාහන සේවා) පිළිබඳව දැන්වීම්වල සඳහන් කිරීමෙන් අපේක්ෂකයන්ගේ උනන්දුව වැඩි කළ හැකිය. මෙම සුභසාධන පහසුකම් යහපත් සේවා පරිසරයක් ගොඩනැගීමටද උපකාරී වේ.