

УДК 331.108.2

Гончаров Александр Иванович

кандидат экономических наук, доцент,

кафедра менеджмента и маркетинга,

Петербургский государственный университет путей сообщения

Императора Александра I

gonshu@yandex.ru

Aleksandr I. Goncharov

PhD (Economics), Associate Professor Department

of Management and marketing of Emperor

Alexander I St. Petersburg State Transport University, Russia,

gonshu@yandex.ru

Особенности цифрового рекрутмента в России

Features of digital recruitment in Russia

Аннотация: В статье перечислены основные глубинные причины цифровизации экономики, в частности научно-технический прогресс, развитие информационного общества и конкуренция. Также проанализированы основные этапы составной части управления персоналом – рекрутинга с точки зрения возможностей их полной цифровизации и автоматизации. Кроме того, обозначена основная задача рекрутмента по привлечению молодых сотрудников цифрового поколения Z. Проиллюстрированы средства цифровизации для привлечения таких кандидатов - SMM, геймификация, чат-боты. Дополнительно раскрыты основные проблемы, возникающие при ведении рекрутмента, а также приведены решения для решения таких проблем, или их существенного снижения для компании, в частности решения для усиления положительного восприятия HR-бренда компании.

Ключевые слова: управление персоналом, рекрутмент, лидерство, инновации, инновационное развитие, цифровизация

Annotation: The article lists the main underlying causes of the digitalization of the economy, in particular scientific and technological progress, the development of the information society and competition. The main stages of the personnel management component – recruiting - are also analyzed from the point of view of the possibilities of

their full digitalization and automation. In addition, the main task of recruitment to attract young employees of the digital generation Z is outlined. The means of digitalization to attract such candidates are illustrated - SMM, gamification, chatbots. Additionally, the main problems that arise when conducting recruitment are disclosed, as well as solutions for solving such problems, or their significant reduction for the company, in particular solutions to enhance the positive perception of the company's HR brand.

Keywords: *HR management, recruitment, leadership, innovation, innovative development, digitalization*

1) Причины цифровизации (НТП, уменьшение издержек, повышение эффективности, конкуренция, условия пандемии)

Основной причиной развития и распространения цифровизации является научно-технический прогресс, а также конкуренция, которые заставляют компании все больше внимания уделять внедрению современных технологий в свою деятельность. Появление информационного общества способствовало отделению знаний от его создателей, причем с возросшей во много раз по сравнению с книгопечатанием доступности данных знаний благодаря информационно-коммуникационным сетям и превращение знаний, по сути, в данные, которые стали накапливаться в больших банках данных. Реализация в моделях управления различными процессами таких данных и является цифровизацией. Условия пандемии неожиданно стали катализатором внедрения и все большего распространения цифровизации во всех сферах общества, в том числе и в процессе управления персоналом, составной частью которого является рекрутинг.

2) Этапы рекрутинга (общие и наиболее поддающиеся совершенствованию: цифровизации и автоматизации)

Процесс рекрутинга традиционно выглядит как совокупность соответствующих этапов:

1) анализ и составление профиля необходимого кандидата (профессиональные и личностные качества) и заявки (в т.ч. условия труда, карьерный рост и т.п.) на подбор;

2) определение источника поиска кандидатов (внутренние и внешние);

3) отбор (формирование кадрового резерва - потенциального круга работников);

4) подбор (собеседование с отобранными кандидатами и проверка на достоверность сведений в их резюме);

5) прием на работу (оформление документов).

По большому счету каждый из данных этапов можно автоматизировать благодаря, в том числе, цифровым технологиям, которые существенно снижают затраты времени и освобождают работников от рутинных операций, что в целом соответствует принципам управления заинтересованными сторонами [4]. Так, данные опроса [5] свидетельствуют о том, что 60% компаний уже стандартизировали ключевые процессы рекрутмента на 63%, более сложные процессы – на 25%. Причем с перспективой цифровизации и автоматизации всех этапов рекрутмента:

- 2 этап (а) источник поиска и размещение вакансий (85%); б) обработка откликов на заявленную вакансию (96%) в) скрининг резюме (85%));

- подбор (а) оценка кандидатов (65%); б) формирование предложения (61,5%)

3) Основной задачей рекрутинга является привлечение необходимого персонала. Как известно максимальная трудоспособность, трудовой потенциал присущ работникам молодого возраста. Более того, в эпоху цифровизации основных бизнес-процессов, молодые сотрудники гораздо легче и быстрее адаптируются к таким изменениям что в свою очередь упрощает и удешевляет планирование развития персонала [3]. Поэтому задача сводится к привлечению молодых сотрудников поколения Z, обладающих современными востребованными навыками: коммуникабельностью, творческими навыками, работе в команде, лидерскими качествами и т.п. Так по проведенному опросу 84% руководителей в России и 81% руководителей в мире назвали в качестве одного из ключевых требований лидеров – умение управлять в условиях неопределенности информации. [5]

4) Одним из средств привлечения таких кандидатов является SMM, так как поколение Z занимается общением в чатах, соцсетях и т.п. В качестве средства привлечения персонала, которое относится к поколению Y и Z, часто используется такие формы цифровых технологий как работа в социальных сетях (Facebook, vkontakte, twitter, ОК, и др.), так как современное поколение заменяет реальное общение на виртуальное. Это направление является перспективным не только по отношению к привлечению персонала, но и с точки зрения создания положительного образа, брэнда, компании, если использовать площадки соцсетей для создания официальной страницы компании [2].

5) Проблемы и решения

Среди проблем, которые возникают в процессе рекрутмента имеются следующие[5]:

- 1) поиск квалифицированного персонала с опытом работы;
- 2) отбор штатных сотрудников с необходимыми навыками;
- 3) поиск квалифицированного персонала на начальные позиции;
- 4) позиционирование бренда работодателя;
- 5) неэффективные технологии подбора и найма сотрудников.

Для решения проблемы улучшения позиционирования бренда работодателя можно использовать также социальные сети, насыщать страницу компании актуальным контентом, видеороликами, фотографиями и другим медиаконтентом, а также поддерживать обратную связь с посетителями данной страницы, в том числе потенциальными кандидатами на вакансии компании, путем ответов на отклики и мониторингом отзывов. Такую работу может выполнять хорошо настроенный чат-бот с искусственным интеллектом. Если разместить некоторое количество вакансий на таком ресурсе, такой бот поможет отследить отклики на вакансию, созвониться с кандидатами и ответить на вопросы. По оценкам, только 6% работодателей использует чат-ботов для автоматизации процесса рекрутмента [6].

Если использовать элементы геймификации при наборе кандидатов, например, встроенный в ресурс квест, то это также может существенно повысить реализацию творческого потенциала сотрудников [1], а также усилить положительное восприятие бренда компании среди молодого поколения Z как высокотехнологичной и современной компании.

Литература

1) Гончаров А.И. Особенности управления персоналом в условиях информационно-коммуникационного пространства / Информационное общество: актуальные проблемы современности: Сб. трудов II Национальной научно-практической конференции (14 ноября 2019). – СПб.: ФГБОУ ВО ПГУПС, 2019. – С.352-358.

2) Семина А. П. Цифровизация процессов управления персоналом: SMM в HR // Дискуссия. - 2020, 1(98), - с.62-68

3) Скитёва Е.И. Влияние кадрового потенциала компании на стратегическое управление персоналом // Инновации и инвестиции, 2019. - № 11.- С. 431-435.

4) Скитёва Е.И., Гончаров А.И. *Корпоративная социальная ответственность: Учеб. пособие.* – СПб.: ФГБОУ ВО ПГУПС, 2019. – 64 с.

5) *Тенденции в сфере управления персоналом в России - 2019* // <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/human-capital/russian/HC-Trends-2019-Russia-General-Report.pdf>

6) *Цифровая трансформация HR. Опыт российских компаний* // https://obzory.hr-media.ru/cifrovaya_transformaciya_hr_russia

References

1) Goncharov A.I. *Features of personnel management in the conditions of information and communication space / Information Society: actual problems of modernity: Proceedings of the II National Scientific and Practical Conference (November 14, 2019).* - St. Petersburg: FSUE IN PGUPS, 2019. - pp.352-358.

2) Semina A. P. *Digitalization of personnel management processes: SMM in HR // Discussion.* - 2020, 1(98), - pp.62-68

3) Skiteva E.I. *The influence of the company's personnel potential on strategic personnel management // Innovations and investments, 2019.* - No. 11. - pp. 431-435.

4) Skiteva E.I., Goncharov A.I. *Corporate social responsibility: Textbook.* - St. Petersburg: FGBOU VO PGUPS, 2019. - 64 p.

5) *Trends in the field of personnel management in Russia - 2019* // <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/human-capital/russian/HC-Trends-2019-Russia-General-Report.pdf>

6) *Digital transformation of HR. Experience of Russian companies* // https://obzory.hr-media.ru/cifrovaya_transformaciya_hr_russia