

ТЕХНОЛОГІЇ РЕКРУТИНГУ В СУЧАСНУ ЦИФРОВУ ЕПОХУ

В епоху діджиталізації нові технології реформують бізнес-процеси на світовому ринку й на ринку праці, в тому числі. HR-сфера зазнає цифрової трансформації на етапі переходу до мережевої економіки та вимагає перегляду парадигми ведення бізнесу. Сучасні форми управління персоналом аутстафінг, аутсорсинг та лізинг розглядає І.Дашко [1]. Вивченню питання щодо digital-рекрутингу присвячені роботи таких вчених, як Дж. Берсін, С. Ерлі, Т. Давенпорт, Е. Кеннеді, Г. Бей, Г. Середя, А. Колот та інші. Проте все ж таки беззаперечно актуальність даного питання спонукає продовжувати проводити дослідження з приводу пошуку, підбору та найму персоналу з урахуванням впливу сучасних інноваційних технологій. Зараз існують такі тренди використання цифрових технологій у сучасних HR-практиках, як наприклад:

1. Використання соціальних мереж: так, за даними дослідження Global Recruiting Survey, 97% працедавців у США користуються платформою LinkedIn для підбору персоналу, 35% – Facebook [2]. На жаль, по Україні досліджень небагато. Знайдені цифри – 19-30%, за різними даними, працедавців в Україні користуються LinkedIn, як ресурсом для пошуку кандидатів. LinkedIn є найбільшою в світі мережею професійних контактів, яка налічує понад 774 мільйонів зареєстрованих користувачів з більш ніж 200 країн. Однак, не дивлячись на велику кількість користувачів по всьому світу, в Україні мережа LinkedIn не є досить широко використовуваною: орієнтовно 2 мільйонів осіб. Мережа LinkedIn особлива тим, що профіль кожної людини візуально наближений до стандартів резюме, що спрощує процес рекрутменту. В LinkedIn існують стандартні безкоштовні, а також платні «преміум» послуги, які, наприклад, дозволяють побачити, хто переглядав профіль, докладну інформацію про інших заявників, що претендують на вакансію, і можливість комунікації з рекрутерами. Згідно з даними внутрішньої статистики Facebook, кількість українських користувачів соцмережі складає близько 10 мільйонів, тобто 25% населення країни користуються Facebook. Під час роботи з цією мережею HR-менеджеру варто враховувати, що Facebook має певні функціональні обмеження для користувачів: так, якщо система відзначає аномальну активність, вона може блокувати профіль. Для HR-брендингу важливим є зосередження на потужності інших платформ, таких як Instagram, TikTok, YouTube.

2. Використання job-порталів: в Україні цифрові «дошки оголошень» користуються великою популярністю. Дослідження grc.ua свідчать про те, що

job-портали залишаються основним і важливим інструментом, який приваблює й допомагає компаніям знаходити співробітників. Job-портали використовують 94% роботодавців для пошуку кадрів і 87% пошукачів також шукають роботу на job-порталах [3]. На основі аналітики Jobboard Finder було виявлено, що провідним українським вебсайтом з пошуку роботи та працівників є Work.ua. Платформа Work.ua створена у 2006 році та має найбільшу в країні базу даних про вакансії та резюме, доступний українською та англійською мовами. Конкуренцію Work.ua складають портали robota.ua, grc.ua [4].

3. Створення корпоративного сайту : доведено, що певні категорії кандидатів швидше реагують на вакансії на кар'єрних сторінках організації, ніж на ті, що розміщені на job-порталах. Необхідно лише адаптувати оголошення до певної аудиторії мережі [2]. Сучасний корпоративний сайт – це багатофункціональний інструмент, котрий, крім того, що підтримує образ компанії - HR-брендинг, ще є сервісом із залучення нових співробітників, а також виступає автоматизованим онлайн-офісом з корпоративною соціальною мережею. Під час запуску корпоративного сайту з HR-процесами необхідно приділити велику увагу контенту, тому що це не тільки наповнення сторінки вакансіями, а ще, наприклад, створення профайлів співробітників, віртуального туру офісом, поради щодо проходження співбесіди, різноманітні лекції, курси тощо.

4. Використання комунікаційних роботів «чат-ботів» : в умовах притоку на ринки праці покоління «міленіалів» , до 2030 року їх частка становитиме 75%, технології штучного інтелекту дозволять задовільнити їх вимоги щодо роботи, оскільки, згідно опитування OpenMarket 75% «міленіалів» віддають перевагу роботі з можливістю дистанційного спілкування, і тому спілкування через чат-ботів, на наш погляд, стане нормою для реалізації HR-функцій [5]. В українській практиці використання комунікаційних роботів набуває все більшого поширення, а саме можна виділити D.TalCa, SkillangeBot, Gmail Bot.

5. Штучний інтелект (ШІ) та машинне навчання все активніше впроваджуються в рекрутингові процеси. Алгоритми машинного навчання використовуються для аналізу резюме та виявлення найбільш релевантних кандидатів, прогнозування успішності найму, проведення чат-ботів для первинної комунікації з кандидатами та навіть для аналізу поведінки кандидатів під час онлайн-співбесід.

6. Технології аналізу великих даних (Big Data Analytics) є одним із широко вживаних способів збору та аналізу великих обсягів даних про кандидатів, ринок праці та ефективність рекрутингових каналів дозволяє компаніям приймати більш обґрунтовані рішення щодо стратегій найму.

Аналітика допомагає визначити найбільш ефективні джерела залучення, прогнозувати плинність кадрів та оптимізувати витрати на рекрутинг.

7.Віртуальні та доповнені реальності (VR/AR) хоча і не є ще мейнстримом у рекрутингу, але набувають значного потенціалу для створення більш захоплюючих та інформативних досвідів для кандидатів. Віртуальні тури офісом, симуляції робочих завдань або інтерактивні презентації компанії можуть допомогти кандидатам краще зрозуміти корпоративну культуру та вимоги до посади.

Таким чином, сучасна цифрова епоха кардинально змінила ландшафт рекрутингу, надавши компаніям безліч нових інструментів та можливостей для залучення та наймання талантів. Онлайн-платформи, соціальні мережі, системи управління наймом, штучний інтелект та аналіз великих даних стали невід'ємною частиною ефективного рекрутингового процесу. Використання цифрових технологій дозволяє компаніям розширити охоплення, підвищити ефективність, покращити якість найму та прискорити процес закриття вакансій. Однак, важливо враховувати і потенційні виклики та обмеження, пов'язані з впровадженням цих технологій, такі як ризик упередженості алгоритмів, необхідність захисту даних та збереження "людського" контакту.

Подальший розвиток цифрових технологій обіцяє ще більшу трансформацію сфери рекрутингу, роблячи процес пошуку та найму талантів більш ефективним, персоналізованим та стратегічно важливим для успіху будь-якої організації. Для того, щоб залишатися конкурентоспроможними, компаніям необхідно постійно відстежувати нові технологічні тенденції та адаптувати свої рекрутингові стратегії до вимог цифрової епохи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Дашко І. Нові технології роботи з персоналом в епоху цифрової економіки. Підприємництво та інновації, 2021. (21), 35-42. <https://doi.org/10.37320/2415-3583/21.6>
2. Global Talent Trends 2022: The Reinvention of Company Culture. URL: <https://business.linkedin.com/talent-solutions/global-talent-trends>
3. Майбутнє роботи. Погляд українських компаній. URL: <https://grc.ua/article/29721>
4. Jobboardfinder : Find the best job boards worldwide | Jobboard Finder. URL: <https://www.jobboardfinder.com/en>
5. OpenMarket Survey/Infographic Reveal Millennials Prefer Texting But Marketers Miss the Boat – Adotas. URL: <http://www.adotas.com/2016/04/openmarket-surveyinfographic-reveal-millennials-prefer-texting-but-marketers-miss-the-boat>