

коммуникациях медицинских учреждений особо актуальными являются следующие проблемы: выбор актуальных коммуникационных каналов, выбор подходящих форматов для медицинских сообщений, своевременность коммуникации между медицинскими работниками, организация коммуникационного процесса в целом.

Литература

1. Красавина А.В. Исторические аспекты развития научного представления об общественной коммуникации и коммуникационной культуре / А.В. Красавина // Вестник МГУКИ. – 2011. – 1 (39) январь–февраль. – С. 159–162.
2. Логунова И.В. Модель коммуникационного процесса организации / И.В. Логунова // ЭКОНОМИНФО. – 2012. – № 17 Управление предприятием. – С. 14-16.
3. Назарова Е.А. К истокам теории и практики социальной коммуникации в различных сферах современного общества / Е.А. Назарова // Коммуникология. – 2017. – Том 5. № 4. – С.159-166.
4. Основы теории коммуникации: учебное пособие / А.В. Пряхина, А.Н. Сыркина. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. – 124 с.
5. Яковлева И.В. Коммуникация в сфере здравоохранения: управленческий аспект // Государственное управление. Электронный вестник. – 2016. – Вып. № 59. – С.168 – 188.
6. Coiera E. Communication Systems in Healthcare / E.Coiera // Clin Biochem Rev. – 2006 May. – 27(2). – P. 89–98.
7. Communication in healthcare: a narrative review of the literature and practical recommendations / P. Vermeir, D. Vandijck, S. Degroote et al // The international journal of clinical practice. – 2015. – 69(11). – P.1257-1267.

DOI: 10.51692/1994-3776_2021_2_142

УДК: 31.108

В.В. Солоха

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЕКРУТМЕНТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

V. Solokha. Current trends in recruitment in a digital economy

Аннотация: В некоторых научных подходах, цифровизация рассматривается как концепция внедрения цифровых технологий в различные сферы жизни и производства. Цифровизация активно используется в сфере поиска и подбора персонала. В данной статье рассматриваются тенденции в сфере рекрутмента, с применением it-технологий и Интернет-ресурсов.

Ключевые слова: рекрутинг, тенденции, цифровизация, IT-технологии, цифровизация экономики, интернет, поиск и подбор персонала

Контактная информация: 193023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д.21;; e-mail: valeria.solokha@gmail.com

Abstract: Globally, digitalization is a concept of economic activity based on digital technologies being introduced in different areas of life and production. Digitalization is actively used in the field of personnel search and recruitment. This article examines trends in recruitment, with the introduction of it-technologies and Internet resources.

Keywords: recruitment, recruiting, trends, digitalization, IT-technologies, digitalization of economy, Internet, personnel search

Contact information: 21 Sadovaya street, Saint Petersburg, 193023; e-mail:valeria.solokha@gmail.com

Современное развитие информационно-коммуникационных технологий оказывает прямое и непосредственное влияние на все области бизнеса. HR- технологии, в частности, рекрутинг, сегодня невозможно представить без автоматизации и цифровизации. Специалисты в сфере управления и подбора персонала используют в своей работе

Солоха Валерия Владимировна – магистр программы «Социальное управление в организации». Санкт-Петербургский государственный Экономический университет

V. Solokha– master program “Social management in the organization”. St. Petersburg State University of Economics

достижения технического и технологического прогресса, информационные технологии для повышения качества подбора специалистов и найма лучших кадров.

Рекрутинг – процесс поиска и подбора специалистов на должность в организации, который также является одной из обязанностей HR-менеджеров. Задачи рекрутинга возможно разделить на две группы. Первая группа – это задачи, относящиеся к клиенту (заказчик, компания или организация, для которой проводится поиск и подбор персонала) [1]:

- поиск персонала в соответствии с требованиями компании;
- проведение качественного подбора специалиста;
- подбор за определенный срок (фиксированный временной промежуток).
- Задачи второй группы связаны с отделом рекрутинга:
- эффективность и рентабельность деятельности отдела;
- поиск и подготовка самих рекрутеров;
- создание HR –бренда и продвижение компании на рынке труда.

Е. Меркулова [2] выделяет три основные технологии рекрутинга: headhunting; традиционный поиск через специализированные рабочие сайты, СМИ, рекомендации и др.; массовый подбор. Тибилова Т.М. и Кузьмин В.А. приводят более широкую классификацию и выделяют [3]:

Таблица 1. Классификация рекрутинга

Mass recruitment - найм большого количества сотрудников на однотипные вакансии	Executive search - подбор в основном на высокие должности, уникальных специалистов в своей сфере, менеджеры высшего звена
Outsourcing – делегирование функций по поиску и подбору кадров специализированной компании (кадровому агентству)	Cross - country search - поиск специалистов осуществляется на территориях других стран
Management Selection (Отбор управленцев) - поиск и подбор менеджеров среднего управленческого звена	Graduate recruitment – одна из технологий, в основе которой лежит поиск и подбор молодых специалистов

Пандемия COVID-19 оказала сильное влияние на ускоренный переход организаций на электронные формы взаимодействия сотрудников, включающие удаленные режимы работы, деятельность штатных специалистов в электронно-коммуникационной среде и пр. Какие тенденции можно выделить в сфере рекрутмента на сегодняшний день:

Автоматизация HR-процессов

В совместном исследовании hh.ru, облачной CRM-системы для рекрутинга Talantix (входит в HR-экосистему HeadHunter) и сервиса для автоматизации Skillaz в 2019 году была приведена статистика, в которой каждая третья компания на российском рынке использовала системы и инструменты автоматизации подбора персонала. Автоматизируют в первую очередь рутинные операции: поиск и подбор персонала (70%), кадровое делопроизводство (56%) и расчет зарплат (52%). Причем 48% компаний, использующих современные технологии в работе HR, окупил инвестиции в автоматизацию. [4]

На сегодняшний день IT-технологии рекрутмента активно используются в поиске, размещении вакансий и обработке откликов от кандидатов. Например, использование чат-ботов помогает сократить участие рекрутера в процессе отбора (особенно в процессе массового рекрутинга).

На всех этапах рекрутмента прогнозируется рост использования IT-технологий, преимущественно в следующих направлениях: скрининг; поиск кандидатов и размещение вакансий; отклики на вакансию и обработка откликов; оценка кандидатов; в целом прогнозируется сокращение прямого участия человека в поиске, обработке откликов и скрининге резюме.

На примере компании DataArt можно рассмотреть программное обеспечение или ИТ-решения для автоматизации рекрутинга [5]:

- hot vacancies: актуальная информация в реальном времени о всех открытых вакансиях во всех локациях компании;
- staffing система: выбор кандидатов под конкретный проект по требованиям, поиск по действующим сотрудникам, поиск по кандидатам с рынка, сводная аналитика;
- interviewer: автоматизация процесса интервью (аттестации, собеседования по технологиям и т.д.), база экспертов по технологиям и преподавателей английского языка, назначение интервью с учетом календарей коллег, бронирование переговорных комнат и т.д.;
- matcher: дополнительный инструмент рекрутера, позволяющий более точно подобрать кандидата на проект, учитывая максимально широкий набор факторов.

Социальный рекрутинг (социальные сети и приложения)

Многие компании внедряют социальный рекрутинг, дополняя традиционные методы рекрутинга. Социальные сети позволяют дополнительно взаимодействовать с целевой аудиторией и потенциальными соискателями. В недавнем исследовании, проведенном We are social и Hootsuite, можно увидеть статистику пользования интернета в РФ. Как мы видим, насчитывается 118 млн. человек интернет-пользователей в РФ, т.е. 81% населения России – активные пользователи интернета. И 70 млн. человек являются активными пользователями социальных сетей, что еще раз показывает актуальность тем, связанных с социальными сетями. [6]

Преимущества социального рекрутинга:

- доступ к пассивной части соискателей;
- массовая аудитория потенциальных кандидатов;
- упрощенный способ размещения вакансии;
- большой процент соискателей молодой аудитории;
- сниженная стоимость публикации вакансий (постов);
- расширенный объем информации о кандидатах (личные предпочтения, профессиональная позиция, убеждения и т.д.);

Ошибки, совершаемые рекрутерами при проведении социального рекрутинга:

- отсутствие стратегии проведения данного вида рекрутинга;
- отсутствие контента;
- игнорирование пассивных кандидатов;
- не используется мобильный рекрутинг (адаптация для смартфонов).

Развитие бренда компании

Актуальность HR-брендинга возникает в процессе проектирования плана по поиску и подбору новых работников с перспективами набора в штат только профессиональных сотрудников. Для обеспечения потока необходимых соискателей и для повышения привлекательности места труда, надо соответствовать имиджу и вести эффективную политику компании. HR брендинг — создание и реализация ценностного предложения и его трансляция сотрудникам и потенциальным кандидатам.

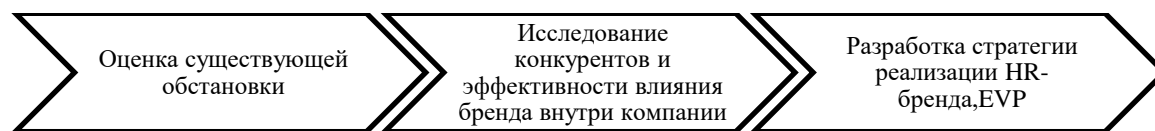


Рисунок.1 Стратегия HR-бренда

Стратегия HR-бренда может складываться из следующих шагов: оценка обстановки (организация фокус-группы с рекрутерами, проведение анализа потребительского бренда и HR-данных, анализ ЦА); исследование конкурентов и эффективности влияния бренда внутри компании (анализ конкурентов, исследование восприятия бренда сотрудниками компании) и

разработка стратегии реализации HR-бренда (проработку процесса взаимодействия бренда и целевой аудитории, подбор инструментов реализации, разработка платформы позиционирования и EVP).

В HR-брендинге существует два основных направления: внутреннее и внешнее.

Таблица 2 – Внешний и внутренний HR-брендинг компании

Внешний HR-брендинг	Внутренний HR-брендинг
Направленность на будущих соискателей и потенциальных сотрудников компании	Существующий штат и работающие в компании сотрудники
Ведение страниц компании в социальных сетях, создание тематического контента, администрирование сообществ компании и т.д.	Анализ мотивации, вовлеченности и удовлетворенности сотрудников
Разработка совместных мероприятий с другими компаниями.	Организация проектов для повышения лояльности сотрудников и закрепления корпоративных ценностей
Развлекательный или образовательный контент, рекламные интеграции, связанные с компаниями аналогичной или близкой по теме направленности	Публикация новостей, информационных рассылок, статей о мероприятиях и событиях, касающихся персонала компании.
Создание и реализация программ по работе с вузами и другими учебными заведениями.	Организация и проведение корпоративных мероприятий

Переход на удаленный режим работы / Использование альтернативных видов занятости

В данном разделе, кроме выявленной тенденции к цифровизации стоит отдельно отметить последствия пандемии коронавирусной инфекции, ведь в пандемию до 90% компаний на Российском рынке перешли на удаленный режим организации труда. [7]

В исследованиях HeadHunter приведены данные, что большинство компаний из сферы IT, страхования, финансов осуществляют переход на гибридную модель работы с 2021 года, предлагая сотрудникам выбор: работать удаленно или посещать офис 2-3 раза в неделю. [8]

Если говорить про этап собеседования в подборе персонала, то, по данным опроса, опубликованного на международном саммите HR Digital 2020, около 36% компаний во время пандемии внедрили возможность проведения собеседования с соискателями удаленно или полностью перешли на удаленный подбор персонала. У половины данных компаний HR-процессы уже автоматизированы. Кроме того, 10% компаний стали применять или чаще использовать видеointервью, еще 7% перевели в онлайн процесс адаптации новых сотрудников. [9]

Использование альтернативных видов занятости обусловлено масштабным переходом на удаленный режим труда и делегированием обязанностей между сотрудниками компании. «Стандартной» в основном считается занятость на основе трудового договора, в режиме полного рабочего дня, подразумевающая руководство работодателя. [10]

Внештатные сотрудники – это ценный ресурс, потенциальный внешний кадровый резерв, в отношении которого необходимо усилить мероприятия по установлению коммуникации и развития бренда работодателя.

К альтернативным видам занятости относят: внешние контрактники (проектная работа, не оформляются в штат компании); транзакционные удаленные работники (взаимодействие и выполнение работы посредством специальных платформ и приложений); штатные удаленные работники (дистанционная работа с оформлением в штат).

Таким образом, в условиях масштабной цифровизации экономики и остальных сфер жизнедеятельности общества происходит активное внедрение IT-технологий, что позволило многим компаниям при использовании современных сервисов, приложений для проведения полного цикла рекрутинга, упростить, повысить эффективность и скорость поиска, и подбора персонала. Интернет позволяет ускорить процесс трудоустройства, тематические сайты помогают работодателям и соискателям автоматизировать фильтрацию резюме

/первоначальный скрининг кандидатов, организовать видео-собеседование и вести базу резюме. До пандемии COVID-19 в этой сфере уже активно внедрялась автоматизация. Например, в 2017 году была утверждена глобальная «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы», в рамках которой реализуется программа «Цифровая экономика». Одним из мероприятий данной программы является переход на электронное взаимодействие работников и работодателей, электронному кадровому документообороту. Все больше компаний признают необходимость цифровизации и активно занимаются поиском инновационных решений, которые дадут ряд конкурентных преимуществ, а после пандемии это особенно важно.

Литература

1. Пряжников, Н. С. Профориентология: учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. С. Пряжников. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01541-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/399971> (дата обращения: 10.03.2021).]
2. Построение процедуры подбора персонала в организации: методическое пособие / под ред. Е. Меркуловой. М.:МЦФЭР. 2014. С. 10
3. Тибилова Т.М., Кузьмин В.А. Как качественно оценить человека. Настольная книга менеджера по персоналу. СПб.: Питер, 2010. С. 24 – 25.
4. Как автоматизирован рекрутмент в российских компаниях // URL: <https://spb.hh.ru/article/26288> (дата обращения: 2.03.2021).
5. DataArt — международная компания — разработчик программного обеспечения, которая никогда не забывает, что работает с людьми и для людей. // URL: <https://dataart.team/ru/company> (дата обращения: 21.02.2021).
6. DIGITAL 2020: 3.8 BILLION PEOPLE USE SOCIAL MEDIA // URL: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> (дата обращения: 27.02.2021).
7. Удаленная работа в России // URL: <https://www.tadviser.ru/index.php> (дата обращения: 2.03.2021).]
8. Остаться на «вечной» удалёнке решили 3% работодателей // URL: <https://spb.hh.ru/article/26288> (дата обращения: 1.03.2021)
9. HR digital 2020 Международный саммит // URL: <https://hrdigital.ru/> (дата обращения: 28.02.2021).
10. Гимпельсон В. Е., Капелюшников Р. И. Нестандартная занятость и российский рынок труда. С. 3