

Тарасова К.И., к.э.н.,
преподаватель кафедры статистики
Одесский национальный экономический университет

ВЛИЯНИЕ ЭЛЕКТРОННОГО РЕКРУТИНГА НА ПРОЦЕСС НАЙМА ПЕРСОНАЛА

Тарасова К.И. Влияние электронного рекрутинга на процесс найма персонала. В статье рассмотрены специфические особенности электронного рекрутинга персонала на предприятии. Проанализировано среднее время, которое пользователи проводят в Сети, выявлена тенденция развития этого показателя. Исследованы положительные и отрицательные стороны е-рекрутинга кандидатов. Выявлены основные черты рекрутинга через социальные сети. Даны рекомендации по совершенствованию системы набора персонала.

Ключевые слова: управление персоналом, набор персонала, электронный рекрутинг, е-рекрутинг, социальные сети, Интернет.

Тарасова К.И. Вплив електронного рекрутингу на процес найму персоналу. У статті розглянуто специфічні особливості електронного рекрутингу персоналу на підприємстві. Проаналізовано середній час, який користувачі проводять у Мережі, виявлено тенденцію розвитку цього показника. Досліджено позитивні та негативні сторони е-рекрутингу кандидатів. Виявлено основні риси рекрутингу через соціальні мережі. Надано рекомендації щодо вдосконалення системи набору персоналу.

Ключові слова: управління персоналом, набір персоналу, електронний рекрутинг, е-рекрутинг, соціальні мережі, Інтернет.

Tarasova K.I. The influence of electronic recruiting on the process of staff employment. The article considers specific features of electronic recruiting of personnel at the enterprise. The average time spent of users in the network is analyzed, the trend of this indicator development is revealed. Positive and negative aspects of e-recruitment of candidates are researched. The main features of recruiting through social networks are identified. Recommendations on improving the recruitment system are given.

Key words: personnel management, recruitment, electronic recruiting, e-recruiting, social networks, Internet.

Постановка проблемы. В современных условиях жесткой конкуренции одним из самых значительных преимуществ, которые могут получить предприятия, являются их человеческие ресурсы, а многие ученые-экономисты считают, что единственной важнейшей детерминантой организационной эффективности становится способность привлекать, нанимать и развивать потенциал наемного работника. Чтобы получать большие прибыли, компании должны иметь возможность находить и удерживать лучших сотрудников, что бывает достаточно сложным из-за сокращения высококвалифицированной рабочей силы. В этих условиях проблемой особой важности становится вопрос рекрутинга новых сотрудников, процесс которого претерпевает все больше изменений с распространением феномена Интернета вещей.

Сокращение цифрового разрыва между странами и слоями населения за счет удешевления Интернет-услуг и обилия средств доступа в различных ценовых диапазонах стало своеобразным толчком к развитию онлайн-подбора персонала, или электронного рекрутинга (е-рекрутинга).

Анализ последних исследований и публикаций. Объем научной литературы, посвященной

е-рекрутингу, является достаточно ограниченным ввиду сравнительной новизны предмета. Однако внимание, которое уделяется этой проблеме, с течением времени становится все большим. Так, исследования в данном направлении проводят А. Барбер, Д. Бертрам, Г. Десслер, Т. Бутинская, А. Писаревская, Б. Рат, С. Салмен, М. Старк, А. Холм и другие ученые в области управления персоналом.

Интернет-пространство в целом и социальные сети в частности являются уникальным инструментом привлечения наемных сотрудников. Согласно данным статистики, 50% соискателей в мире ищет работу именно при помощи Сети. Тем не менее, в Украине эта цифра составляет всего 28%, что указывает на недоиспользование отечественными предприятиями и организациями всего потенциала цифровых технологий.

Постановка задания. Цель данного исследования – определить, как электронный рекрутинг влияет на общий процесс найма, и выявить привносимые им изменения в характер традиционного подбора внешних кандидатов на определенную должность.

Изложение основных результатов. Цифровые технологии создали новое измерение в мире подбора персонала. Так, Web 1.0 сократила время поиска

открытых вакансий и предложила прозрачный метод нахождения нужной информации для кандидатов. В начале 2000-х годов официальные сайты предприятий стали основным источником сведений об их новостях: текущих открытых вакансиях, контактных данных и происходящих изменениях. Однако сам дизайн Web 1.0 наложил стиль односторонней коммуникации, где веб-серферы могли только поглощать данные с сайта и в случае необходимости отправлять резюме электронным письмом.

Последующие Интернет-инновации, такие как Web 2.0, создавшие социальные медиа, навсегда изменили процесс найма персонала, дав начало такому феномену, как е-рекрутинг. Система электронного рекрутинга является бэк-офисной системой для администрирования процесса найма и обычно предназначена для того, чтобы позволить кандидатам на должность представить свои данные в электронном виде. Таким образом, е-рекрутинг может восприниматься как термин, охватывающий деятельность по набору персонала, осуществляемую с использованием различных электронных средств и Интернета [1, с. 18].

Согласно данным ученых-экономистов, которые изучали эволюцию систем электронного рекрутинга посредством анализа корпоративных веб-сайтов компаний из списка Fortune 100, электронный рекрутинг коренным образом изменил процесс подбора персонала, трансформировав его из серийного прерывного режима в непрерывный режим.

В отличие от традиционного процесса рекрутинга на бумажной основе е-рекрутинг позволил круглосуточно собирать и обрабатывать предложения для работы компании, создав двухсторонний процесс коммуникации, который можно поддерживать в любое время суток из любой локации. К примеру, 90% кандидатов из США используют смартфоны для поиска работы, что возможно благодаря созданию карьерных страниц компании, доступных для мобильных приложений.

Более широкое использование ИКТ при наборе персонала оказывает фундаментальное влияние на все аспекты функций HR-менеджмента, включая людей, процессы, организационные структуры и формы управления. Е-рекрутинг может выступать в качестве нового процесса для снижения затрат предприятия, ускорения его транзакций, повышения эффективности и улучшения обслуживания. Одним из примеров такого процесса является основанный на Интернет-технологиях автоматизированный предварительный отбор кандидатов.

Использование е-рекрутинга постоянно возрастает, несмотря на то что преимущества этого метода с годами остаются почти неизменными. Основными из них являются:

- экономия затрат;
- простота использования как для соискателей,

так и для работодателей;

- рост скорости распространения информации;
- увеличение выбора кандидатов на должность;
- использование современных технологий для коммуникаций;
- упрощение отчетности;
- простота распространения информации между коллегами;
- сокращение бумажной работы;
- улучшение корпоративного имиджа;
- быстрота общения.

Преимущества электронного набора персонала подтверждаются и исследованиями, проводимыми компанией Jobvite, которая исследует способы рекрутинга. Результаты их опроса среди работодателей показали, что 33% из них считают, что с развитием медиасетей время поиска кандидатов существенно сократилось, а 43% согласились с тем, что количество кандидатов значительно увеличилось [2].

Согласно мнению профессора С. Салмен, процесс найма персонала через социальные сети может быть оптимизирован до 20%. Уже сегодня в мире 73% кандидатов в возрасте от 18 до 34 лет нашли работу именно с их помощью [3]. Например, в Соединенных Штатах 92% компаний, занимающихся поиском молодых талантов, имеют свои корпоративные профили: 93% из них находятся в LinkedIn, 66% – в Facebook, 54% – в Twitter [2].

У социальных сетей есть свои специальные приложения для компаний. Треть респондентов опроса CHRIS Recruiting Trends заявила, что Facebook – это то место, где они предпочитают общаться с потенциальными сотрудниками, а 19,1% сказали, что используют XING для публикации вакансий. Важно отметить, что 63,6% респондентов считают, что какой-либо профиль в Сети, такой как LinkedIn или XING, будет иметь большое значение для отбора кандидатов в будущем [4].

Правильное использование социальных сетей может поддерживать предприятия без особых усилий. Например, в организации из 100 сотрудников, которые имеют около 150 контактов в социальных сетях каждый, Сеть поможет потенциально охватить примерно 15 тыс. первоначальных контактов, а в конечном итоге охват может достичь 2,25 млн. лиц. Благодаря этому сотрудники могут поддерживать компанию косвенно путем обмена информацией о предстоящих событиях, о самой компании или посредством выражения собственного мнения.

В то же время е-рекрутинг бросает и определенные вызовы предприятию и его персоналу. Так, количество резюме для рассмотрения увеличивается, что увеличивает и нагрузку на отдел кадров; становится тяжело держать в уме данные всех просмотренных кандидатов. В то же время кандидаты желают получать быстрые ответы и иметь мгновенную связь с рекрутерами.

В этих условиях национальные предприятия также становятся более технологически искусными

в приобретении талантов, однако все еще остаются недостаточно быстрыми для сегодняшних тенденций. Только одна из десяти вакансий размещена на каналах социальных сетей. Особенно популярными в Украине являются Facebook (51,9% пользователей) и Twitter (32,1%) [5].

Важным является также и рассмотрение аспекта теории рекрутинга с точки зрения различий личных качеств работников в зависимости от поколения, к которому они принадлежат. Сегодня рабочая сила Украины представлена четырьмя различными поколениями: ветеранами (их количество наименьшее, но все еще частично сохраняется), бэби-бумерами, поколением X и поколением Y. Последнее поколение Z пока еще только вступает в рабочую фазу. Продemonстрируем сравнение четырех поколений и их профессиональных характеристик (табл. 1) [2].

Эти поколения выросли в разные эпохи, а значит, образ их жизни разнится, отлича-

ются традиционные черты их рабочих мест и используемых технологий. Учитывая, что большая часть рабочей силы сегодня представлена поколениями X и Y, можно сделать вывод, что общение на рабочих местах начинает принимать все менее формальный характер и все больше адаптируется к условиям текущей цифровой революции. И тем быстрее будет происходить этот процесс, чем быстрее предыдущие поколения будут выходить из состава рабочей силы.

Поворотным моментом для управления персоналом компаний может стать увеличение работников последнего поколения – поколения Z. Так, среднестатистический человек в Интернете сегодня проводит порядка 135 минут (рис. 1).

Данные рисунка свидетельствуют, что время в Сети постоянно возрастает: по сравнению с 2012 г. оно увеличилось на 50%, что дает приблизительно 7% ежегодного роста. Более того, время, прове-



Рис. 1. Среднее время пользователя онлайн в день, 2017 г.

Таблица 1

Сравнительная характеристика поколений рабочей силы

	Ветераны (1922–1945)	Бэби-бумеры (1946–1964)	Поколение X (1965–1980)	Поколение Y (1981–2000)
Работа – это	обязательство	увлекательное приключение	контракт, сложный вызов	средство для достижения цели
Средства связи	ротационные телефоны, общение один на один, написание записок	сенсорные телефоны, звонки в любое время	сотовые телефоны, звонки только в рабочее время	Интернет, смартфоны, электронная почта, социальные сети
Тип коммуникаций	формальные записки и письма	личное общение	личное общение и электронная почта	электронная почта, голосовая почта, сообщения в специальных мессенджерах
Личностные качества	способность к долгосрочному планированию, уважение к организационной иерархии и руководству, максимальность приложенных усилий	максимальность приложенных усилий, принятие фигур власти на рабочем месте, нацеленность на результат, способность к долгосрочному планированию	технологическая подкованность, любовь к неформальному общению, быстрая обучаемость, любовь к разнообразию, необходимость баланса между личной жизнью и работой	технологическая подкованность, любовь к неформальному общению, быстрая обучаемость, любовь к разнообразию

денное молодежью в Сети, значительно больше – порядка 235 минут [6].

Все это говорит о том, что предприятиям действительно необходимо перестраивать свою систему управления персоналом с ориентировкой на эти особенности. Размещение электронных страниц предприятия в Интернете поможет не только продвигать продукцию, но и привлечет новых креативных сотрудников. Примерами могут служить карьерные страницы Boeing, Marriott или украинских компаний El Sharm, Alisa.ua и так далее. Нелишним будет и размещение открытых вакансий на специальных платформах поиска работы, таких как Work.ua или Rabota.ua.

Выводы. Наш мир меняется и ускоряется под влиянием новых цифровых технологий. Многие стороны участвуют в этом инновационном процессе, но предприятия с их значительным влиянием на экономику страны и жизнь общества действительно выделяются из общей массы. Используя социальные сети и другой медиаконтент, они получили возможность изменить форму поиска новых сотрудников на более эффективную, современную и дешевую. Проведенный анализ показал, что национальные предприятия уделяют мало внимания е-рекрутингу, что впоследствии может снижать эффективность управления персоналом.

Список литературы:

1. Sills M. E-recruitment: A comparison with traditional recruitment and the influences of social media. Helsinki Metropolia University of Applied Sciences, 2014. 55 p.
2. Jobvite. Jobvite, Inc., 2018. URL: <https://www.jobvite.com/> (дата обращения – 21.02.2018). Название с экрана.
3. Salmen S., Rath B. Einleitung. Die Suche von Top-Mitarbeitern im War for Talent! Gottingen: BusinessVillage GmbH, 2012. P. 30–40.
4. Monster Recruiting Trends 2017: Das braucht der Recruiter von morgen. Monster Worldwide, USA, 2018. URL: <https://arbeitsgeber.monster.de> (дата обращения – 21.02.2018). Название с экрана.
5. Информатор / Региональное Интернет-издание, 2007–2018. URL: <https://dp.informator.ua/> (дата обращения – 21.02.2018). Название с экрана.
6. The statistics portal / Statista, Hamburg, Germany, 2008–2018. URL: <https://www.statista.com/> (дата обращения – 21.02.2018). Название с экрана.