

Гуменна О.В.

кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри маркетингу та управління бізнесом

Гуменна А.А.

проектний менеджер ради випускників Києво-Могилянської бізнес школи
Національний університет «Києво-Могилянська академія»

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ПОШУКУ РОБОТИ (ПЕРШОГО РОБОЧОГО МІСЦЯ) ЧЕРЕЗ РОЗРОБКУ РЕКРУТИНГОВОГО МОБІЛЬНОГО ДОДАТКУ

Сучасні учасники ринку праці в Україні (як пошукачі, так і роботодавці) діють в умовах військових дій, високої конкуренції, відкритої інформаційної системи та динамічності. Це провокує зміни у поведінці як з боку пошукачів, так і з боку роботодавців. Процеси пошуку роботи та пошуку співробітників супроводжуються використанням цілого ряду продуктів, які покликані спростити взаємодію між учасниками ринку праці на різних етапах.

Існуючі платформи та інструменти для пошуку роботи застаріли, не можуть відповідати швидкоплинним тенденціям і мають обмежені функціональні характеристики. У світі спостерігається двостороння популяризація цифрових інструментів рекрутингу. Компанії не лише активно використовували сайти пошуку вакансій для розміщення своїх оголошень, але й сторювали корпоративні онлайн дошки оголошень. За даними Statista, у 2018 р. 20% працівників у світі було найнято через такі корпоративні сайти [1]. Пошукачі у свою чергу також активно використовують онлайн інструменти для пошуку роботи. У 2018 р. через корпоративні сайти пошуку вакансій та онлайн агрегатори вакансій у світі було подано майже 85% резюме [1]. Але ж якість не означає кількість. Ефективність таких рекрутингових каналів залишається на дуже низькому рівні. Рекрутингові сайти та корпоративні дошки оголошень мають найнижчі показники ефективності (0.83 та 0.39 відповідно) серед усіх каналів пошуку співробітників [2].

Ринок рекрутингових послуг в Україні наразі характеризується значною кількістю інструментів рекрутингу таких, як сайти, центри зайнятості, спілки та агенції. Водночас, зовсім не всі вони готові та здатні надавати людям весь спектр необхідних послуг на відповідному рівні щодо пошуку роботи або ж відбору персоналу для замовників. Factum Group Ukraine і OLX Робота провели онлайн-опитування, щоб дізнатися, де українці у 2020 році найчастіше шукали роботу [3]. Ось, які результати вони отримали:

- 88% респондентів використовує спеціалізовані сайти;
- 56% шукачів роботи звертається за допомогою до знайомих і родичів;
- 43% опитаних шукають роботу через соцмережі;
- 68% українців онлайн і офлайн джерела переважно комбінують;
- повністю ж «діджитальних» потенційних робітників 28%;

– лише 4% покладаються тільки на традиційні нецифрові способи.

Цікаво, що лише 6% опитаних розміщують резюме на сайтах і чекають відгуку роботодавців, 53% шукають серед вакансій, що сподобалися, і відповідають на них, решта ж 41% подвоюють шанси, поєднуючи обидва способи пошуку роботи. Незважаючи на те, що ринок рекрутингових послуг вже звик до цифрових та онлайн інструментів рекрутингу, їхня ефективність вкрай низька через відповідний рівень надання та аналізу інформації: компанії розміщують мінімум інформації про вакансію, про свою компанію, про обов'язки та рівень кваліфікації, заробітну плату, соціальний пакет, локацію і графік, а пошукачі мало відсіюють розміщені вакансії, відправляючи резюме скрізь. Як результат – в середньому кожна корпоративна пропозиція про роботу залучає 250 резюме, з яких кандидатів 4–6 буде викликано на співбесіду, і лише один отримає роботу [4].

Найпопулярніші способи пошуку працівників серед роботодавців:

- 100% роботодавців користуються спеціалізованими сайтами, розміщуючи вакансії в мережі Інтернет;
- 67% займаються пошуком працівників в соцмережах;
- 61% вибирають з цією метою групи в месенджерах;
- 58% роботодавців шукають персонал через знайомих і родичів.

Частка офлайн все ще велика – до нецифрових способів вдаються 80% компаній і підприємців. Однак більше коштів вкладають в онлайн – 71% від усіх ресурсів для підбору співробітників. Для ефективного пошуку використовують в середньому 5 джерел.

Доцільним є створення нового рекрутингового мобільного додатку, зокрема для людей, які вперше шукають роботу (студенти, випускники ЗВО). Сумнівів у тому, що це має бути саме додаток не виникало, адже саме мобільні телефони зараз є основним джерелом отримання інформації, інструментом для проведення дозвілля та виконання роботи. Світові тенденції показують, що комп'ютером з кожним роком стають користуватися все менше і менше: у 2019 році на 37,5 трильйонів відвідувань сайтів 32% було з комп'ютера, 63% – з телефона та 5% з планшета. А ось останні 2-3 роки довели, що такий напрямок прискорюється досить кардинально кожного року, адже тепер вже кілька відсотків, як від ПК, так і від планшетів пішли до мобільних телефонів – комп'ютер – 29%, телефон – 68%, планшет – 3% [5].

На сьогодні кількість мобільних користувачів перевищує кількість користувачів настільних ПК. Можливо, ці твердження не виглядають надто вагомими аби остаточно відмовлятися від створення сайту, тому пропонуємо ознайомитись з шістьма аргументами з цього приводу, які є важливими для створення саме нашого продукту.

1. Мобільні програми пропонують кращу персоналізацію.

2. Використання функцій мобільних пристроїв (таких як камера, список контактів, GPS тощо).

3. Можливість роботи в автономному режимі.

4. Свобода у проектуванні.

5. Присутність бренду (регулярна «зустріч» з встановленими на мобільний телефон програмами. Піктограма програми діє як міні-реклама для бренду).

6. Додатки можуть працювати швидше, ніж веб-сайт.

Аби мати можливість виділитися на тлі інших рекрутингових сайтів та додатків ми виділили п'ять основних конкурентів нового мобільного додатку на українському ринку, а саме Work.ua, Rabota.ua, Happy Monday, Jobs.ua, Ua.Jooble.org; створили карту стратегічних груп конкурентів на основі двох трьох показників, які напряду не корелюються між собою – якість послуг, привабливість візуального оформлення платформи, а також їхня частка ринку. Її ми обраховували на основі статистики місячної кількості користувачів на кожному з вищезазначених конкурентів. Отримали такі результати: Work.ua - 12 250 000 користувачів на місяць, Rabota.ua – 8340000, Happy Monday – 140 000, Jobs.ua – 553000, Ua.Jooble.org – 5160000.

Шляхом власних експертних оцінок ми розробили карту стратегічних груп конкурентів та оцінили компанії конкурентів за показниками якість послуг та привабливість візуального оформлення від 1 до 5, де 1 – дуже погано, 5 – дуже добре. На рис.1 можемо бачити ці показники та результати.

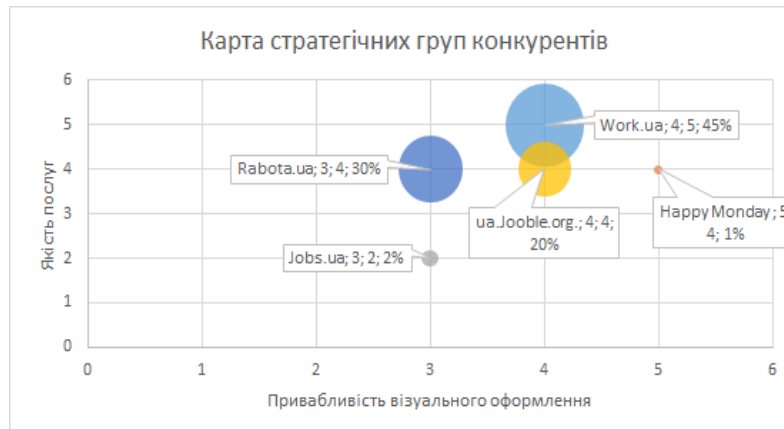


Рисунок 1 – Карта стратегічних груп конкурентів

Можемо побачити, що за трьома показниками найбільш сильним конкурентом є Work.ua, хоча Happy Monday навіть незважаючи на найнижчу частку ринку має такі ж хороші результати. Однак також можемо зробити висновки, що компанії орієнтуючись на ці показники можуть втратити свої конкурентні переваги в інших аспектах, важливих для споживачів. Саме тому нам необхідно створювати наш додаток відповідно до аналізу споживачів.

Для кращого розуміння попиту на нинішньому ринку праці серед молоді було створено онлайн-опитування [6] серед студентів найбільших ЗВО м.

Києва, а саме Національного університету «Києво-Могилянська академія», Київський національний університет імені Тараса Шевченка та Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені І.Сікорського». В опитуванні взяло участь 90 осіб віком від 17 до 24 років, незалежно від статі. Перед проведенням опитування було сформульовано гіпотези, які допоможуть зрозуміти потреби молоді та ступінь важливості.

Результати даного опитування дали нам розуміння, що в додатку повинні бути наступні можливості:

- вакансії на роботу по Україні та за кордоном;
- пропозиції стажувань по Україні та за кордоном;
- функції допомоги у складанні резюме та лайфхаки на цю тему;
- правдива інформація про проходження стажувань і етапів відбору, щоб розвінчувати міф, що це надскладно або безоплатно;
- можливість проходити співбесіду онлайн у якомога більшій кількості компаній, щоб економити час та гроші;
- обов'язковою вимога до компаній – надсилати будь-який відгук на резюме, бажано з причинами відмови;
- наявність можливості залишити відгук про компанію, співробітників та свій досвід, пов'язаний з нею;
- створення особистого кабінету з відгуками на резюме, індивідуально підібраними вакансіями і порадами, як поводитися на співбесіді.

Утім, з цього мінімального аналізу споживачів можна виділити важливі критерії, які виділятимуть нас із конкурентного поля карти стратегічних груп конкурентів – це трастовість (рівень довіри до вашого сайту/додатку з боку пошукових систем) та функціональність (рис. 2, рис. 3).

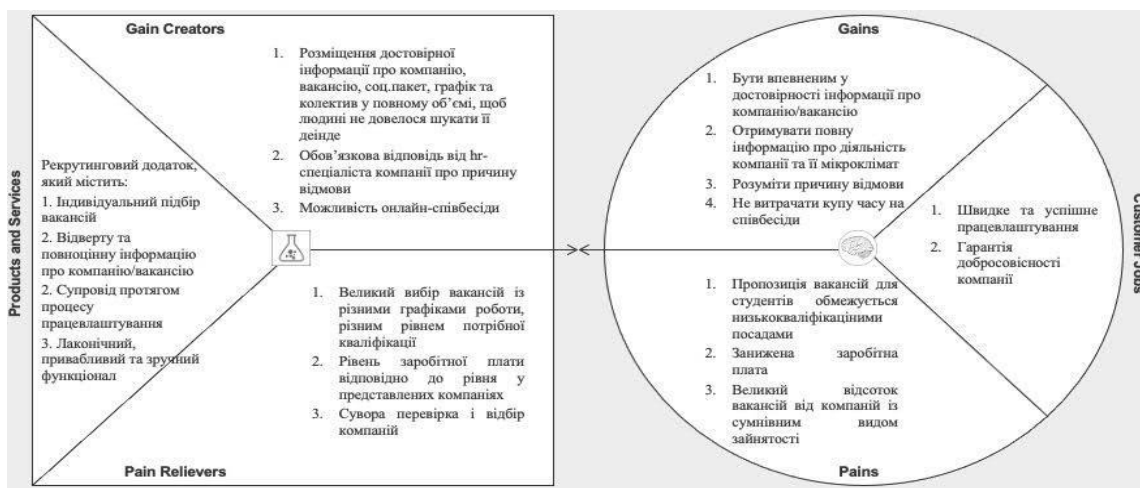


Рисунок – 2 Ціннісна пропозиція Canvas рекрутингового додатку для пошукачів

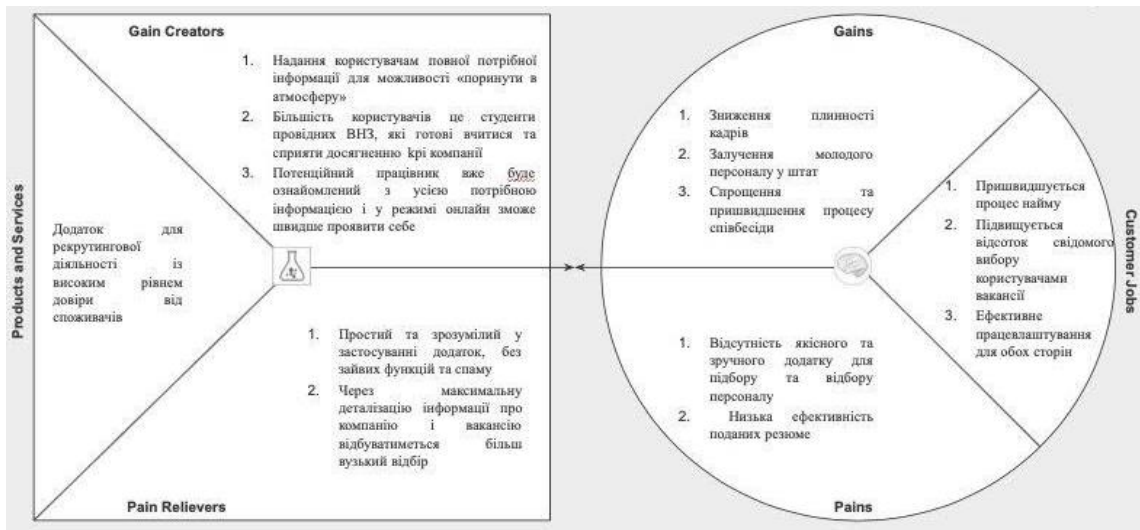


Рисунок 3 – Ціннісна пропозиція Canvas рекрутингового додатку для роботодавців

Усі ці функції будуть надавати конкурентну перевагу на ринку рекрутингових додатків за рахунок вирішення проблемних питань користувачів, надання їм корисної інформації, гарантування надійності працедавців, забезпечення їх повною інформацією про компанію. Для роботодавців додаток теж буде привабливим з багатьох причин, проте об'єднує їх упевненість користувачів у достовірності інформації.

Література

1. Online and social media recruiting. Statistics & facts. Н. Tankovska, 2021. URL: <https://www.statista.com/topics/2727/online-recruiting> (дата звернення 4.07.22)
2. Effectiveness of recruitment channels worldwide in 2018, by effectiveness score. Statista Research Department, 2020. URL: <https://www.statista.com/statistics/881148/effectiveness-of-recruitment-channels-worldwide> (дата звернення 4.07.22)
3. Коваленко М. Де і як зараз шукають роботу українці. 2020. URL: <https://dyvys.info/2020/06/29/de-i-yak-zaraz-shukayut-robotu-ukrayintsi-opytuvannya> (дата звернення 4.07.22)
4. Bart Turczynski, 2021. HR Statistics: Job Search, Hiring, Recruiting & Interviews. URL: https://zety.com/blog/hr-statistics?utm_source=google&utm_medium=sem&utm_campaign=%20905777495&utm_term=%20Brecruiting%20%20Bstats&network=g&device=c&adposition=&adgroupid=55614963974&placement=&gclid=CjwKCAjwm7mEBhBsEiwA_of-TCQF7r2tqGXCcL1AZH8XiBineKN8ReBDF9O7THsFFY4jtYQ78kIvBoCOXgQAvD_BwE (дата звернення 4.07.22)
5. Eric Enge, 2021. Mobile vs. Desktop Usage in 2020. URL: <https://www.perficient.com/insights/research-hub/mobile-vs-desktop-usage#:~:text=Desktops%20were%20responsible%20for%2035.7,of%20visitors%20came%20from%20tablets> (дата звернення 4.07.22)
6. Онлайн-опитування студентів ЗВО м.Києва URL: <https://forms.gle/FxU17HTZ5zsv5oak6> (дата звернення 4.07.22)