

УДК 331.108
DOI: 10.26140/anie-2021-1003-0096



©2021 Контент доступен по лицензии CC BY-NC 4.0.
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

РЕКРУТМЕНТ: СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ РЕАЛИЗАЦИИ

© Автор(ы) 2021
SPIN: 2285-0397
AuthorID: 229789
ResearcherID: Q-8857-2016
ORCID: 0000-0001-6277-8115
ScopusID: 57021569200

ЦАРЕВА Наталья Александровна, кандидат политических наук, доцент кафедры
«Экономики и управления»

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
(690014, Россия, Владивосток, улица Гоголя, 41, e-mail: natsareva@mail.ru)*

ORCID: 0000-0003-0600-7951

КОЛПАКОВА Татьяна Алексеевна, специалист по кадрам
ООО «Информационный Центр»

(690014, Россия, Владивосток, улица Некрасовская, 88а, e-mail: kolpakova-ta@mail.ru)

Аннотация. Для компаний процесс подбора и отбора персонала является сложной задачей, так как наблюдается дефицит талантливых кандидатов. Наиболее остро это проблема наблюдается в ИТ-компаниях. Для решения данных проблем компании нанимают технических рекрутеров. В условиях высокого спроса на технических специалистов, ИТ-рекрутер должен заинтересовать кандидата, а не кандидат рекрутера. Техническим рекрутером для наибольшей эффективности необходимо понимать области поиска в ИТ-сфере и основные понятия работы, а также постоянно совершенствовать и актуализировать систему подбора и отбора персонала, внедряя современные методы, инструменты, учитывая постоянно меняющиеся внутренние и внешние условия как компании, так и экономической ситуации в стране. Для ИТ-сферы наиболее привлекательной является система электронного рекрутинга. Веб-сайты, социальные сети, мессенджеры позволяют выстраивать коммуникации с потенциальным работником в online режиме. Выбор методов рекрутинга должен быть максимально релевантным, сформирован по результатам анализа воронки подбора. На основании конверсии этапов подбора в воронке можно посчитать сколько кандидатов необходимо для закрытия вакансии и выявить проблемы подбора. Оптимизация процесса подбора и отбора с применением современных методов и инструментов позволит компании привлечь на работу наиболее квалифицированных и эффективных работников.

Ключевые слова: рекрутинг, электронный рекрутинг, современные персонал технологии, мессенджеры, социальные сети, рабочие сайты, boolean search, интервью, воронка подбора.

RECRUITMENT: MODERN METHODS OF IMPLEMENTATION

© The Author(s) 2021

TSAREVA Natalia Aleksandrovna, candidate of political sciences, associate professor of the department
«Economic and Management»

*Vladivostok State University of Economics and Service
(690014, Russia, Vladivostok, st. Gogolya, 41, e-mail: natsareva@mail.ru)*

KOLPAKOVA Tatyana Alekseevna, HR specialist
LLC "Information Center"

(690014, Russia, Vladivostok, st. Nekrasovskaya, 88a, e-mail: kolpakova-ta@mail.ru)

Abstract. For companies, the recruitment and selection process is difficult, as there is a shortage of talented candidates. This problem is most acute in IT companies. To solve these problems, companies hire technical recruiters. In a high demand for technicians, the IT recruiter should interest the candidate rather than the candidate should interest the recruit. It is necessary for the technical recruiter to understand the areas of search in the IT sphere and the basic concepts of work, as well as constantly improve and update the system of staff recruitment, introducing modern methods, tools, taking into account the constantly changing internal and external conditions of both the company and the economic situation in the country. E-recruiting is the most attractive for the IT industry. Websites, social networks, messengers allow you to build communications with a potential employee online. The selection of recruitment methods should be as relevant as possible, formed from the results of the analysis of the selection funnel. Based on the conversion of the selection stages in the funnel, you can calculate how many candidates are needed to close the vacancy and identify selection problems. Optimizing the selection process using modern methods and tools will allow the company to attract the most qualified and effective employees.

Keywords: recruiting, electronic recruiting, technology of modern personnel, instant messengers, social network, websites, boolean search, interview, funnel selection.

ВВЕДЕНИЕ

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Развитие информационного общества и современных технологий открывает новые профессии специалистов в области информационных технологий, что ведет к изменениям в управлении персоналом. В настоящее время рекрутинг является важной подсистемой управления персоналом, так как именно с подбора и отбора персонала начинается формирование кадрового потенциала компании. В связи с этим возникает потребность в технических рекрутерах для обеспечения непрерывного притока эффективного и конкурентоспособного персонала. Традиционные инструменты процесса подбора и отбора, используемые HR менеджерами на протяжении нескольких десятилетий, не отвечают потребностям компаний в современных

условиях. В результате компаниям пришлось отказаться от традиционных методов работы с персоналом, чтобы не терять своих позиций на рынке труда. Руководителям компаний и HR менеджерам пришлось приспособиться к новой реальности онлайн-рекрутинга, в которой не кандидаты ищут работу, а рекрутеры кандидатов. Для поиска кандидатов стали еще более востребованы коммуникационные технологии, такие как веб-сайты и социальные сети. Главной обязанностью рекрутера стало поддержание интереса кандидата к компании в процессе отбора, а также влияния на их решение о выборе работы. Многие исследователи затрагивают важные аспекты управления персоналом, но при этом не рассматривают тот уровень, которого достигли в практической области подбора и отбора в последние годы. Если раньше в процессе подбора и отбора HR менеджеры полагались на

интуицию, то сейчас к выборам инструментов относятся очень тщательно, так как они способны облегчить работу и дать положительный результат.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновываются авторы; выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Рекрутинг представляет собой процесс непрерывного привлечения достаточного количества людей с необходимой квалификацией на работу. Подбор персонала – это деятельность, направленная на выявление и привлечение потенциальных сотрудников, обладающих необходимыми навыками, талантами и конкурентными преимуществами. Дефицит высококвалифицированных кадров в последние годы способствовал росту интереса к рекрутинговым исследованиям [1]. Отбор определяется как процесс принятия решения о том, кто будет принят в компанию [2]. Подбор персонала рассматривается в качестве процесса в области управления персоналом, в то время как отбор и укомплектование штата являются ключевыми процессами развития человеческого капитала компании [3]. Сегодня подбор персонала — это маркетинг. Чтобы найти лучших ИТ-специалистов, следует посмотреть на задачу с позиции маркетинга: чем заинтересовать кандидата и как сделать предложение ценным для него? Ценностное предложение работодателя – это концепция бренда работодателя, реализуемая посредством использования коммуникационных инструментов, для трансляции целевой аудитории функциональных, эмоциональных и социальных выгод и атрибутов организации [4]. Структурно ценностное предложение, состоит из шести базовых блоков, включающих информацию об организации, людях, характеристиках деятельности, вознаграждениях, возможностях и условиях труда. Каждый блок подразделяется на атрибуты привлечения: репутация организации, масштаб задач и специфика деятельности, что приводит к увеличению емкости рынка потенциальных кандидатов.

МЕТОДОЛОГИЯ

Цель работы состоит в том, чтобы исследовать современные инструменты рекрутинга и выявить наиболее эффективные при подборе специалистов в ИТ-сфере. Достижение данной цели несет прикладное значение и способствует разрешению проблемы формирования персонала при кадровом дефиците.

Используемые в исследовании методы, методики и технологии. Наиболее эффективным в ИТ-сфере является активный рекрутинг, так как специалистов по каждому направлению деятельности мало, и они имеют высокую стоимость на рынке труда. В большинстве случаев, если специалист редкой профессии находится в поиске работы, то он может просто разместить резюме и ждать предложений от работодателей. Активный рекрутинг предполагает использование новых персонал технологий и инструментов подбора персонала. Электронный рекрутинг предполагает компьютерные скрининговые интервью и статистические прогнозы, чтобы сократить расходы на привлечение, наем и удержание персонала [5]. Электронная система подбора персонала эффективна как для соискателей, так и для работодателей. Система электронного рекрутинга предоставляет возможность: отправлять приглашения на интервью и проверять наличие обратной связи; отслеживать все действия, процесса подбора и их стоимость; создавать настраиваемые уведомления по электронной почте для активных и пассивных кандидатов; оперативно создавать страницы вакансий и информирования соискателей; анализировать навыки и опыт кандидатов [5].

В процессе рекрутинга используют новые методы для изучения того, как кандидаты ориентируются на веб-сайтах. Так, технология eye-tracking и анализ вербального протокола (VPA) показали, что кандидаты в большей степени ориентируются на навигационную структуру и ссылки рекрутинговых сайтов (Allen, 2013). Более эффективны в привлечении кандидатов рекру-

тинговые сообщения, вызывающие эмоции, чем те, которые отражают только факты [6]. Рекрутеры при подборе кандидатов используют различные инструменты: при подборе персонала – взаимодействие с учебными заведениями, социальные сети, мессенджеры, рабочие сайты; при отборе – интервью по технологии STAR, составление скрипта интервью, on-line собеседование, brainteaser-интервью. Исследования показали, что выбор методов рекрутером зависит от числа заявок, качества соискателей, скорости закрытия вакансий, эффективности работы нового сотрудника после трудоустройства, удовлетворенность работой сотрудника руководителем подразделения [7]. Таким образом, технологии подбора персонала являются одним из способов управления качеством и количественным составом персонала, благодаря последовательному осуществлению действий с помощью специальных методов, инструментов, технологий [8].

В рекрутинге средства коммуникации играют важную роль в привлечении потенциальных претендентов. Кандидаты находят информацию о вакансии в средствах массовой информации [9]. Каждый электронный ресурс обладает определенным охватом аудитории на территории России и характеризуется определенным количеством посещений (таблица 1).

Таблица 1 – Количество посещений электронных ресурсов за месяц

Источники	Посетители за апрель			Среднее время пребывания за апрель		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Поисковые системы	274 783 650	319 140 100	382 468 500	10ч 04мин	10ч 57мин	11ч 55мин
Социальные сети	164 000 000	173 000 000	193 000 000	6ч 49мин	6ч 42мин	6ч 43мин
Рабочие сайты	14 100 000	20013 450	16 230 450	33мин	52мин	38мин

(составлено авторами по статистическим данным сайта Яндекс радар)

Выбор методов подбора персонала должен быть максимально релевантным. В зависимости от типа вакансии и заявленным требованиям будет варьироваться и стоимость вакансии, а также формат поиска кандидатов. РЕЗУЛЬТАТЫ

В настоящее время все компании используют для рекрутинга рабочие сайты. По данным Яндекс.Радар на конец 2020 года в России существовало порядка 60 сайтов для публикации вакансий и резюме. Для эффективного поиска необходимо изучать востребованность рабочих сайтов в зависимости от региона, требуемой специализации сотрудника, области деятельности, проанализировать стоимость размещения вакансии и базы резюме. Например, в Приморском крае наибольшее количество откликов специалистов в ИТ-области приходит с Head Hunter, а на вакансии административного персонала с Farpost.

В поисковых системах внимание кандидатов будет привлекать таргетированная реклама, в социальных сетях кандидат сможет узнать жизнь компании и основные ценности, а на рабочих сайтах посмотреть непосредственно вакансию. С каждым годом охват аудитории увеличивается. Перед рекрутером стоит вопрос – где лучше разместить объявление или таргетированную рекламу. Для рекрутера рабочие сайты имеют инструменты, которые оптимизируют процесс отбора. Например, на Head Hunter обновился функционал управления потоком кандидатов, появились новые папки: неразобранные, подумать, телефонные интервью, оценка, интервью, предложение о работе, выход на работу, отказ. Перемещая резюме в одну из папок, можно сразу отправить кандидату письмо по готовым формам от Head Hunter, а также можно написать кандидату через сайт сразу в мессенджер.

Рекрутмент в мессенджерах открывает много возможностей. По данным статистики, по числу упоминаний мессенджеров WhatsApp занял первое место, Viber второе, Telegram третье. Можно производить поиск ре-

зюме на популярных каналах по хэштегам. Еще один способ - это Boolean search. Для каждой вакансии и в зависимости от деятельности компании можно использовать только некоторые логические символы, так как остальные могут не дать результатов.

Использование социальных сетей в рекрутинге позволяет закрывать вакансии очень быстро с наименьшими затратами [7]. Создание страницы компании в социальной сети позволяет создавать положительный HR-бренд компании и сформировать значительный входящий поток кандидатов. С помощью социальных сетей кандидат можно изучить жизнь компании и её сотрудников, понять основные ценности компании. В свою очередь работодатель, на основании постов потенциального кандидата, может оценить его интересы, хобби, время проведения. Во многих социальных сетях имеется возможность размещения таргетированной рекламы, её можно направить на определенное место на карте, выбрать интересы сотрудника, обозначить возраст, выбрать место обучения и многое другое. Можно искать в социальных сетях аккаунты потенциальных кандидатов напрямую или выходить на них через списки контактов и друзей. Социальные сети при наборе персонала помогают найти таланты, которые в настоящее время недоступны для порталов вакансий [10]. В зависимости от типа открытой вакансии и специфики деятельности компании данный метод будет являться наиболее эффективным и менее затратным.

Еще один метод подбора персонала – прелиминаринг. Работа с учебными заведениями позволяет повышать узнаваемость компании на рынке труда, способствует расширению кадрового резерва и позволяет при меньших затратах наиболее быстро закрыть вакансии. Кроме того, приглашение на стажировку студентов позволяет освободить сотрудников от рутинной работы. ИТ-компания Приморского края закрывает большинство вакансий студентами, успешно прошедшими практику и имеющих образование в ИТ-области. Но, к сожалению, после получения необходимого опыта большинство сотрудников переманивают конкуренты из центральной России. При этом Федеральная служба по техническому и экспортному контролю периодически направляет формы для заполнения отчётности сведениями по кадровому составу специалистов в области защиты информации, и несколько из форм содержат сведения о принятых выпускниках с образованием в ИТ-области, а также отчет по планированию принятия на следующие годы выпускников по данному направлению.

Поиск кандидатов, которые подходят по всем критериям, заканчивается и начинается этап отбора. Существует два основных подхода к процессу отбора сотрудников: психометрический и социальный [11]. Психометрический подход предполагает, что каждая работа имеет отдельные задачи, и кандидат, и работа могут быть оценены независимо. В то время как социальный подход предполагает, что инструменты отбора могут быть ненадежными, в связи с этим между кандидатами и организацией могут установиться напряженные отношения. Следовательно, организация должна сосредоточиться на отношениях между организацией и человеком [12]. Для реализации своей стратегической цели компания должна выбрать наиболее подходящего кандидата [13,14]. Организации не всегда могут объективно подходить к процессу отбора. Несмотря на то, что вспомогательные инструменты принятия решений уже давно доступны, организации всё также принимают решение исходя из личных предпочтений рекрутера [15]. На самом деле, менеджеры чаще всего верят в свою способность отбирать кандидатов, а не полагаться на легкодоступные и эффективные инструменты [16]. Разработка профиля должности оптимизирует процесс отбора персонала и позволяет не упустить главные требования к кандидату. При создании профиля должны учитываться характеристики к профессии, личные и профессиональные качества кан-

дидата, необходимые знания, умения и навыки, характер выполняемых функций. Оценка всех кандидатов происходит по шкале, что позволяет наглядно представить профиль «идеального кандидата». Составление скрипта и ограничение по времени телефонного собеседования позволяет получить всю необходимую информацию, не упустив самое главное. По окончании разговора отправляем информацию в мессенджерах с указанием места и временем собеседования, перечнем необходимых документов, контактные данные и ссылку на вакансию.

Выделяют три основных типа интервью: неструктурированные интервью, обычные структурированные интервью и поведенческие структурированные интервью [17]. Неструктурированные интервью не имеют фиксированного формата относительно содержания вопросы и оценка ответов. Исследование надежности и обоснованности собеседования при найме определило его практически нулевую результативность [18]. Структурированное интервью выполняется с учетом следующих принципов:

- вопросы основаны на анализе основных параметров работы;
- одинаковые вопросы и процедура используется для всех кандидатов;
- ответы кандидатов оцениваются по шкалам;
- решение принимается после опроса всех кандидатов [19, 20].

Структурированное интервью снижает вероятность субъективной оценки и снижает требования к компетентности рекрутера. Следует убедиться, что при собеседовании используются релевантные вопросы и темы для обсуждения. На собеседовании стоит использовать технику проведения интервью по компетенциям STAR, последовательного построения диалога по структуре: ситуация, задача, действие, результат. Это позволяет выявить наличие заявленных в резюме компетенций у кандидата. Для кандидатов, приходящих на должности, на которых необходимо аналитическое мышление, развитая логика стоит использовать метод Brainteaser-интервью. При отборе ИТ-специалистов распространены тестирования и технические задания. Тестирование должно проводиться в соответствии с точным сочетанием знаний и способностей, необходимых для конкретной должности. Это помогает объективно оценить навыки и уменьшить предвзятость.

Анализ процесса подбора и отбора персонала необходимо проводить с использованием воронки подбора – это визуальный инструмент для определения проблем, помогает оценить необходимое количество кандидатов для закрытия вакансии и рассчитать затраты времени, а также стоимость закрытия одной вакансии (таблица 2).

Таблица 2 – Воронка подбора помощника директора по развитию и сервис-инженера

Этап процесса подбора и отбора	Помощник директора по развитию			Сервис-инженер		
	Количество, шт.	Переход, %	Время, мин	Количество, шт.	Переход, %	Время, мин
Количество резюме	120	100		41	100	
Отбор резюме	44	36	120	25	61	70
Телефонное собеседование	27	61	110	6	24	24
Собеседование	5	18,5	150	3	50	90
Сделано предложение о работе	1	20	30	1	33,3	30
Вышло на работу	0			1	100	

По данным воронки подбора следует оптимизировать систему подбора директора по развитию, так как переход меньше 20% говорит о неэффективности процесса. В первом случае общая конверсия равна 0, никто из кандидатов не вышел на работу. Хотя на процесс было

потрачено около 7 часов работы. На основании конверсии этапов в зависимости от вакансии, можно посчитать, сколько кандидатов необходимо для закрытия вакансии. На основании количества необходимых резюме для закрытия вакансии подобрать метод поиска персонала, позволяющий сделать необходимую выборку. В ИТ-компаниях бывают вакансии, которых не было раньше в регионе. Например, специалист по проведению внутренних и внешних тестов. Для этой должности было найдено 1 резюме, в котором были описаны подходящие навыки, но по результатам интервью стало известно, что кандидат имеет лишь поверхностные знания, а умений и навыков по данному направлению нет. Откликов на данную вакансию с опытом работы тоже не было. Часто, в таких ситуациях, компания «выращивает» своего специалиста. К сожалению, это имеет ряд недостатков: высокие временные и трудовые затраты, вероятность ухода сотрудника к конкурентам.

Сравнение полученных результатов с результатами в других исследованиях. В исследовании Попрядухиной Н.Г. изучены особенности восприятия соискателя при приеме на работу и ожиданий работодателей [21]. Бесхлебная Т.А., Долженкова Ю.В., исследуя цифровизацию различных типов рекрутмента, приводит типологию подбора персонала на следующих основаниях: количество открытых позиций, уровень позиции, источник кандидатов, характер поиска кандидатов, субъект поиска кандидатов [22]. Ряд авторов (Гладышева А.В., Чепурова И.Ф., Кузнецова К.И., Куликова Я.А.), исследуя применение информационных технологий в процессе подбора персонала, отмечают, что реализация IT-решения по автоматизации всех процессов подбора персонала позволяет увеличить скорость и эффективность поиска компетентных сотрудников [23].

ВЫВОДЫ

В настоящее время в распоряжении HR менеджеров находится множество различных методов, технологий, способствующих эффективному управлению персоналом и функционированию компании. От их выбора зависит результативность процесса подбора и отбора кандидатов. Важно выстроить систему, таким образом, чтобы за короткий промежуток времени была возможность закрыть вакансии качественным персоналом. В ИТ-сфере важно заинтересовать и удержать кандидата, так как на рынке труда отмечается дефицит опытных высококвалифицированных сотрудников. На данный момент, не все предложенные технологии имеют широкое применение, но с развитием техники, программного обеспечения, ростом разнообразия электронных ресурсов, потребность в них возрастает. Эффективность применения данных технологий определяется наличием информационного обеспечения за счет увеличения охвата аудитории, кадрового подразделения, наделенного полномочиями для реализации современных методов подбора персонала.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Allen, D.G., Biggane, J.E., Pitts, M., Otondo, R., Van Scotter, J. Reactions to recruitment web sites: Visual and verbal attention, attraction, and intentions to pursue employment. *Journal of Business and Psychology*. 2012, 28(3), 263-285.
2. Heneman III, H.G., Judge, T.A., *Staffing Organization*, 6th Edition, Boston, McGraw Hill. 2008. 744 p.
3. Mondy, R.W., Noe, R.M., *Human Resource Management*, 10th Edition, New Jersey, Prentice-Hall. 2008. 527 p.
4. Tsareva N.A., Lisitsa L.A. Employer's brand: development mechanism and diagnostic tools. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication. Special Edition*, 2018, p.528-536.
5. Smith, A.D., Rupp, W.T., Knowledge workers' perceptions of performance ratings. *Journal of Workplace Learning*, 2004. Vol. 16 N.3, 146-66.
6. Kraichy, D., Chapman, D.S. Tailoring web-based recruiting messages: Individual differences in the persuasiveness of affective and cognitive messages. *Journal of Business and Psychology*, 2013, 29(2), 253-268.
7. Fisher, R., McPhail, R., You, E. and Ash, M., Using social media to recruit global supply chain managers, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 2014. Vol. 44 N 8/9, 635-645.
8. Tsareva N.A., Kolpakova T.A. Modern methods of implementing recruitment// *LAPLAGE EM REVISTA*. 2020. Т. 6. № Extra-B. С. 261-266

9. Highhouse, S. Stubborn reliance on intuition and subjectivity in employee selection. *Industrial and Organizational Psychology*, 2008, 1(3), 333-342.
10. Girard, A., Fallery, B., Rodhain, F., *Integration of Social Media in Recruitment: A Delphi Study*, Advanced Series in Management, 2013, Vol. 12, 97-120.
11. Bolander, P., & Sandberg, J. How employee selection decisions are made in practice. *Organization Studies*, 2013, 34(3), 285-311.
12. Herriot, P. A paradigm bursting at the seams. *Journal of Organizational Behavior*, 1993, 14(4), 371-375.
13. Sears, D. Successful talent strategies: Achieving superior business results through market-focused staffing. *AMACOM Div American Mgmt Assn. NY*. 2003, 248 p.
14. Gatewood, R., Feild, H.S., Barrick, M. *Human resource selection*. Nelson Education. 2015, 784 p.
15. Highhouse, S., Hoffman, J.R. Organizational attraction and job choice. *International review of industrial and organizational psychology*, 2001, Vol. 16, 37-64.
16. Miles, A., & Sadler-Smith, E. "With recruitment I always feel I need to listen to my gut": the role of intuition in employee selection. *Personnel Review*, 2014, 43(4), 606-627.
17. Salgado, J. F., & Moscoso, S. Comprehensive meta-analysis of the construct validity of the employment interview. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 2002, 11(3), 299-324.
18. Moscoso, S. Selection interview: A review of validity evidence, adverse impact and applicant reactions. *International Journal of Selection and Assessment*, 2000, 8(4), 356-363.
19. Salgado, J. F., & Moscoso, S. Utiliser les entretiens comportementaux structures pour la selection du personnel. Paris: Les Editions d'Organization. 2006, pp. 195-208.
20. Shvaikina N.S., Kuzovenkova K.O. Tools for increasing competitiveness of higher education institutions on the international arena // *Baltic Humanitarian Journal*. 2020. Т. 9. № 4 (33). С. 206-209.
21. Попрядухина Н.Г. Практико-ориентированный подход к изучению особенностей восприятия соискателя при приеме на работу в системе образования // *Азимут научных исследований: педагогика и психология*. 2020. Т. 9. № 2(31). С.363-366.
22. Бесхлебная Т.А., Долженкова Ю.В. Цифровизация различных типов рекрутмента // *Самоуправление*. 2021. №1(123). С.20-25.
23. Гладышева А.В., Чепурова И.Ф., Кузнецова К.И., Куликова Я.А. Применение информационных технологий в процессе подбора персонала // *Вестник Российского нового университета. Серия «Человек и общество»*. 2021. Выпуск 1. С. 64-68.

Статья поступила в редакцию 23.03.2021

Статья принята к публикации 27.08.2021