

рекадро™

Экспертные кадровые решения

2020

**HR-DIGITAL: решения по автоматизации
управления персоналом.
Динамика 2019-2020 год**



Rekadro

27.11.2020

HR-DIGITAL

Период проведения исследования: октябрь-ноябрь 2020 года.

Источники исследования: открытый опрос представителей HR-служб предприятий, действующих на территории России. Количество респондентов - 188 человек.

Цифровая революция в HR – широко обсуждаемая тема. Автоматизация проникает во все сферы деятельности предприятия, в том числе и в процессы управления персоналом. Какие HR функции автоматизируются в организациях сегодня и какие IT инструменты популярны? Какие HR функции будут автоматизированы в России в ближайшем будущем?

Автоматизация функций: факт и план

Лидером деятельности HR по автоматизации процессов является кадровый учет и администрирование. Это направление работы с персоналом уже длительное время пользуется цифровыми решениями. Второе место занимает автоматизация функций внутренних коммуникаций. На третьем месте находится HR-аналитика. Поиск и подбор кандидатов осуществляют с помощью современных технологий половина компаний. Наименее автоматизированы в компаниях процессы управления удовлетворенностью и благополучием персонала и адаптации сотрудников.

Компании планируют внедрять новые инструменты и технологии, в первую очередь, в HR-маркетинге – активно развивающемся и «модном» направлении работы с персоналом, а также в направлении управления льготами и компенсациями. Остальные направления работы значительно меньше привлекают внимание HR с точки зрения внедрения новинок.

Диаграмма 1. Степень автоматизации и планы по внедрению новых технологий в HR в разрезе направлений работы, % респондентов



Сравнивая результаты с аналогичным исследованием 2019 года, можно отметить, что уровень автоматизации в сфере HR вырос. Наиболее активно автоматизация проникла в сферу мониторинга и продвижения HR-бренда компании (+30%) и сферы внутренних коммуникаций (+23%). Небольшой рост автоматических решений и новых инструментов наблюдается в сфере HR-аналитики (+19%), процессе подбора персонала (+11%).

Диаграмма 2. Степень автоматизации в HR (2019 и 2020 гг), % респондентов



Наибольший рост планов по внедрению новых технологий в HR, по сравнению с 2019 годом, можно отметить в сфере управления льготами и компенсациями (+31%). Снижение интереса к внедрению автоматизированных решений наблюдается в сфере поиска и подбора кандидатов (-46%), кадрового администрирования (-34%) и обучения персонала (-30%). Возможно, снижение планов по рекрутингу и кадровому делопроизводству связано с уровнем автоматизации, которую многие респонденты считают достаточным.

Диаграмма 3. Планы по внедрению новых технологий (2019 и 2020 гг), % респондентов



Знания HR о технологиях

Современные технологии активно развиваются, появляются новые решения и возможности. Несмотря на это, многие специалисты не владеют информацией о новых разработках и технологиях. Чуть больше половины HR имеют представления о чат-ботах (61%), знают о виртуальной и дополненной реальности (52%), а 48% - об искусственном интеллекте.

Интерес к изучению новых возможностей также не очень высок – половина респондентов хотели бы изучить работу с большими данными, 43% - блокчейн, интернет вещей и машинное обучение. Планы по внедрению современных решений в HR еще более скромны: 30% планируют использовать облачные технологии, 26% - чат-боты; небольшое количество участников также ориентированы на предиктивную аналитику, VR и AR.

Таблица 1. Знания/интерес к современным технологиям, % респондентов

	Хотел бы ознакомиться	Имею представление	Планирую использовать
Большие данные (BigData)	52%	39%	4%
Искусственный интеллект (AI)	35%	48%	9%
Системы распределенного реестра (Блокчейн, Blockchain)	43%	30%	0%
Виртуальная реальность (VR)	17%	52%	13%
Дополненная реальность	17%	52%	17%
Интернет вещей (IoT)	43%	39%	0%
Машинное обучение (ML)	43%	30%	0%
Чат-боты	13%	61%	26%
Облачные технологии	22%	39%	30%
Предиктивная аналитика	39%	22%	22%

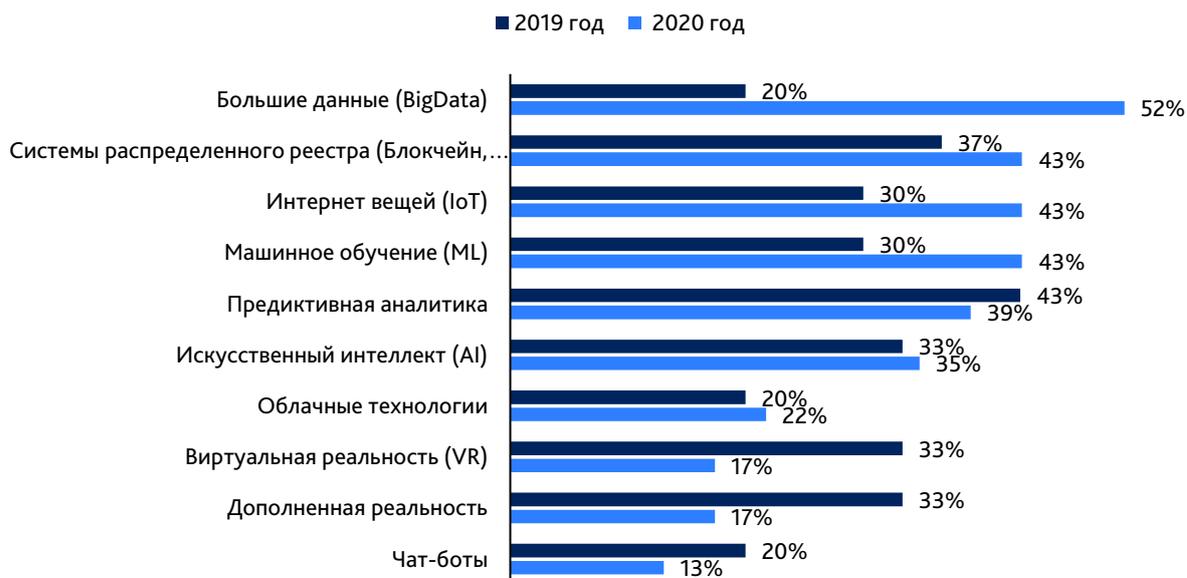
За прошедший год знания о новых технологиях среди респондентов увеличились, в среднем, на 15%. Наиболее значительный рост осведомленности наблюдается в области виртуальной (+26%) и дополненной реальности (+32%), интернета вещей (+29%).

Диаграмма 4. Знания о современных технологиях (2019 и 2020 гг.), % респондентов



Согласно исследованию американского журнала «Fortune», 92% компаний из списка Fortune1000 (самых крупных компаний США, ранжированных по уровню дохода) планируют увеличить инвестиции в Big Data и AI в 2021 году. Одним из важнейших качеств лидера становится умение эффективно использовать эти технологии для трансформации своего подразделения. Данные опроса российских компаний подтверждают рост интереса к Big Data на 32% по сравнению с предыдущим годом. На 13% больше компаний интересуются интернетом вещей и машинным обучением.

Диаграмма 5. Потребность к знаниям о новых технологиях (2019 и 2020 гг.), % респондентов



HR планируют активнее использовать такие технологии, как предиктивная аналитика (+15%), дополненная реальность (+10%) и искусственный интеллект (+9%).

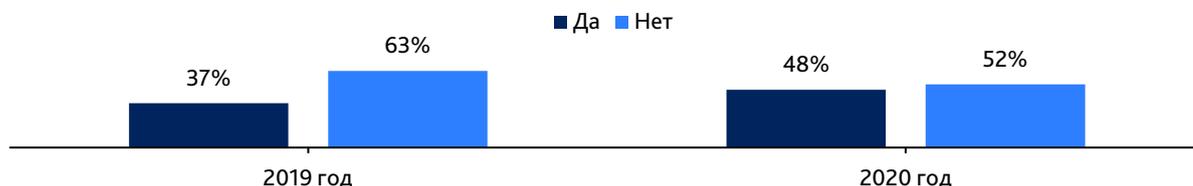
Диаграмма 6. Планы по внедрению новых технологий (2019 и 2020 гг.), % респондентов



Поиск и подбор персонала

Рекрутинг, как и в 2019 году, остается одним из популярных направлений для внедрения инноваций и сегодня. У половины опрошенных компаний автоматизирована данная функция (+11% по сравнению с 2019 годом).

Диаграмма 7. Автоматизация функции в компании (2019 и 2020 гг.), % респондентов

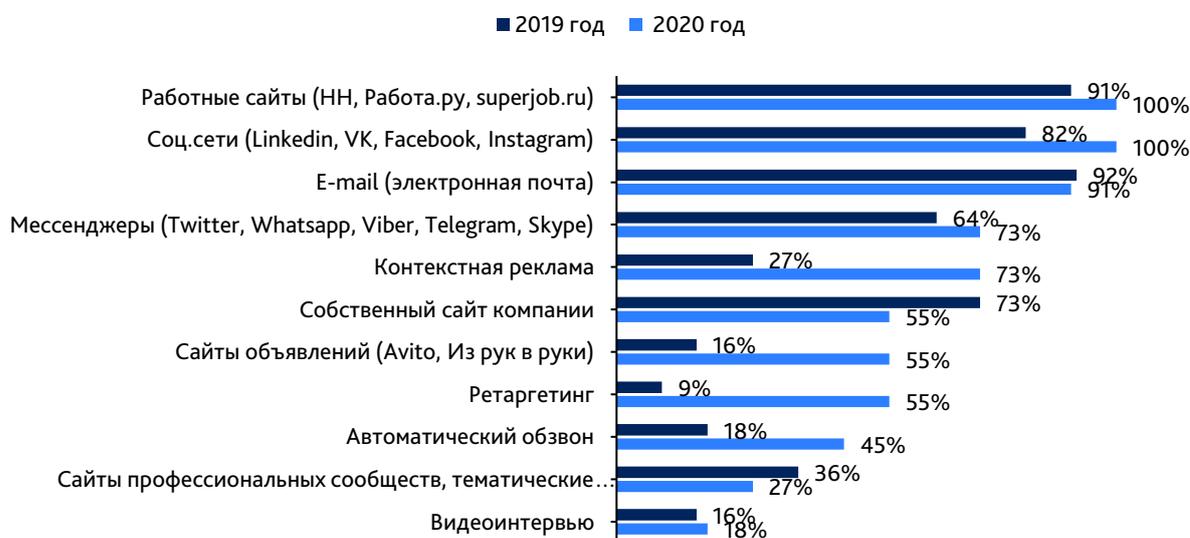


Среди применяемых для этой функции HCM/HRM/WFM-систем по-прежнему наиболее популярны «1С: Зарплата и управление персоналом» (64%) и SAP ERP HCM (18%), однако в 2020 году в тройку лидеров добавились и собственные разработки систем управления человеческим ресурсом (36%).

Однозначного лидера среди ATS/CRM-систем, применяемых в подборе персонала, как и ранее, нет: компании используют Хантфлоу (36%), Potok (27%), FriendWork (27%), E-Staff (18%), Битрикс 24 (18%) и Talantix (9%). При этом 36% компаний разработали собственную систему под свои задачи.

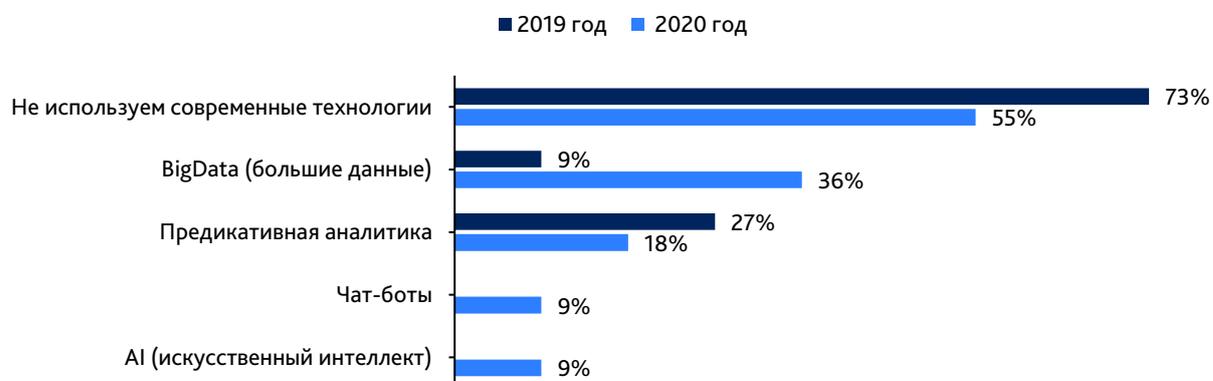
Для привлечения кандидатов все работодатели используют работные сайты и социальные сети (такие как LinkedIn, VK, Facebook, Instagram). 91% компаний используют для коммуникации с потенциальными специалистами электронную почту, растёт спрос на коммуникации в мессенджерах, уже 73% компаний пользуются этой возможностью (+9% к предыдущему году). Активнее стали использовать такие инструменты рекрутинга и маркетинга, как контекстная реклама (+45%), ретаргетинг (+45%), сайты объявлений (+39%) и автоматический обзвон (+27%).

Диаграмма 8. Применяемые каналы и способы привлечения и коммуникаций с соискателем, % респондентов



Все больше компаний начинают использовать современные технологии в подборе персонала (+18% по сравнению с 2019 годом). 36% участников опроса применяют в рекрутинге BigData (+27%), а использование предикативной аналитики снизилось на 9%. HR-специалисты начали применять чат-боты и AI в своей работе.

Диаграмма 10. Применение современных технологий в рекрутинге, % респондентов



Инструменты и технологии, применяемые в рекрутинге, в первую очередь, помогают автоматизировать базу данных кандидатов, позволяют оцифровывать критерии для отбора кандидатов (на 27% чаще, чем годом ранее), а также решают задачу поиска и привлечения кандидатов. Автоматизация позволяет компаниям анализировать эффективность методов поиска кандидатов (+27%), выявлять основные требования к кандидатам (+36%), а также определять количественную потребность в персонале (+27%).

Таблица 2. Решение задач с помощью инструментов/технологий/систем, % респондентов

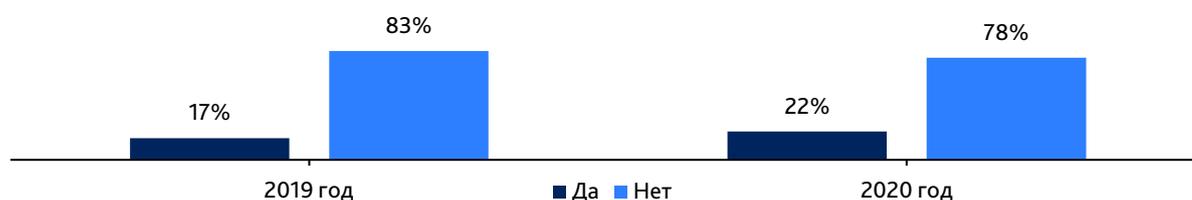
Задача	2019 год	2020 год
Автоматизация ведения базы данных кандидатов	82%	82%
Оцифрованы критерии для отбора кандидатов	36%	64%
Поиск и привлечение кандидатов на открытую вакансию	82%	55%
На основании данных определяем источники кадрового пополнения и выбираем средства и методы, которые могут использоваться для привлечения подходящих кандидатов	18%	45%
Автоматизирован процесс адаптации новых работников к работе в организации	18%	36%
На основании цифровых данных выявляем основные требования, предъявляемые к кандидатам	0%	36%
Используем цифровые технологии при проведении интервью и других оценочных мероприятий	27%	27%
Автоматизированно определяем количественную потребность в персонале	0%	27%

Лишь 27% респондентов планируют внедрять новые технологии в рекрутинге, такие как пребординг и HR-аналитику в подборе персонала.

Адаптация сотрудников

Эта функция HR по-прежнему мало автоматизирована в компаниях (+5% с 2019 года).

Диаграмма 11. Автоматизация функции в компаниях (2019 и 2020 гг), % респондентов



Аналогично рекрутингу, среди применяемых для этой функции HCM/HRM/WFM-систем наиболее популярны собственные разработки (40%) и «1С: Зарплата и управление персоналом» (20%). Среди CRM/RMS-систем используются также собственные системы (40%), 20% пользуются E-Staff, Potok и Хантфлоу. Компании применяют, как правило, собственные программы и в качестве TMS-системы (60%).

Для организации адаптации сотрудников компании чаще используют традиционные инструменты, в том числе на базе современных технологий - корпоративный портал, электронные курсы и автоматизированные рассылки.

Чаще всего применяемые инструменты помогают автоматизировать рутинные процессы в адаптации, более половины респондентов отметили, что внедренные технологии помогают оценить степень подготовки сотрудника, оценить работника после прохождения испытательного срока и автоматизировать процесс адаптации нового сотрудника.

Таблица 3. Решение задач адаптации с помощью инструментов/технологий/систем, % респондентов

Задача	2019 год	2020 год
Автоматизирован процесс адаптации без включенности в рутинные процессы принимающих сотрудников, включая знакомство с порядком работы и структурой компании, корпоративными правилами и ценностями, традициями и историей организации, знакомство с коллегами	100%	80%
Оцифрована оценка уровня подготовленности работника	62%	60%
Автоматизирован процесс представления и приспособление новичка к своему рабочему месту, включение в межличностные отношения с коллегами	38%	60%
Оценка работника после прохождения испытательного срока проводится на основании объективных данных (с помощью ИТ-решений) на завершающем этапе — определяется, насколько новый сотрудник освоил требования к работе	22%	60%
Оценка персонала на основе беседы, практической работы	20%	

20% респондентов планируют внедрять новые технологии в адаптации персонала, но назвать конкретные решения не смогли.

Кадровый учет и администрирование персонала

Подавляющее большинство компаний пользуется 1С: ЗУП для автоматизации кадрового администрирования – как правило, система адаптируется и дописывается под бизнес-процессы и нормы конкретного предприятия; 5% компаний ведет учет в SAP и SoftClub.

С помощью применяемых технологий компании автоматизировали учет кадрового состава, процедуры приема, перевода и увольнения работников в соответствии с ТК РФ, ведение и хранение трудовых книжек, а также оформление запросов сотрудников на выдачу справок и документов. Снизилась результативность решения задач, связанных с организацией и учетом рабочего времени сотрудников, ведением законодательной базы данных и контролем соблюдения трудовой дисциплины, что может быть связано со снижением актуальности данных вопросов или же неудовлетворенностью используемыми системами.

Таблица 4. Решение задач адаптации с помощью инструментов/технологий/систем, % респондентов

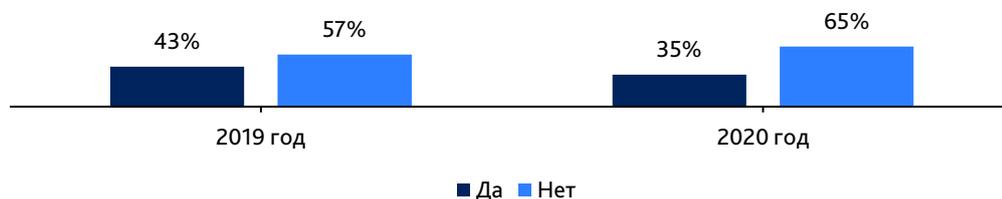
Задача	2019 год	2020 год
Автоматизирован учет кадрового состава	96%	89%
Автоматизирована процедура приема, перевода, увольнения работников в соответствии с требованиями трудового законодательства	86%	89%
Ведение и хранение трудовых книжек; сбор, обработка и хранение персональных данных	43%	58%
Автоматизирован процесс оформления типовых запросов сотрудников с выдачей справок о трудовой деятельности, стаже и прочее	61%	53%
Подготовка документов, необходимых для назначения пенсии, подтверждения страхового стажа	46%	42%
Организация и учет рабочего времени сотрудников, составление графика отпусков	71%	37%
Подготовка необходимых документов для наложения дисциплинарных взысканий или представления работников к поощрениям	25%	32%
Систематизированы данные (регулярно автоматически пополняются, коррелируются) для анализа причин текучести кадров, ротации, и пр.	36%	37%
Ведение законодательной и кадровой баз данных, их своевременное пополнение и актуализация	43%	16%
Автоматизирован контроль соблюдения трудовой дисциплины, правил внутреннего трудового распорядка	32%	16%

Лишь 5% респондентов планируют продолжать внедрение новых инструментов в кадровом администрировании.

Обучение и развитие сотрудников

Проникновение автоматизированных функций в обучение и развитие сотрудников осталось примерно на том же уровне, что и в 2019 году.

Диаграмма 12. Автоматизация функции в компаниях (2019 и 2020 гг), % респондентов



Большинство компаний не используют специализированное программное обеспечение и системы для автоматизации обучения и развития, среди применяемых систем сложно выделить лидера – популярно среди респондентов использование собственных разработок, примерно в равных долях были указаны такие системы, как Битрикс 24, E-learning portal, 1С.

В обучении и развитии так же чаще всего используются ставшие уже традиционными инструменты – корпоративный портал, вебинары, но в 2020 году в связи с ростом рынка онлайн обучения, на 28% больше используют корпоративный портал и на 23% - вебинары. Набирает популярность по сравнению с 2019 годом персонализированное обучение (+42%) и геймификация (+31%).

Диаграмма 13. Методы, инструменты и технологии, используемые в обучении и развитии сотрудников, % респондентов



75% респондентов говорят о том, что использование инструментов помогает им для разработки программ обучения и методической деятельности (+52% по сравнению с 2019 годом), проводить обучение в электронном формате (+25%), а также решает задачи

проведения и организации обучения, внедрения индивидуальных планов развития сотрудника (+32%). 63% компаний отмечают пользу автоматизации в процессе оценки профессионального и личностного уровня сотрудников (+36%) и анализа эффективности обучения в целом (+40%). На 47% больше респондентов отмечают рост мотивации персонала к обучению благодаря внедрению элементов геймификации.

Таблица 5. Решение задач обучения и развития сотрудников с помощью инструментов/технологий/систем, % респондентов

Задача	2019 год	2020 год
Разработка программ обучения, методическая деятельность	23%	75%
Проведение обучения в электронном формате	50%	75%
Планирование и организация обучения. Внедрение индивидуальных планов развития сотрудника на основании цифровых данных	43%	75%
Оценка эффективности обучения, анализ результатов на основании оценочных данных	23%	63%
Оцифрована и используется автоматизированная оценка профессионального и личностного уровня сотрудников	27%	63%
Мотивирование персонала к обучению происходит с элементами геймификации	3%	50%
На основании автоматизированных данных определяется потребность в обучении	40%	50%
Бюджетирование программ обучения и развития	27%	38%
Участие в других hr-проектах (формирование и развитие корпоративной культуры, развитие мотивационных программ, управление талантами, результативностью)	33%	38%
Координация действий всех участников процесса корпоративного обучения происходит в автоматизированном формате	27%	25%

13% компаний планируют внедрять новые инструменты в развитие и обучение сотрудников, большинство из них связано с автоматизацией обучения или переводом его в электронный формат.

Compensations & Benefits

В направлении льгот и компенсаций компании практически не используют каких-либо уникальных решений – применяется, как правило, 1С или разработанные под заказ компании системы.

Большинство респондентов используют технологии аналогично предыдущему году: для расчета заработной платы и для планирования ФОТ. Важным аспектом в 2020 году стало управление численностью персонала и нормирование труда. 40% участников опроса с помощью инструментов реализуют разработку и внедрение систем оплаты труда, а также используют их в организационном дизайне.

Таблица 6. Решение задач comp&ben с помощью инструментов/технологий/систем, % респондентов

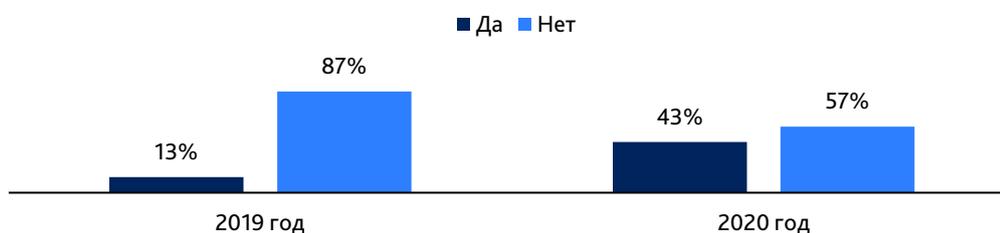
Задача	2019 год	2020 год
Расчет заработной платы	100%	80%
Планирование фонда оплаты труда	64%	60%
Управление численностью персонала, нормирование труда на основании данных	36%	60%
Управление выплатами сотрудникам. Разработка и внедрение систем оплаты труда	91%	40%
Организационный дизайн	18%	40%
Формирование политики льгот и компенсаций на основании BigData	18%	20%
Расчет количества персонала исходя из целей и HR-стратегии компании	27%	
Разработка и внедрение дополнительных систем стимулирования: бенефиты (страхование), обучение и развитие и прочее на основании корреляции бизнес-показателей	9%	

Однако 40% респондентов планируют внедрять новые инструменты в C&B, но предоставить конкретику пока не готовы.

Мониторинг и продвижение HR-бренда компании (HR маркетинг)

В направлении MarHR, за прошедший год на 30% больше компаний автоматизировали решение задач.

Диаграмма 14. Автоматизация функции в компаниях (2019 и 2020 гг), % респондентов



Все респонденты, автоматизировавшие эту функцию, работают над продвижением бренда в социальных сетях. Активнее начали использовать и такие инструменты, как мессенджеры (+8%) и интернет-рекламу (+36%). Применение методов HR-маркетинга для создания корпоративного стиля на job-ресурсах также набирает популярность среди участников опроса (+14%). А вот email и sms рассылка отходят на второй план ввиду устаревания данного метода маркетинговой активности. Реже стали публиковать статьи о корпоративной культуре, хотя данный тренд всё еще сохраняет свою актуальность. Однако, специалисты начали использовать геймификацию в качестве поддержки HR- маркетинга.

Диаграмма 15. Методы, инструменты и технологии, применяемые в HR-маркетинге, % респондентов



У 70% опрошенных предприятий благодаря технологиям упростился процесс оценки лояльности и вовлеченности персонала. 60% компаний инструменты помогают автоматизировать процесс создания и продвижения HR-бренда и в два раза чаще, по сравнению с 2019 годом, позволяют осуществлять целевой таргетинг и определять целевую аудиторию. Снизились результаты, получаемые за счет внедрения технологий в вопросах поддержки внешних и внутренних коммуникаций, в процессе формирования ценностных предложений, а также в вопросах поддержки амбассадоров и стейкхолдеров. Возможно, в сложившейся ситуации, важность данных задач снизилась и фокус переключился на решение более актуальных проблем.

Таблица 7. Решение задач HR-маркетинга с помощью инструментов/технологий/систем, % респондентов

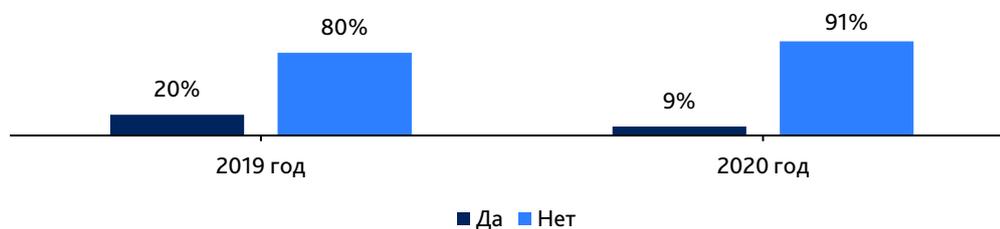
Задача	2019 год	2020 год
Оценка лояльности и вовлеченности персонала	77%	70%
Автоматизация процесса создания и продвижения привлекательного бренда работодателя	52%	60%
Оцифровка процесса определения целевой аудитории и целевого таргетинга	26%	60%
Создание HR контент-стратегии: транслирование миссии компании: «наружу» и «вовнутрь»	24%	40%
Создание и поддержка внешних и внутренних коммуникаций (сми, блоги, мероприятия и т.п.)	52%	30%
Оцифровка процесса формирования ценностных предложений	51%	20%
Автоматизация процесса поддержки амбассадоров и стейкхолдеров	26%	10%

60% участников планируют внедрять новые инструменты в HR-маркетинг, однако, конкретный перечень большинство респондентов затруднились назвать.

Мониторинг и управление удовлетворенностью и благополучием сотрудников (well-being программы)

Несмотря на рост интереса к well-being программам в HR-сообществах, автоматизировали данную функцию лишь 9% компаний.

Диаграмма 16. Автоматизация функции в компаниях (2019 и 2020 гг), % респондентов



На рынке решений для управления благополучием персонала достаточно большой выбор предложений, однако большинство участников опроса используют собственную разработку.

Как правило, используемые инструменты автоматизации позволяют формировать у сотрудников позитивные жизненные ценности, эффективно снижать уровень стресса сотрудников, повышают мотивацию на развитие и построение карьеры. С помощью современных технологий компании начали обучать сотрудников и эффективному управлению своими финансами.

Таблица 8. Решение задач well-being программ с помощью инструментов/технологий/систем, % респондентов

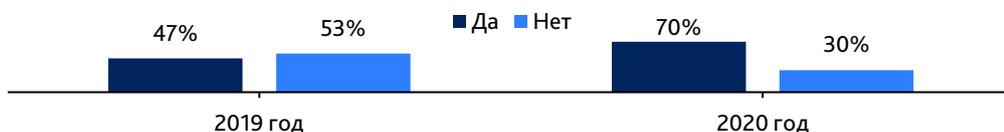
Задача	2019 год	2020 год
Формирование у сотрудников позитивных жизненных ценностей	67%	84%
Снижение уровня стресса	51%	79%
Мотивация на развитие и построение карьеры	51%	58%
Мотивация здорового и сбалансированного образа жизни	53%	53%
Вовлечение сотрудников в корпоративную и социальную жизнь за счет формирования активной жизненной позиции	53%	47%
Обучение эффективному управлению своими финансами		42%
Удержание и привлечение в компанию талантливых сотрудников	33%	37%

10% компаний планируют внедрять новые инструменты в well-being программы.

Внутренние коммуникации

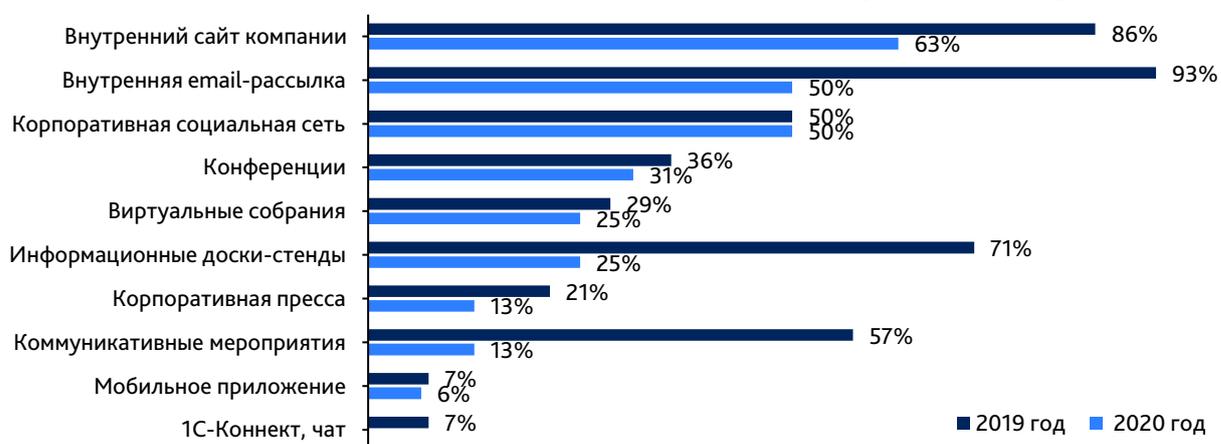
Большинство компаний (70%) автоматизировали внутренние коммуникации (+23% по сравнению с годом ранее).

Диаграмма 17. Автоматизация функции в компаниях (2019 и 2020 гг), % респондентов



63% компаний пользуются внутренним сайтом, 50% - внутренними e-mail рассылками и корпоративной социальной сетью. Применение такого оффлайн-инструмента, как информационные доски-стенды, потерял 46% голосов, как и коммуникативные мероприятия.

Диаграмма 18. Методы, инструменты и технологии, применяемые во внутренних коммуникациях, % респондентов



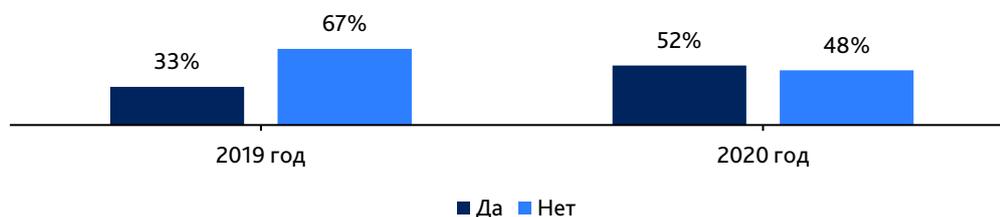
В 2020 году актуальным стало решение таких задач, как своевременное и полное информирование сотрудников и проведение мероприятий в рамках режима кризисных коммуникаций, сместив тем самым необходимость развития бренда работодателя и поддержку культурных изменений с первых позиций.

Таблица 9. Решение задач внутренних коммуникаций с помощью инструментов/технологий/систем, % респондентов

Задача	2019 год	2020 год
Автоматизировано своевременное и полное информирование сотрудников	79%	81%
Автоматизация информированности о проведении мероприятий в рамках режима кризисных коммуникаций	36%	63%
Автоматизированы горизонтальные связи между сотрудниками	50%	50%
Автоматизирован процесс получения обратной связи от сотрудников и обработка результатов с корреляцией прошлых исследований	36%	38%
Оцифровка и поддержка ценностей компании	36%	31%
Развитие бренда работодателя	64%	19%
Автоматизирована поддержка культуры изменений	43%	6%

За прошедший год 19% компаний начали автоматизировать HR-аналитику.

Диаграмма 18. Автоматизация функции в компаниях (2019 и 2020 гг), % респондентов



Набор инструментов совпадает с тем, что используется в других функциях:

- HCM/HRM/WFM-системы: «1С: Зарплата и управление персоналом», SAP ERP HCM, SoftClub и собственная разработка;
- CRM/ATS/RMS-системы: Potok, Хантфлоу, Битрикс24, FriendWork и E-Staff;
- TMS: Корпоративный портал, Excel, Битрикс24 и собственная разработка.

Автоматизированные системы позволяют решать такие задачи, как сбор и анализ данных о сотрудниках, планирование бюджета, анализ эффективности персонала, выявление проблем для оперативного реагирования и разработки KPI.

Таблица 10. Решение задач внутренних коммуникаций с помощью инструментов/технологий/систем, % респондентов

Задача	2019 год	2020 год
Сбор и анализ данных о своих сотрудниках	71%	67%
Предоставление реальной статистики и аналитики по персоналу для принятия решений	71%	50%
Планирование бюджета (обоснование целесообразности расходов в HR-бюджете, разработка целевых значений затрат на персонал, KPI и эффективности персонала, анализ завышенных или заниженных значений)	57%	50%
Анализ и увеличение эффективности персонала, процессов, методов и инструментов работы	27%	50%
Выявление проблем для дальнейшего детального изучения и реагирования	33%	50%
Разработка KPI и обоснование целевых значений показателей для политики управления персоналом	43%	50%
Поиск лучших практик и совершенствование HR-процессов - сопоставление HR-показателей компании с рынком для постановки целей всей HR службе	17%	33%

28% компаний планируют внедрять новые инструменты в HR-аналитику.

Выводы и комментарии по результатам исследования

- Цифровизация продолжает своё развитие в HR сфере. Автоматизация наиболее активно проникла в сферу кадрового делопроизводства и внутренних коммуникаций. Рост использования новых технологий наблюдается в сфере мониторинга и продвижения HR-бренда компании (+30%) и сферы внутренних коммуникаций (+23%).
- За прошедший год знания о новых технологиях среди респондентов увеличились, в среднем, на 15%. Интерес к изучению новых возможностей среди HR-специалистов не очень высок - половина респондентов хотели бы изучить работу с большими данными, 43% - блокчейн, интернет вещей и машинное обучение. Планы по внедрению современных решений в HR еще более скромны: 30% планируют использовать облачные технологии, 26% - чат-боты; небольшое количество участников также ориентированы на предиктивную аналитику, VR и AR.
- HR применяют опробованные и знакомые решения в качестве инструментов. Однако, всё больше компаний инвестируют в разработку собственных автоматизированных систем для решения текущих задач.
- Среди стандартных решений самой популярной системой автоматизации функций кадрового учета и администрирования, HR-аналитики, поиска и подбора персонала, а также обучения и развития сотрудников стала 1С. Респонденты используют и такие системы как SAP, Potok, E-learning portal, SoftClub, FriendWork, Хантфлоу, Битрикс24.
- Внедренные инструменты и технологии дают множество возможностей для решения различных задач:
 - В рекрутинге помогают автоматизировать базу данных кандидатов, позволяют оцифровывать критерии для отбора кандидатов, а также решают задачу поиска и привлечения кандидатов;
 - В адаптации персонала позволяют оценить степень подготовки сотрудника, оценить работника после прохождения испытательного срока и автоматизировать процесс адаптации нового сотрудника;
 - В кадровом делопроизводстве компании автоматизировали учет кадрового состава, процедуры приема, перевода и увольнения работников в соответствии с ТК РФ, ведение и хранение трудовых книжек, а также оформление запросов сотрудников на выдачу справок и документов;
 - В обучении и развитии сотрудников использование инструментов помогает в разработке программ обучения и методической деятельности, проводить обучение в электронном формате, а также решает задачи проведения и организации обучения, внедрения индивидуальных планов развития сотрудника;

- Для Compensations & Benefits результатами стали автоматизация расчета заработной платы, планирования ФОТ и управления численностью персонала и нормирования труда;
 - Решение задач HR-маркетинга с помощью инструментов позволило упростить процесс оценки лояльности и вовлеченности персонала, процесс создания и продвижения HR бренда и осуществлять целевой таргетинг;
 - Как правило, инструменты автоматизации в мониторинге и управлении благополучием позволяют формировать у сотрудников позитивные жизненные ценности, эффективно снижать уровень стресса сотрудников, повышают мотивацию на развитие и построение карьеры;
 - В 2020 году актуальным стало решение таких задач в сфере внутренних коммуникаций, как своевременное и полное информирование сотрудников и проведение мероприятий в рамках режима кризисных коммуникаций.
 - Автоматизированные системы в HR-аналитике позволяют решать такие задачи, как сбор и анализ данных о сотрудниках, планирование бюджета, анализ эффективности персонала, выявление проблем для оперативного реагирования и разработки KPI.
- Компании планируют внедрять новые инструменты и технологии, в первую очередь, в HR-маркетинге, а также в управлении компенсациями и льготами, при этом конкретных решений у них, как правило, нет. Это связано с тем, что практически не существует единой системы, позволяющей решить все задачи HR. Зачастую единственный путь – разработка собственного решения, что подразумевает большие вложения и тщательно продуманное техническое задание. Помимо этого, у самих HR не слишком высок интерес к поиску новых технологий и новых решений автоматизации.
 - Основные проблемы при внедрении автоматизации – недостаток или отсутствие бюджета, отсутствие знаний и информации о наличии на рынке подходящей системы автоматизации, сложности внедрения и длительный срок перехода.

Приложение 1. Информация о респондентах

Диаграмма 19. Распределение респондентов по сфере деятельности компании, % респондентов



Диаграмма 20. Распределение респондентов по количеству сотрудников в компании, % респондентов

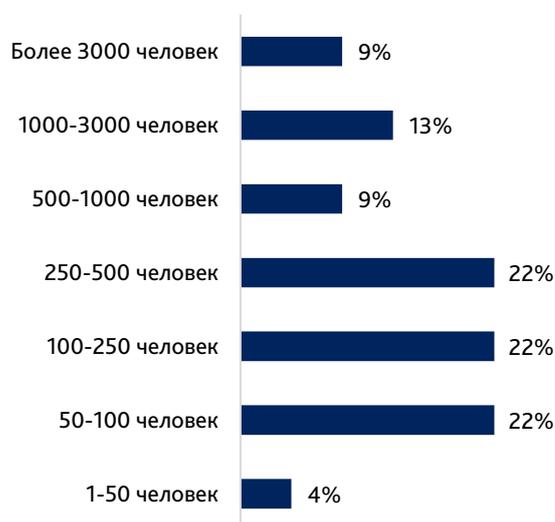


Диаграмма 21. Распределение респондентов по виду продукции, % респондентов

