

HR-БРЕНДИНГ: НОВЫЕ РЕАЛИИ ЦИФРОВОГО МИРА

Исаева О. В., к.э.н., доцент

каф. «Управление персоналом»

Воронежский государственный университет

г. Воронеж, Российская федерация

Новые реалии цифрового мира, развивающегося под влиянием стремительных изменений, которые происходят не только в науке и технологиях, но и во всех областях социально-экономической сферы, определяют необходимость не только поиска новых идей, но и смены парадигмы управления современными компаниями. В условиях цифровой трансформации экономики пришедшие технологии, меняют состав и профиль профессий практически всех отраслей, усиливают дефицит высококвалифицированных кадров на рынке труда, заставляя его участников серьезно задуматься об обеспечении компаний человеческими ресурсами на среднесрочный и долгосрочный период. В этой связи новое прочтение получает и управление HR-процессами компаний – участников рынка. Цифровая экономика, рассматривая его эффективность с позиций такого нематериального актива, как HR – бренд компании на рынке труда, существенным образом меняет не только место и роль HR – брендинга, но и его инструментарий.

Хотя общую схему его структуры считают вполне устоявшейся (включившей такие ключевые понятия, как: ценностное предложение компании – работодателя; индивидуальность бренда работодателя; позиционирование бренда работодателя), реалии «нового» мира приводят к тому, что эта тематика выходит за рамки лишь управления персоналом. Потребности интеграции, приведения в соответствие с такими ключевыми составляющими действующих бизнес-систем, как миссия, видение, стратегии, бренд и культура компании определяют новые направления развития теории и практики HR – брендинга.

При этом цифровизация и темпы развития современных каналов коммуникации, а также таких технологий цифрового мира, как виртуальная реальность, искусственный интеллект, e-learning систем и систем бизнес-симуляций (деловых игр) формируют новые реалии и тренды развития HR- брендинга.