Випуск №
3(117)
(від 3.4.2025)

Енергія
твого успіху

# Дайджест NRG Review

## У цьому випуску:

**Колонка редактора. Про що пропонує поговорити Інна Воротникова** 2 стр.

**Вміння сперечатися допоможе отримати підвищення: 3 поради для кар'єрного зростання** 3 стр.

**«Кар'єра потрібна не всім»: інсайти з подкасту «Вдих-робота-видих» з Анною Мазур** 5 стр.

**Чи може підприємець найняти розумних людей, які побудують бізнес за нього – думка Бородатюка** 8 стр.

**Як рекрутери «полюють» у соцмережах** 10 стр.

**Трендові технології для створення привабливого HR-бренду** 12 стр.

**Як давати та приймати конструктивну критику на роботі?** 15 стр.

# Дорогі друзі,

**З вами знову я — Інна Воротникова, і мій новий дайджест для тих, хто будує кар'єру попри все.**

**Цього разу я хочу поговорити про те, без чого не працює жодна команда — довіру. Бо навіть найталановитіші професіонали не зможуть реалізувати свій потенціал, якщо в команді немає підтримки, здорових суперечок і відкритого діалогу. Конструктивна критика, вміння сперечатися по суті, вчасна зміна напряму — все це не прояви слабкості, а ознаки сили. Бо сильні — це ті, хто не боїться говорити й чути правду, визнавати помилки й змінюватися.**

**В цьому дайджесті пропоную поговорити про:**

1. **Вміння сперечатися допоможе отримати підвищення: 3 поради для кар'єрного зростання**
2. **«Кар'єра потрібна не всім»... або Чи нормально змінювати професію кожні 2–3 роки?**
3. **Чи може підприємець найняти розумних людей, які побудують бізнес за нього**
4. **Як рекрутери «полюють» у соцмережах і чому це не схоже на те, що було 5 років тому**
5. **Трендові технології для створення привабливого HR-бренду**
6. **Як давати та приймати конструктивну критику на роботі? Корисні рекомендації**

**Бережіть своїх людей.**
**На зв'язку!**

**З повагою -**
**Інна Воротникова**

# ВМІННЯ СПЕРЕЧАТИСЯ ДОПОМОЖЕ ОТРИМАТИ ПІДВИЩЕННЯ

## 3 ПОРАДИ ДЛЯ КАР'ЄРНОГО ЗРОСТАННЯ

За матеріалами happymonday.ua

**Анастасія Рибенко**
редакторка новин у Happy Monday

**Нове дослідження науковців показує, що вміння правильно сперечатися та наводити аргументи — це важлива навичка для кар'єрного зростання. Без неї отримати підвищення навіть найстараннішим працівникам буде важче. Проте цю навичку можна розвинути. Розповідаємо, як це зробити.**

Дослідження, опубліковане в Journal of Applied Psychology, показало, що працівники, які пройшли 9-тижневий курс дебатів, на 12% частіше отримували підвищення у перші 18 місяців після закінчення навчання. У дослідженні взяли участь 471 співробітник однієї з великих американських компаній зі списку Fortune 100.

Науковець з Массачусетського технологічного інституту Джексон Лу пояснив Business Insider, що у США компанії цінують людей, які впевнено висловлюють свої думки та не бояться відстоювати їх. Це демонструє мотивацію, пристрасть і залученість до роботи. Він поділився трьома порадами, як стати більш наполегливим і заявити про себе на роботі.

### Порада №1. Інвестуйте в дебатні курси

Навчання дебатів допомагає розвинути впевненість і здатність переконливо висловлювати свою думку. В експерименті, в якому взяли участь 975 студентів, ті здобувачі, які пройшли курс дебатів, демонстрували більше лідерських якостей у групових завданнях.

Ця навичка корисна не лише в дискусіях, а й у реальних

робочих ситуаціях. Наприклад, під час презентації проєкту або перемовин про підвищення зарплати.

## Порада №2. Працюйте над своїм стилем спілкування

Перевірте навички публічних виступів та зверніть увагу на слабкі місця. Працювати над ними можна і самостійно.

Лу радить звертати увагу на темп мовлення та інтонацію. Він також рекомендує мінімізувати використання слів-паразитів, таких як «ем» чи «ну». Це суттєво покращить стиль спілкування та зробить ваші висловлювання більш переконливими.

## Порада №3. Говоріть про свої досягнення

Старанна робота важлива, але про неї мають знати інші. Лу наголошує: потрібно вміти розповідати про свої успіхи, щоб отримати визнання. У довгостроковій перспективі це може зробити вас більш схожим на лідера, зазначає дослідник.

# «КАР'ЄРА ПОТРІБНА НЕ ВСІМ»:

## ІНСАЙТИ З ПОДКАСТУ «ВДИХ-РОБОТА-ВИДИХ» З АННОЮ МАЗУР

За матеріалами happymonday.ua

**Інна Сватенко**
Журналістка журналу Laba

**Чи нормально змінювати професію кожні 2–3 роки? А відмовлятися від керівної посади? Чи є сенс працювати впівсили, якщо мало платять? І взагалі — якою має бути ідеальна кар'єра?**

Про пошук свого призначення, ринок праці й кар'єру без драм і травм ведучі подкасту «Вдих-робота-видих» від Laba — HRD Laba Катерина Глушеня та психологиня Крістіна Муляр — поговорили з Анною Мазур, засновницею та CEO Happy Monday. Зібрали в статті ключові інсайти з подкасту, а послухати чи подивитися повністю цей та інші випуски можна за посиланням https://linktr.ee/labapodcast

### Змінювати професію кожні 2–3 роки — ок, але це рішення не має бути імпульсивним

Окей все, що для вас окей. Головний орієнтир — ваш комфорт і свідомий вибір. Якщо кар'єрний перехід продиктований не просто бажанням змін, а розумінням своїх можливостей та перспектив, це може бути хорошою стратегією.

Водночас варто розуміти, що здобуття нової професії потребує часу. Часті зміни гальмують зростання, адже щоразу доводиться починати з нуля. Натомість ефективніший підхід — розвивати глибоку експертизу в одній сфері плюс опановувати навички з суміжних напрямів (наприклад, для рекрутера це може бути копірайтинг, психологія, сейлз-менеджмент).

Багато хто змінює професію в перші 2–3 роки кар'єри, бо постає перед труднощами. З'являється відчуття, що певна сфера — не для вас, адже вам складно. Але це може бути так званий ефект долини смерті, коли здається, що все не так і треба зупинитися. Варто дати собі шанс подолати перешкоди.

І тільки якщо після цього ви зрозумієте, що професія дійсно не ваша, — приймати кардинальні рішення.

### Бути вічним студентом — це як побачення без стосунків

Формула «5 років навчайся, а потім працюй» більше не діє. Сьогодні нормою є концепція lifelong learning — навчан-

ня протягом усього життя. Адже без постійного розвитку навичок складно залишатися конкурентоспроможним.

Однак іноді за постійним навчанням стоїть страх зробити перший крок. У цьому випадку ви ризикуєте потрапити в пастку: стати вічним студентом, якому завжди здається, що «Ще трохи повчусь і тоді вже подамся на вакансію». Але не існує ідеального моменту, коли знань буде достатньо. Тому важливо дозволити собі вийти за межі теорії та почати здобувати реальний досвід. Без цього навчання стає схожим на нескінченні побачення без глибоких стосунків: процес є, а справжнього занурення та розкриття потенціалу немає.

До речі, щоб перейти від теорії до практики, не обов'язково обирати роботу в наймі. Підприємництво, волонтерство, хобі — усе це теж практична реалізація ваших навичок.

## Гроші — класний мотиватор, але не основа кар'єри

Робота заради грошей — нормальна стратегія на певних етапах життя. Але якщо єдиним критерієм вибору професії стає фінансова вигода, це може призвести до втрати інтересу, відсутності мотивації та, зрештою, до вигорання.

Багато хто при виборі фаху орієнтується на тренди ринку, зокрема на дохідність професії. Але через 5 років тренди зміняться, і вибір, зроблений лише заради доходу, може виявитися хибним.

Звісно, фінансова стабільність важлива, але варто враховувати й інші фактори:

- чи дає робота відчуття розвитку;
- чи відповідає вона особистим цінностям;
- чи приносить задоволення.

Кар'єра — це гра в довгу, і без внутрішнього інтересу та розвитку робота може швидко втратити сенс.

## Кар'єрний шлях — це не завжди рух вгору

Прагнення стати керівником здається природним етапом розвитку, але воно не завжди відповідає особистим схильностям і внутрішньому комфорту. Роль виконавця може приносити більше задоволення, і це зовсім не означає відсутність амбіцій — це про усвідомлений вибір своєї сильної позиції.

Коли керівну роль займає людина, яка не відчуває до цього потягу, страждає і вона сама, і команда, і бізнес. Це породжує плинність кадрів, слабкий менеджмент і втрату мотивації в команді.

## Працювати впівсили через низьку зарплату — дорога в нікуди

Якщо робота не приносить належного доходу, може здаватися логічним докладати до неї мінімум зусиль. Але це рідко веде до позитивних змін. Працюючи впівсили, людина не лише обмежує свій розвиток, але й позбавляє себе майбутніх можливостей: немає результатів, немає досвіду, немає аргументів для підвищення, немає що зазначити в резюме.

Працювати механічно, без інтересу й прагнення до зростання — це свідомий вибір залишатися на місці. Якщо ситуація не влаштовує, не варто застрягати в ображеній позиції — краще шукати варіанти, які приведуть до змін. Для цього потрібні чесність, сміливість, а інколи навіть нахабство — наприклад, для відвертої розмови з керівником.

## Ринок праці змінюється постійно, тому головне — знайти власну опору

Сьогодні ринок праці — це мультивсесвіт. В одних сферах відчайдушно шукають фахівців, а в інших — люди місяцями не можуть знайти роботу. Це хаотичний процес, і передбачити, що буде через 5–10 років, майже неможливо.

Попит і пропозиція на ринку — нерівномірні. Сфери, що постраждали від міграції кадрів та мобілізації, мають дефіцит спеціалістів, тоді як у популярних напрямах, як-от IT,

**Запис подкасту «Вдих-робота-видих» від Laba з Анною Мазур**

конкуренція зросла. Тренди змінюються настільки швидко, що планувати на 5 років уперед здається марним, оскільки ситуація може кардинально змінитися вже за пів року.

Саме тому головною опорою має бути не ринок, а внутрішнє розуміння себе. Визначеність щодо власних навичок, цінностей та сфер, у яких можна приносити користь, — це єдине, що дає відчуття стабільності.

## Кар'єра без драм і травм можлива, але потрібен досвід

Будь-який шлях супроводжується випробуваннями. Уникнути їх неможливо, але можна навчитися сприймати їх як частину розвитку. Кожен досвід — це не просто низка подій, а фундамент для усвідомлених рішень у майбутньому.

Люди часто уявляють, що десь є ідеальний кар'єрний шлях, який вони нібито втратили, зробивши «неправильний» вибір. Але чи дійсно цей альтернативний сценарій був би кращим? Іноді люди звільняються в пошуках кращих умов або можливостей, а потім повертаються до колишніх роботодавців і оцінюють минулий досвід з нового погляду. Замість того щоб постійно шукати «ще краще», варто навчитися розпізнавати моменти, коли вже достатньо добре. Це не означає, що треба зупинятися, але важливо розуміти різницю між бажанням розвитку та нескінченною гонитвою за ідеалом.

Чи можна уникнути помилок, навчаючись виключно на чужому досвіді? Відповідь: ні. Досвід іншої людини може дати орієнтири, але по-справжньому цінними стають лише власні висновки. Головне — цінувати свій шлях і приймати його без жалю.

## Підтримка країни й армії не заперечує особистого розвитку

Під час війни природно відчувати сумніви щодо того, наскільки наші прагнення та мрії важливі. Але життя не можна ставити на паузу. Турбота про свій ресурс, психічне здоров'я та самореалізацію — це не про байдужість, а про силу діяти довгостроково. Підтримка країни й армії не заперечує особистого розвитку. Навпаки — саме внутрішній баланс дозволяє рухатися вперед, підтримувати інших та робити більше.

Зберігати в собі допитливість, мрійливість, здоровий глузд, інтерес до розвитку — це не втеча від реальності, а спосіб вижити в ній. Це те, що ворог прагне знищити в нас найбільше, і саме тому ми маємо відстоювати це щодня.

## Якою має бути ідеальна кар'єра і чи варто шукати своє призначення

Уявлення про кар'єру та покликання часто формуються під впливом суспільства, родини, соцмереж. Ми очікуємо лінійного шляху, де один вибір визначає все подальше життя. Але в реальності кар'єра — це постійні експерименти.

Важливо дозволяти собі пробувати різні ролі, щоб краще зрозуміти власні інтереси та сильні сторони. Те, що виглядало як ідеальний старт, може перестати приносити задоволення. А те, що здавалося випадковістю, — перетворитися на справу життя. Саме тому кар'єра — це не просто посада чи статус, а відчуття того, що зараз ти на своєму місці.

Знайти себе — означає бути чесним щодо своїх бажань та можливостей. Це процес, який вимагає саморефлексії та готовності до незручних запитань: «Що мене мотивує? Що виснажує? Куди я хочу рухатися?». Іноді відповіді очевидні, а іноді варто звернутися до менторів, наставників, друзів, консультантів, щоби подивитися на ситуацію під іншим кутом. Головне — не зациклюватися на пошуку ідеальної кар'єри або єдиного призначення. Сьогодні це поняття дуже гнучке, а можливості змінювати шлях — безмежні.

Нормально — робити паузу. Нормально — рухатися вперед із максимальною швидкістю. Нормально — обирати свій ритм, навіть якщо він відрізняється від очікувань оточення. Дати собі право бути собою — ось що дійсно має значення.

# ЧИ МОЖЕ ПІДПРИЄМЕЦЬ НАЙНЯТИ РОЗУМНИХ ЛЮДЕЙ, ЯКІ ПОБУДУЮТЬ БІЗНЕС ЗА НЬОГО

Артем Бородатюк розповів про нюанси при веденні бізнесу. Фото: Facebook / Artem Borodatyuk

## ДУМКА БОРОДАТЮКА

За матеріалами mc.today

**Вероніка Ворожко**
Редакторка новин MC.today

**Засновник і CEO групи IT-компаній Netpeak Group Артем Бородатюк поділився, чи справді можна побудувати бізнес, просто найнявши розумних людей (які самі це зроблять за підприємця).**

CEO та співзасновник Mate academy Роман Апостол у подкасті згадав тезу про каліфорнійську модель ведення бізнесу – «потрібно найняти розумних людей і вони побудують бізнес за вас і вам нічого не потрібно робити». Артем Бородатюк погодився, що так справді можна зробити, але не все так просто: потрібно й самому бути розумним і розбиратися в процесах.

Як приклад він навів минулий експеримент компанії із SEO. Команда не виконувала роботу, проте надсилала хороші репорти. Бородатюк додав, що деякі позиції сайту зростали, але компанія для цього нічого не робила. У результаті клієнт, який не знав про експеримент, був задоволений і давав позитивні відгуки. Бізнесмен додав, що клієнт також є його другом, тож розумів, що він сприйме ситуацію нормально.

> ***«Тож треба бути самому розумним і трішки шарити в цьому. Тому що дуже легко імітувати роботу», – пояснив він.***

Водночас IT-бізнесмен зазначив, що такий підхід може спрацювати, але це може бути випадковість.

«Коли ти стаєш серійним підприємцем, ти іноді бачиш підприємців таких і думаєш: “Як він побудував це?”. І потім розумієш, що, можливо, він нічого не шарить, не вміє, не розуміє, але він найняв крутих людей. І це, можливо, випадковість. Тому що я потім дивився, а вони другий раз вже не

можуть, третій раз вже не можуть, але там вони змогли», – розповів Бородатюк.

Нагадаємо, раніше Бородатюк розповів, https://mc.today/uk/ya-fanat-zoom-artem-borodatyuk-rozpoviv-yakimi-programami-koristuyetsya-dlya-roboti/ якими програмами користується найчастіше у своїй роботі, плануванні і навіть створенні треків.

# ЯК РЕКРУТЕРИ «ПОЛЮЮТЬ» У СОЦМЕРЕЖАХ

## і чому це не схоже на те, що було 5 років тому

За матеріалами hurma.work

**Команда HURMA**

**Завдяки широкому охопленню і таргетингу, платформи як LinkedIn, Facebook та Instagram дозволяють рекрутерам знаходити та залучати таланти ще ефективніше.**

Наприклад, LinkedIn вважається провідною професійною мережею з понад 675 мільйонами користувачів. Вона надає можливість публікувати вакансії, взаємодіяти з підписниками та приєднуватися до професійних груп.

Своєю чергою Facebook, з більш ніж 2 мільярдами активних користувачів щомісяця, також є потужним інструментом для рекрутингу. Створення сторінки компанії, участь у тематичних групах та використання таргетованої реклами допомагають залучати потенційних кандидатів.

І звісно ж Instagram, з його візуальним контентом, дозволяє демонструвати культуру компанії та залучати аудиторію. Публікація фото та відео з офісного або ремоут життя, заходів та командних активностей створює привабливий образ роботодавця.

### Рекрутинг в соцмережах: все змінилося?

Раніше рекрутери просто шукали людей, дивилися їхні резюме, надсилали стандартні повідомлення типу: «Привіт, у нас є чудова вакансія, обговоримо?»

І знаєте що? Це майже перестало працювати. Люди втомилися від шаблонних повідомлень, а конкуренція за хороших кандидатів зросла в рази.

**Що ж роблять сучасні рекрутери:**

1. **Шукають таланти не там, де всі шукають.** LinkedIn – це класика, але фахівці тепер сидять і в Instagram, і в TikTok. Наприклад, айтішників можна знайти в Reddit-спільнотах або Telegram-каналах, нових job-порталах. Цікаві люди всюди!
2. **Використовують штучний інтелект.** AI-платформи зараз можуть аналізувати профілі кандидатів та передбачати, хто з більшою ймовірністю погодиться змінити роботу. Це майже як гадання на кавовій гущі, тільки з реальними даними:)
3. **Рекрутерять як маркетологи.** Так, компанії розміщують вакансії, але крім цього вони створюють крутий контент,

щоб кандидати самі їх знаходили. Наприклад, хтось робить відео в TikTok зі своїм CEO, який ділиться порадами і розповідає як пройти в них співбесіду.
Більше залучення через контент – ось це по-новому.

## Як побудувати привабливий бренд роботодавця в соціальних мережах?

**Використовуємо тренди собі на користь:**

1. **Прокачуємо соцмережі.** Профілі в Instagram, LinkedIn, TikTok – це як обкладинка вашого бізнесу. Використовуйте це для демонстрації ваших переваг.
2. **Долучаймося до професійних ком'юніті.** Reddit або Telegram можна використати для нетворкінгу. А ще краще, обрати тематичну закриту спільноту HURMA Community – тут реальні профі діляться унікальними інсайтами і лайфгаками!
   https://academy.hurma.work/hr-club?utm_source=blog_ua&utm_medium=article&utm_campaign=blog-ua
3. **Активничаймо.** Лайкайте, коментуйте, взаємодійте з потенційними кандидатами.

Діліться оновленнями, фотографіями та історіями, які відображають культуру та цінності вашої компанії. Використовуйте дружній, доступний тон, щоб створити приємну атмосферу довіри. Люди хочуть працювати в компаніях, з якими вони відчувають зв'язок.

## Практичні поради для ефективного рекрутингу в соціальних мережах?

### Персоналізуйте комунікацію

Успішні рекрутери розуміють, що кожен кандидат унікальний, і відповідно адаптують свою комунікацію. Вони виходять за рамки загальних повідомлень і приділяють час тому, щоб зрозуміти біографію, інтереси та кар'єрні прагнення кандидатів.

### Використовуйте таргетовану рекламу

Платформи, як Facebook та LinkedIn, надають можливості для налаштування реклами, що дозволяє досягати потрібної аудиторії за допомогою демографічних даних, інтересів та професійних характеристик.

### Автоматизуйте

Рекрутинг – це багаторівневий процес, який можна значно прискорити за допомогою автоматизації. ATS HURMA має функціонал автоматичного публікування вакансій, налаштування воронок комунікації з кандидатами та інструменти автоматизованого сорсингу. Наприклад, плагін AI Fox може автоматично наповнювати базу кандидатів згідно з вашими очікуваннями. Спробуйте безплатне демо системи, щоб якомога швидше знайти своїх людей.

https://hurma.work/request-2/?utm_source=blog_ua&utm_medium=article&utm_campaign=blog-ua

## Тренди в рекрутингу через соціальні мережі на найближчі роки

### Використання штучного інтелекту (ШІ)

ШІ-технології залишатимуться ключовим чинником трансформації бізнесу наступні п'ять років. Автоматизація через ШІ вплине на роботу майже 300 млн людей у всьому світі. У рекрутинг-професіях технологія генерувального ШІ вже допомагає створювати вакансії, чат-ботів, покращує взаємодію з платформами розміщення вакансій та управління CRM-системами. Навіть може проводити попередні оцінювання кандидатів, аналізувати відеоінтерв'ю та збирати інсайти з великих обсягів даних. HURMA System вже інтегрує ці можливості для підвищення ефективності рекрутингу.

### Зростання значення soft skills

ШІ-інструменти можуть модернізувати процеси, але не здатні замінити такі людські риси як креативність, емпатія, критичне мислення тощо. Дослідження World Economic Forum показало, що актуальною в наступні п'ять років буде навичка креативного мислення. Адже саме вона сприяє прогресивним рішенням, вищій продуктивності, швидкому розвитку та допомагає легше адаптуватися до викликів.

https://reports.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_Report_2025.pdf

### Гібридна зайнятість

Багато компаній перейшли на віддалену або гібридну роботу, – а це розширює географію пошуку талантів та вимагає адаптації рекрутингових стратегій. HURMA System підтримує автоматизоване управління віддаленими командами, що робить рекрутинг ще продуктивнішим.

## Що в сухому залишку?

Те, що працювало ще 5 років тому – холодні запити в LinkedIn, масова розсилка вакансій і стандартні оголошення – більше не приносить бажаного результату.

Сьогодні виграють ті, хто грає за новими правилами. Протестуйте ATS HURMA безплатно – спробуйте новий рекрутинг, який реально працює.

https://hurma.work/request-2/?utm_source=blog_ua&utm_medium=article&utm_campaign=blog-ua

# ТРЕНДОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ПРИВАБЛИВОГО HR-БРЕНДУ

Катерина Роюк, засновниця професійної спільноти рекрутерів Talented Dog

За матеріалами cleverstaff.net

**Сучасний ринок праці зазнає значних змін через глобалізацію найму, цифровізацію робочого середовища та зростаючу конкуренцію за таланти, особливо в Україні. У 2024 році українські роботодавці стикнулись з низкою викликів у сфері найму, зумовлених як внутрішніми, так і зовнішніми факторами. Як це все пов'язано, розбираємося з Катериною Роюк, засновницею професійної спільноти рекрутерів Talented Dog.**
https://talented-dog-community.com.ua/

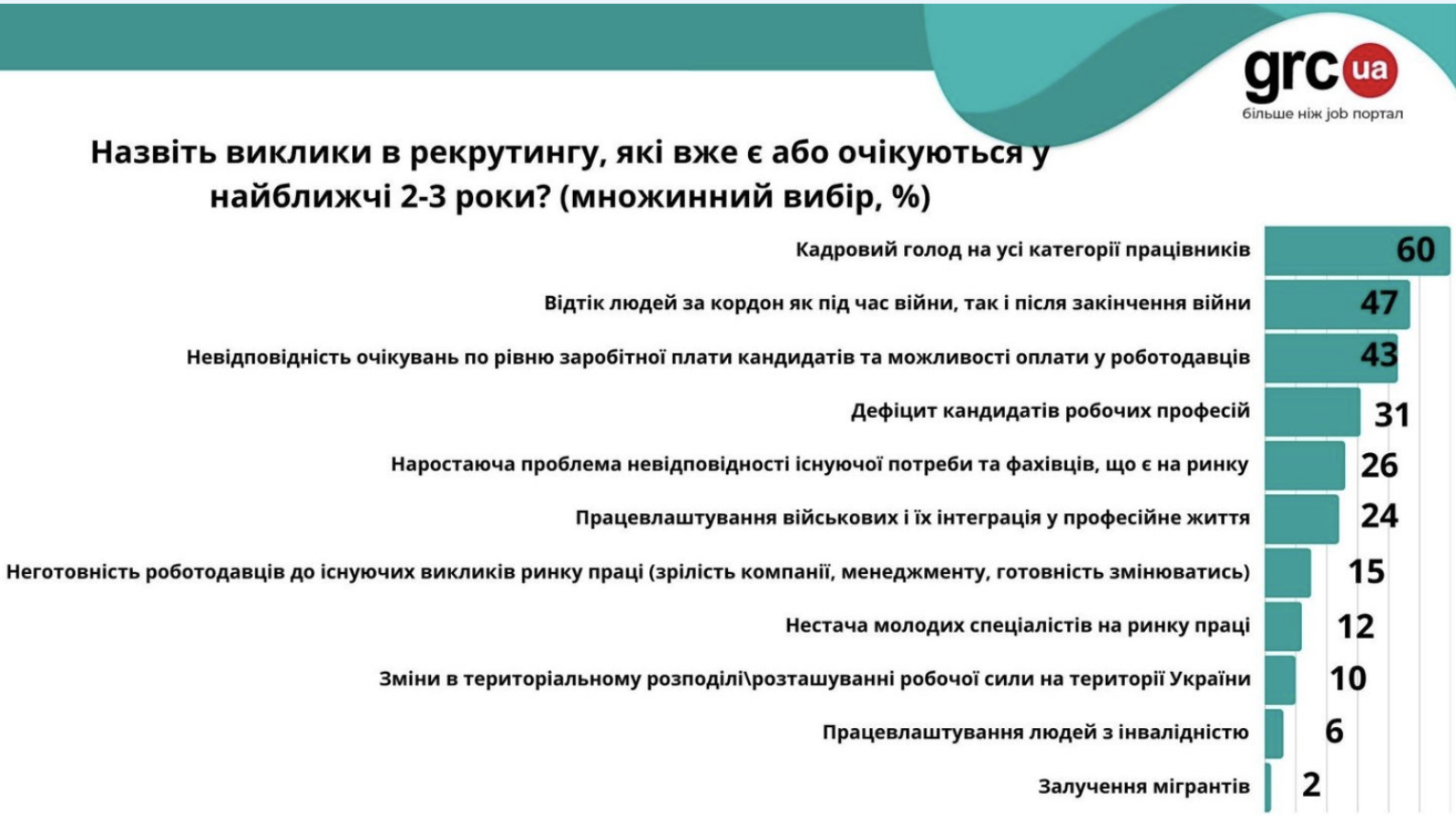
Аналітики компанії GRC.ua https://grc.ua/ в результаті дослідження "Барометр ринку праці 2024" виявили основні виклики ринку на 2025 рік.

Отже, більше як половина компаній (60%) відчувають нестачу працівників у всіх категоріях. Це пов'язано з мобілізацією, еміграцією та загальним скороченням працездатного населення. А доповнює ці виклики наростаюча проблема невідповідності кандидатів очікуванням роботодавців. Тож компаніям доводиться використовувати все більше інструментів та шукати нові шляхи, щоб охопити якомога більший пул потенційних кандидатів, щоб залучити найкращих і закрити свої потреби.

## Значення HR-брендингу та Talent Marketing

Зміна поколінь та поведінки пошукачів змушує рекрутерів переорієнтуватися на сучасні технології у залученні кандидатів. Молоді спеціалісти все більше орієнтовані на гнучкість, можливості розвитку, корпоративні цінності та соціальну відповідальність роботодавців. Кандидати почали ретельно вивчати репутацію компанії, її цифрову присутність та умови праці ще до подачі заявки. Відтак рекрутерам та компаніям стає вкрай необхідним бути максимально прозорими та активними у комунікаціях, щоб залучати найкращих фахівців. HR-брендинг та Talent Marketing стають must have для залучення та позиціювання компанії, щоб вирішувати ці сучасні виклики.

HR-брендинг – це стратегічний процес, який допомагає компанії позиціювати себе як привабливого роботодавця. Talent Marketing, своєю чергою, застосовує маркетингові інструменти для залучення кандидатів та підтримки позитивного іміджу компанії на ринку праці. Завдяки комплексному підходу можна формувати ціннісну пропозицію роботодавця (EVP) та ефективно взаємодіяти з потенційними співробітниками.




## Починаємо з цифрової присутності

Ми зараз не будемо розглядати внутрішній бренд і роботу з чинними співробітниками та покращення умов в компанії, тому що це тема як мінімум ще для однієї статті. Приймемо за основу, що компанія та HR-спеціалісти вже це роблять, і все, про що буде комунікувати компанія назовні, є реальним відображенням компанії всередині. При цьому нагадаємо, що прозорість компанії є потребою кандидатів. Будь-яка стратегія зовнішнього HR-бренду розіб'ється об невідповідність дійсності.

Тож далі ми будемо говорити тільки про те, як ми розвиваємо привабливий зовнішній HR-бренд і роль технологій в цьому.

Почнемо з цифрової присутності компанії, адже неможливо комунікувати з більшим пулом кандидатів, коли тебе ніде немає. І тут на допомогу рекрутерам приходять сучасні платформи та соціальні мережі LinkedIn, Facebook, Instagram, TikTok, YouTube. Вони допомагають компаніям комунікувати з кандидатами, демонструвати корпоративну культуру та взаємодіяти з аудиторією.

Омніканальність (одночасна присутність на всіх платформах для взаємодії з різними сегментами кандидатів) – сучасний тренд маркетингу, який потребує від компаній та рекрутерів не тільки знання алгоритмів цих платформ, а ще і генерацію та адаптацію контенту, через який буде відбуватися комунікація.

## Можливості AI та інших інструментів

Можна найняти цілу команду, але це додаткові кости, які лягають у вартість найму. А можна використовувати AI як помічника в цій справі та працювати з усіма платформами дуже маленькою командою.

Наприклад, Midjourney та Canva з функцією AI для створення графічного контенту, Heygen для створення цифрового аватара і подальшої генерації відеоконтенту, ChatGPT та асистенти в ньому для створення текстового контенту, розробки контент-планів та написання статей з урахуванням алгоритмів цифрових платформ. Головна фішка в тому, що рекрутери мають розумітися в основах маркетингу та роботі з різними AI інструментами (Talent Marketing).

Ще один напрямок технологій для масових комунікацій з кандидатами є сучасні сервіси e-mail розсилок. Наприклад, у вас є база кандидатів, яку ви напрацьовували роками та зберігали в ATS. Це ваш капітал, з яким варто працювати та комунікувати про ваші відкриті вакансії, новини компанії, ділитися корисними матеріалами або, наприклад, залучати на тематичні івенти хайрінгу (хакатони, велком дні тощо). І в цьому рекрутерам допоможуть e-mail розсилки. В деяких ATS влаштована ця функція. Можливо, вона не надто візуально приваблива для кандидатів, але свою роботу робить прямо з вашої бази. Головне – правильно налаштувати шаблони листів.

А можна запозичити сервіси з маркетингу та продажів, які створені для подібних робіт, наприклад, SendPulse або MailChimp. В них можна створити дизайни красивих листів, додати посилання, або навіть відео, та простежити конверсію відкриттів та переходів.

## Автоматизація

Ще є ряд технологій, які допомагають покращити та автоматизувати шлях кандидата, щоб не загубити по дорозі тих, кого ви так тяжко напрацювали попередніми діями. Чат-боти, автоматизовані платформи відбору персоналу (ATS) та AI-рішення для аналізу резюме дозволяють оптимізувати процеси найму, скорочувати час пошуку та підвищувати якість відбору кандидатів.

В чат-ботах можна побудувати знайомство з компанією, відповіді на запитання або автоматичну відправку файлів різного формату. Не обов'язково їх вміти програмувати,

просто достатньо визначити основну платформу комунікацій і підібрати сервіс (конструктор ботів), який вже взаємодіє з цією платформою.

Наприклад, у тому ж SendPulse є чат-боти для instagram. В ATS є вбудовані задачі, які спрощують комунікацію з кандидатом, коли ми знаємо його контакти. Наприклад, відправка запрошень на інтерв'ю, листів, згода на збереження та використання персональних даних, що, звісно, скорочує час в процесі найму. А Claude.ai чудово підійде для аналізу стосу резюме за заданими критеріями.

Це лише маленька частинка технологій, яка може використовуватися та сильно впливати на формування привабливого HR-бренду.

## Приклади: Україна та світ

Хочемо показати вам декілька прикладів, як компанії це реалізують для залучення кандидатів і що з цього виходить.

Наприклад, компанія ОККО започаткувала окремий проєкт Достойна робота в Україні, де рекрутери не тільки діляться вакансіями, але й проводять навчальні вебінари для пошукачів, записують подкасти з різними експертами та колаборують з іншими роботодавцями.

Сільпо час від часу запускає різні рекламні кампанії для популяризації своїх вакансій і донесення цінностей компанії. Наприклад, в їх акаунті в Тік Ток можна знайти цікаві ролики саме про роботу, наприклад, цей або цей.

ДТЕК також використовує свій акаунт не тільки, щоб комунікувати зі своїми користувачами, а ПУМБ створив навіть окрему сторінку кар'єри.

Можна також знайти приклади в різних закордонних медіа.

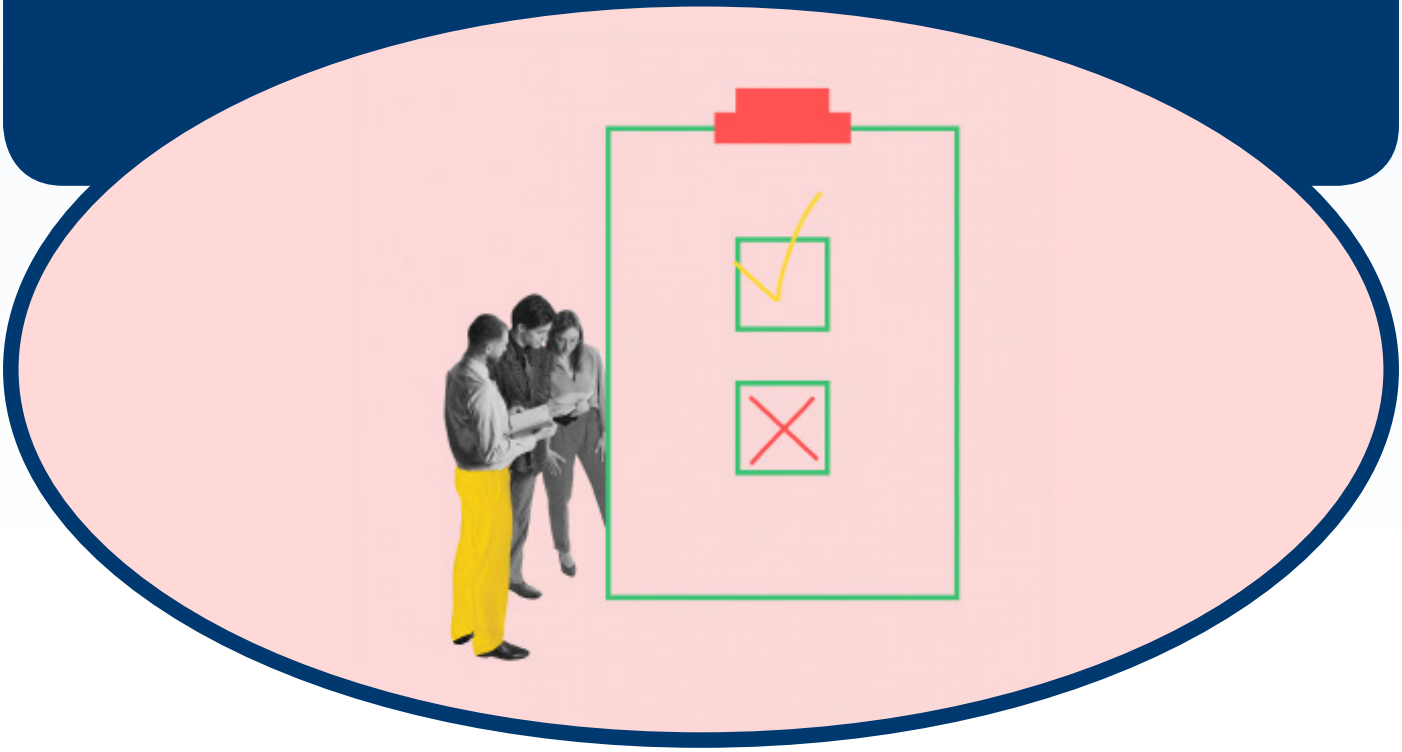
H&M. Компанія застосовує email-маркетинг для підвищення впізнаваності HR-бренду, відправляючи корисний контент і ексклюзивні можливості для своїх працівників.

Google. Google запровадив програму People Analytics, яка допомагає аналізувати причини звільнень та розробляти ефективні стратегії утримання персоналу.

## Замість висновку

Отже, як бачимо, технології відіграють все більшу роль у формуванні HR-бренду. Вони дозволяють компаніям та рекрутерам ефективно комунікувати з кандидатами, оптимізувати процеси відбору та створювати позитивний досвід для співробітників. Використання соціальних мереж, AI, HRM-систем та систем аналітики допомагає компаніям залишатися конкурентоспроможними на ринку праці.

# ЯК ДАВАТИ ТА ПРИЙМАТИ КОНСТРУКТИВНУ КРИТИКУ НА РОБОТІ?



## КОРИСНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

За матеріалами budni.robota.ua

**Катя Гончаренко**
редакторка напрямку пошукача

**Конструктивна критика викликає занепокоєння не лише у працівників, які отримують такий зворотний зв'язок, але й у менеджерів, які його дають. Адже вказувати комусь на те, що потрібно покращити, навіть якщо це щось незначне, змушує нервувати. Проте ухиляння від непростих розмов не є гарантією гармонійних відносин. Оцінювати та критикувати своїх підлеглих – це частина роботи керівника. Ви робите їм (і собі) ведмежу послугу, тримаючи язик за зубами.**

Розповідаємо, що таке конструктивна критика та як її давати і приймати.

https://www.atlassian.com/blog/leadership/constructive-criticism

### Що таке конструктивна критика?

**Конструктивна критика** – це об'єктивна і доброзичлива оцінка чиєїсь роботи, в якій визнаються як позитивні, так і негативні аспекти її виконання, а також пропонуються відповідні кроки для покращення. На відміну від суто негативної критики, яка фокусується лише на тому, що людина зробила неправильно, конструктивний зворотний зв'язок є конкретним, заохочувальним і дієвим.

**Критика:** «Ти не керуєш своїм часом на роботі і завжди здаєш завдання із запізненням».

**Конструктивна критика:** «Я помітив, що хоча твої завдання виконані ідеально, останні кілька разів ти здавав їх пізніше встановленого терміну. Рекомендую складати план з поетапними термінами здачі завдань, щоб ти зміг вчасно здати фінальний звіт».

Відчуваєте різницю? Конструктивна критика підтримує розвиток, привертаючи увагу до того, що людині потрібно покращити, а потім пропонуючи поради щодо того, які вона може зробити кроки в правильному напрямку.

### Яка користь від конструктивної критики?

Навіть якщо вона зроблена правильно, конструктивна критика може змусити вас нервуватися. Але це все одно варто робити, оскільки такий тип зворотного зв'язку:

**Підтримує кар'єрний ріст і розвиток співробітників.** Ваші підлеглі прагнуть критики, яка допомагає їм вчитися і вдосконалюватися. 72% працівників зазначили, що менеджери, які надають зворотний зв'язок у вигляді критики, відіграють важливу роль в їхньому кар'єрному розвитку.

**Підвищує моральний дух працівників.** Якщо ви не надаєте співробітникам зворотний зв'язок, то незабаром вони відчують, що їх не помічають і ними нехтують. На противагу цьому, пропонуючи свій внесок, вони відчувають, що їх бачать і в них інвестують, що покращує їхній моральний дух і мотивацію.

**Покращує ефективність організації.** Працівники не можуть змінити свою поведінку, якщо вони не усвідомлюють, що існує проблема. Вдумливий зворотний зв'язок допомагає людям зрозуміти, що їм потрібно зробити, щоб стати ще кращими на своїй посаді. Це покращує ефективність як окремих працівників, так і всієї організації в цілому.

## Як давати конструктивну критику на роботі?

Щоб отримати максимум користі від таких розмов, потрібно добре продумати, коли, де і як ви пропонувати конструктивну критику. Для цього:

### Обирайте правильний час

Співробітники не просто хочуть отримувати зворотний зв'язок – вони хочуть отримувати його регулярно. 63% працівників кажуть, що хочуть частіше отримувати зворотний зв'язок від своїх керівників. Але це не означає, що ви повинні критикувати людей щоразу, коли це спадає вам на думку.

Подумайте про час для таких розмов. Наприклад, особисті зустрічі – ідеальний час для обговорення проблем, перевірки прогресу та внесення пропозицій щодо вдосконалення.

Якщо ви сумніваєтеся, запитайте працівника, чи відкритий він до зворотного зв'язку (спробуйте щось на кшталт: «Чи можу я дати вам кілька відгуків про зустріч з продажу?»), щоб переконатися, що він готовий отримати і обдумати цю інформацію.

Коли обираєте час, подумайте і про себе. Згідно з дослідженнями, розмови, в яких роботодавець дає зворотний зв'язок, можуть бути психологічно та емоційно виснажливими для нього. Тому краще провести розмову перед перервою або після зустрічі виконати більш легкі завдання.

### Залишайтеся об'єктивними

Конструктивна критика може легко перейти на особисту територію, тому важливо залишатися максимально неупередженими та об'єктивними.

**Діліться своїми намірами.** Чітко вказуйте, чому ви даєте критику, щоб показати, що це не пов'язано з недоброзичливістю чи особистими помстами.

***Приклад:*** *«Наші звіти повинні мати єдиний формат, щоб уникнути плутанини з командою та клієнтами».*

**Використовуйте «я-повідомлення».** Це допоможе вам донести свою точку зору, водночас працівники не відчуватимуть, що їх звинувачують і їм не доведеться захищатися.

***Приклад:*** *«Я помітив, що ваші звіти не відповідають нашому звичному формату».*

**Наведіть конкретний приклад.** Підкріплення критики реальним прикладом підкреслює, що ваше спостереження ґрунтується на фактах, а не на особистій думці.

***Приклад:*** *«У нещодавньому аналітичному звіті, який ви надіслали клієнту XXX, не вистачало аналітичного знімка».*

**Уникайте припущень.** Зосередьтеся на констатації фактів, а не на читанні думок співробітника. Якщо вам потрібно

дізнатися більше про те, чому виникла певна проблема, запитайте прямо.

***Приклад:*** *«Чи є причина, чому ви не використовуєте шаблон звіту, збережений у нашій спільній папці?».*

### Зосередьтеся на рішеннях

Сенс конструктивної критики полягає в тому, щоб привернути увагу до того, що потребує виправлення. Але пам'ятайте, що це робиться заради розвитку, а не зневіри. Ось чому коментарі, орієнтовані на зростання, не лише вказують працівникам на те, що їм потрібно виправити, а й пропонують конкретні кроки, як це зробити.

***Приклад:*** *«Наступного разу, будь ласка, використовуйте шаблон звіту. Я перемістив його на головну сторінку нашої спільної папки, щоб усім було легше його знайти».*

### Розпочніть розмову

Найпродуктивніші розмови зі зворотним зв'язком не є односторонніми – вони відкривають діалог між вами та підлеглим. Однак працівник може не наважитися висловитися. Тому дайте зрозуміти, що це двостороння дискусія, ставлячи запитання на кшталт:

- Чи маєте ви якісь запитання щодо цього відгуку?
- Чи є щось ще, що ви хочете, щоб я знав?
- Чи потрібно вам щось від мене, щоб зробити ваші наступні кроки більш зрозумілими?

Це має велике значення для того, щоб ваші підлеглі відчували, що їх підтримують, а не сварять.

### Слідкуйте за зворотним зв'язком

Ви зробили це – дали конструктивну критику. Час зітхнути з полегшенням, чи не так? Не поспішайте! Одного зауваження зазвичай недостатньо, щоб надихнути працівника на зміни.

Те, що ви робите після конструктивної критики, так само важливо, як і сама критика. Як керівник, ви можете допомогти своїм підлеглим максимально використати ваш зворотний зв'язок:

- Створіть разом з працівником спільний запис або журнал зворотного зв'язку, який він отримав.
- Разом визначте план та етапи для вирішення проблем, які потребують більше часу та зусиль.
- Присвятіть частину ваших індивідуальних зустрічей обговоренню попередніх відгуків та перевірці прогресу.

Все це доводить, що ви є менеджером, який виходить за рамки висвітлення проблем і відіграє практичну роль у їх вирішенні.

### Як правильно сприймати конструктивну критику?

Знати, як давати зворотний зв'язок, важливо, але бувають моменти, коли вам також потрібно приймати його з вдячністю. Скористайтеся можливістю показати на власному прикладі, як це – професійно приймати відгуки та діяти відповідно до них.

- **Візьміть паузу.** Ваша миттєва реакція зазвичай не є найкращою. Зробіть вдих, щоб зібратися з думками, перш ніж відповісти, і не бійтеся попросити час на роздуми, перш ніж повернутися до розмови.
- **Ставте уточнювальні запитання.** Зворотний зв'язок не допоможе, якщо ви його не розумієте. Обов'язково ставте уточнювальні запитання, щоб отримати будь-яку додаткову інформацію.
- **Практикуйте активне слухання.** Це людська природа – як тільки ви чуєте щось негативне, забуваєте про все інше. Намагайтеся зосередитися на активному слуханні, щоб вловити всі деталі зворотного зв'язку. Коли співрозмовник закінчить говорити, підсумуйте його зауваження, щоб підтвердити, що ви його зрозуміли.
- **Не забудьте сказати «дякую».** Пам'ятайте, що у зворотний зв'язок хтось вклав час і енергію, щоб допомогти вам покращитися. Це заслуговує на подяку.

### Звикайте до конструктивної критики

Через свою нерішучість і сором'язливість керівники часто уникають конструктивної критики. Але ухиляння від цих непростих розмов позбавляє підлеглих цінної інформації, яку вони можуть використати для навчання та вдосконалення. Тому настав час набратися сміливості, скористатися рекомендаціями та інвестувати у розвиток своїх співробітників за допомогою відвертого, корисного зворотного зв'язку.

Енергія
твого успіху

Випуск №
3
(117)
(від 3.4.2025)

ШАНОВНІ ЧИТАЧІ!
Свої побажання та пропозиції
надсилайте на e-mail:
i.vorotnikova@nrg.ua

Контактні телефони:
+38 050 327 98 88
+38 044 594 30 98