

ДЕМКО ЯНА АЛЕКСАНДРОВНА, студент
Научный руководитель –
ВИНСКОВСКАЯ ЛАРИСА АНАТОЛЬЕВНА, к.э.н., доцент,
yana.dimka@list.ru
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРЕМЫ БАЙЕСА В ПРОЦЕССЕ ОТБОРА ПЕРСОНАЛА

В статье рассматривается применение теоремы Байеса в процессе отбора персонала, указываются этапы отбора и возникающие трудности.

Ключевые слова: теорема Байеса, отбор персонала.

Отбор персонала – это процесс, в ходе которого решение принимается не только работодателем, но и работником, то есть для благоприятного исхода интересы обеих сторон должны быть согласованы. До недавнего времени считали, что за организацией, проводящей отбор кандидатов, остается последнее слово. Но сейчас важную роль отводят решению самих сотрудников соглашаться на предоставленную вакансию или нет.

В результате исследований выяснилось, что в настоящее время в странах, занимающих ведущее место в мировой экономике, наблюдается тенденция ослабления качества подготовки сотрудников, снижения количества высококвалифицированного наемного труда либо вообще отсутствие таковых.

В связи с этим предприятия особое внимание уделяют бизнес-процессу по подбору и отбору персонала, другими словами, создают благоприятные условия для претендентов на рабочее место, стремятся провести собеседование на высоком уровне и сделать кандидатам выгодные предложения.

Последние в свою очередь также проводят отбор, решая, подходит им предлагаемая вакансия или нет, есть ли необходимость проходить собеседование дальше или нет и, в конце концов, принимать предложение о работе или нет. Когда кандидат вступает в отбор, у него есть уже сформировавшееся впечатление об организации, которое сложилось из ее имиджа, отзывов работающих там специалистов и т.д. Большое влияние на мнение может оказать описание компании, приведенное в рекламе и объявлениях. Но в процессе отбора у претендента появляется новая информация о предлагаемой работе, и соответственно, его решение может меняться в зависимости от характера сведений. Причины, по которым кандидаты меняют свое решение, анализируются с помощью байесовских моделей, которые используются и для выбора наилучшего пути принятия решения претендентом на работу. Также с помощью этой теоремы можно

сделать прогноз изменений, дать соответствующие рекомендации и найти проблемы в стратегии предприятий.

Чаще всего на «выход» из отборочного процесса на первых его этапах влияет мнение об интервьюерах, которые служат для испытуемых лицом компании. Если сам процесс отбора проходит слишком медленно, либо на каком-то его этапе у кандидата возникают сложности, то это также оказывает существенное влияние на его решение.

В идеале претендент приходит на собеседование уже со сложившимся мнением о компании на основании тех сведений, которые он получил. В том случае, если образ компании, который сложился у него, удовлетворяет кандидата, он проходит собеседование в приятной обстановке и успешно сдает профессиональное тестирование, после чего заключает договор с компанией и вступает в новую должность. Но зачастую претендент в процессе отбора меняет свое мнение о предприятии, на котором хочет работать, и исходя из новых впечатлений решает – принимать участие в отборе дальше или нет. В этом случае и применяются байесовские модели.

Для того, чтобы применить эти модели, которые основываются на теореме Байеса, стоит уточнить, что собеседование рассматривается ключевым фактором, влияющим на принятие кандидатом решения. Заинтересованность специалистов по подбору персонала в байесовских моделях заключается в том, что у претендентов появляется новая информация, и их мнение об организации меняется. Данный аспект необходимо учитывать для того, чтобы не потерять квалифицированного работника, который с самого начала хотел работать в организации. Другими словами, теорема Байеса помогает быстро понять, какое решение кандидат примет касательно предложенной вакансии.

По мнению психологов, людям свойственно часто заблуждаться в своих выводах, основанных на опыте. Таким образом, скорее всего прогнозируемый результат может отличаться от верного по Байесу. Так получается потому, что люди рассуждают в парадигме классической, частотной вероятности. Байесовский метод в этом случае ее дополняет, а не противоречит.

Главное отличие заключается в том, что берется за случайную величину. В байесовской теореме это строго определенный, детерминированный процесс. Его возможно спрогнозировать полностью, просто все изначальные факторы, которые могут оказать влияние на исход, неизвестны.

Теорема Байеса широко используется в эконометрическом анализе. Для ее применения не требуются какие-либо сложные математические объекты. Теорема Байеса выглядит так:

$$P(B|E) = \frac{P(E|B) * P(B)}{P(E)},$$

где $P(B|E)$ – вероятность В при условии истинности Е; $P(E|B)$ – вероятность Е в случае, если В произошло; $P(B)$ – вероятность истинности В; $P(E)$ – наблюдаемая вероятность Е. Объясним данную теорему на примере отбора персонала.

Когда кандидат хочет устроиться в организацию, он из различных источников формирует свое мнение о компании, которое обозначается гипотезой В. Если его мнение положительное, и он считает, что организация подходит ему, то вероятность гипотезы В составляет примерно $P(B) = 0,70$ или 70%.

В процессе отбора, как уже указывалось выше, мнение кандидата о компании-работодателе может меняться, особенно, в зависимости от успешности прохождения собеседования. Допустим, претенденту понравилось собеседование и, по его мнению, он прошел его успешно, тогда вероятность положительного интервью составляет $P(E) = 0,80$.

Следующий шаг – определение желаемого претендентом уровня – обозначается как $P(E|B) = 0,825$, учитывая, что $P(E|B)$ зависит от $P(E)$. Учитывая наше предположение, что первое впечатление об организации у кандидата было положительным и составило $P(B) = 0,70$, фактически вероятность поменяется несильно и составит $P(B|E) = 0,72$. Таким образом, вычисленное вероятностное значение гораздо точнее, чем оценка фиксированными баллами.

В реальности на кандидата оказывает влияние не только собеседование, но множество других факторов, которые могут обеспечить его новой информацией о работодателе.

Кандидаты чаще всего уверены, в том, что их мнение об организации достоверно. Информацию, которая помогла сформировать у них мнение об организации, они получают принципом прототипичностью информации, то есть похожую информацию они ранее встречали. Кандидаты, которые имеют большой опыт работы рынка рекрутинга, обдуманнее относятся к информации и становятся менее управляемыми в процессе прохождения отбора. Если информации о компании недостаточно, некоторые кандидаты обращают внимание на особенности компании и свой похожий опыт.

Таким образом, опираясь на теорему Байеса, в реальности наибольшее значение имеет не интервью или сама процедура отбора, а тот факт, имеет ли кандидат какой-либо опыт, положительный или отрицательный, и можно ли использовать этот опыт для повышения привлекательности работы. То есть нужно видеть отличия между условной вероятностью $P(E|B)$ и вероятностью $P(E)$. Необходимо, чтобы интервью, прошедшее в позитивной атмосфере, стало началом действительно отличной работы $P(E|B)$. Решение кандидата принимать предложение или нет, в основном зависит от различий между этими двумя переменными. В то же время хорошо прошедшее интервью не всегда важно, например, в том случае, если выбор

кандидата стоит между двумя и более организациями. Притом, негативной информацией можно пренебрегать. Получается, что иногда абсолютно посторонняя информация влияет на решение претендента. Это разные положительные и отрицательные знаки об организации.

Список литературы:

1. Колемаев, В. А. Эконометрика : учебник / В.А. Колемаев. — Москва : ИНФРА-М, 2017. — 160 с.
2. Крянев, А. В. Эконометрика (продвинутый уровень): Конспект лекций / Крянев А.В. - Москва :КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 62 с.
3. Новиков, А. И. Эконометрика : учебное пособие / А. И. Новиков. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 224 с.
4. Яковлев, В. П. Эконометрика : учебник для бакалавров / В. П. Яковлев. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 384 с.