**Kandidatų patirtys, kurių verslai nenori girdėti: kaip DI transformuoja atrankas**

**Į darbo pokalbį – ne su žmogumi, o su algoritmu. Tokį scenarijų jau siūlo kai kurios atrankų platformos, kuriose kandidatai bendrauja tik su sistema, o jų atsakymus, emocijas ir net „sąžiningumą“ vertina dirbtinis intelektas (DI). Nors šis pokytis daliai verslų atrodo kaip efektyvumo šuolis, kandidatai jau piktinasi: „jokio pokalbio, jokio konteksto, jokio gyvo balso“.**

Marketingo strategė Laura Domarkė pasakoja, kad kandidatuodama į CMO poziciją tarptautinėje B2C įmonėje su tokia atranka susidūrė netikėtai. Skelbimas atrodė įprastas, tačiau prisijungus prie kito etapo paaiškėjo: visus testus – motyvacinį, kultūrinio suderinamumo, 2 minučių vaizdo įrašą ir kompetencinius klausimus – vertins DI, įjungta kamera.

„Jokio pokalbio, jokio konteksto, jokio gyvo balso – tik kompiuteris, jo kamera ir aš, keturių etapų intymioje vienatvėje“, – sako ji.

Anot kandidatės, sistemai įspėjus, kad vertins „sąžiningumą“, kilo dar daugiau klausimų: „Ir tada sėdi, žiūri į kamerą ir galvoji – tai ką man dabar daryti su veidu? Neperdėt mimikos? O gal kaip tik ją parodyti? Atrodė, lyg stengčiausi įtikti nematomam mokytojui, kuris nesupranta nei konteksto, nei kultūros, nei to, kad kartais žmonės tiesiog nemėgsta kalbėti į kamerą“, – pasakoja L. Domarkė.

**Verslams – patogumas, kandidatams – nejaukumas**

Negana to, po darbo pokalbio L. Domarkė sakosi negavusi ir žadėtojo grįžtamojo ryšio. Vietoje jo – standartinę automatizuotą žinutę, jog buvo pasirinktas kitas kandidatas. Darbdavio identiteto agentūros „DID Moons“ partnerė ir strategė Asta Mikalajūnienė sako, kad tokie atvejai tik patvirtina, jog įmonės vis dar nuvertina kandidatų patirtį.

„Stebina, kad 2025-aisiais kai kurios organizacijos vis dar nesuvokia, jog darbdavio reputaciją formuoja ne tik esami darbuotojai. Labai gerai, jei kuriate malonią patirtį savo komandai, bet jei kandidatas atrankoje dėl žmogiško kontakto nebuvimo turi neigiamą patirtį, arba jei apie tokio kontakto nebuvimą niekur nėra pranešama iš anksto, jis apie tai tikrai papasakos kitiems. O kai tokios istorijos ima sklisti iš lūpų į lūpas, norinčių kandidatuoti gali ženkliai sumažėti“, – aiškina A. Mikalajūnienė.

Pasak jos, dar viena jautri tema atrankų procesuose yra ir grįžtamasis ryšys: „Tai visada buvo karšta tema, bet kai kandidatas įveikia kelis etapus ir gauna labai generinę žinutę, jog įmonė juda toliau su kitais kandidatais, natūralu, kad jo frustracija tik gilėja. Nesant jokiam žmogiškam kontaktui ir negavus adekvataus grįžtamojo ryšio, kandidato patirtis bus dar prastesnė. Reikia turėti galvoje, kad kandidatai – ypač jaunesnės kartos – apie savo neigiamas patirtis dabar kalba labai drąsiai ir garsiai, todėl nereikėtų palikti to savieigai.”

**Efektyvumas neturi atmesti pagarbos**

Visgi strategė neteigia, kad DI įmonės turėtų atsisakyti. Priešingai – problema slypi aklame jo taikyme. Pasak A. Mikalajūnienės, jeigu DI padeda personalo specialistams filtruoti CV, taupyti laiką planuojant susitikimus ar struktūrizuoti interviu – jo vertė neabejotina. Svarbiausia, kad atrankos būdas atspindėtų pačios įmonės kultūrą: „Jei jūsų organizacija – šilta, įtraukianti, žmogiška, tai ir pirmasis kontaktas turi būti toks.“

Vienas iš tokių, pagal šį principą veikiančių sprendimų – „TeamFill“. Tai DI pagrįsta platforma, skirta automatizuoti vaizdo interviu ir padėti sudaryti trumpąjį kandidatų sąrašą. Jos vienas iš bendraįkūrėjų, personalo atrankos agentūros „AIDA Recruitment“ vadovas Antanas Giraitis, sako, kad būtent šiame etape DI labiausiai pasiteisina: padeda vadovams greičiau įvertinti kandidatų tinkamumą ir neskirti laiko nereikalingiems susitikimams.

„Kai samdantis vadovas yra, pavyzdžiui, IT vadovas, jis nori konkrečiai įvertinti kandidato patirtį. Atrankų specialistas ne visada turi pakankamai žinių tam padaryti, o štai dirbtinis intelektas gali eiti gilyn: klausti apie konkrečius projektus, sprendimus, surinkti informaciją ir pateiktį įžvalgas, ar žmogus iš tikrųjų tą darė“, – aiškina A. Giraitis.

Negana to, jis pabrėžia ir kitą DI naudą – galimybę automatizuotai pateikti kandidato įžvalgas ir generuoti individualų grįžtamąjį ryšį.

„Platforma automatiškai suformuoja kiekvienai pozicijai pritaikytą vertinimo kortelę, atpažįsta stipriąsias kandidato puses ir pateikia siūlymus tobulėjimui. Tai padeda ne tik taupyti laiką, bet ir išlaikyti pagarbą kandidatui – net jei jis nebuvo atrinktas, jis žino, kodėl“, – sako A. Giraitis.

Pasak jo, viena įmonė, samdanti Brazilijoje, automatizuotus interviu naudoja dėl laiko juostų skirtumų, bet gali būti ir kita priežastis – efektyvumas: „Vadovui užtenka klausytis įrašų jam patogiu metu ar vietoje ir nuspręsti, ar verta skirti laiką susitikimui.“

**Sprendimas – ne technologinis, o kultūrinis**

Visi trys pašnekovai sutaria: pats dirbtinis intelektas nėra problema. Problema atsiranda tada, kai jis tampa vieninteliu atrankos veidu. Jei įmonė siekia išlaikyti pasitikėjimą, sudaryti teigiamą įspūdį ir pritraukti tinkamus kandidatus, bent dalis žmogiško kontakto privalo išlikti.