

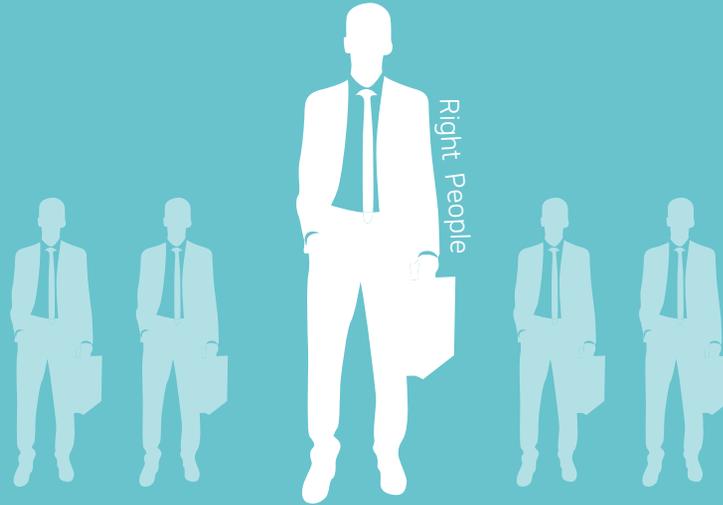
키워드로 만나는 채용 트렌드

TREND REPORT



인재전쟁

키워드로 만나는 채용 트렌드



급격하게 변화하는 경영환경 속에서 기업의 성패는 우수인재 확보와 유지에 달려있다고 해도 과언이 아니다. 유한자원과 달리 지속적 경쟁우위를 창출할 수 있는 인적 자원은 경제적 가치와 더불어 높은 희소성을 가지며, 경쟁사가 쉽게 모방하기 어렵고 다른 형태의 자원으로 쉽게 대체될 수 없다(Barney, 1995).

채용시장의 모습은 불과 몇 년 전과 비교해도 완전히 달라졌다. 과거 사람 중심의 인사관리 패러다임에서 채용 담당자의 미션은 'Good People'을 선발하는 것이었다. 그러나 IMF 이후 직무와 성과 중심으로 인사관리의 패러다임이 변화하면서 채용 담당자의 목표는 직무에 적합한 'Right People'을 확보하는 것으로 꾸준히 변하고 있다.

하반기 채용을 준비하면서 인사담당자가 해야 할 최우선 과제는 그동안 Right People을 선발했는가에 대한 검증이다. 거시적으로는 글로벌 채용 기준과 프로세스와 자사 방식을 비교하여 선발도구를 최신화하고 채용 프로세스에 반영하여 인재 선발의 정확도를 향상해야 한다.

세부적으로는 실무진의 만족도와 1년차 신입사원의 성과 분석 등을 병행하여 필요한 인재를 제대로 선발했는가를 분석해야 한다.

그러나 많은 기업이 채용분석 및 기획에 대한 시간 투자가 부족한 것이 사실이다. 그러다 보니 작년과 유사한 채용 프로세스를 반복적으로 운영하거나 유명 대기업의 채용 프로세스를 모방하는 것에 그친다.

에이치닷은 이러한 부담을 덜고자 채용트렌드 분석을 위한 다양한 데이터를 수집 및 분석했으며, 20여명의 채용담당자와 인터뷰를 실시했다. 본 레포트가 자사의 채용절차를 돌아보고, 하반기 채용 기획에 있어 조금이나마 인사이트를 전달하기를 바란다.

채용트렌드 7가지

01 직무역량

최근 들어 신입 지원 시 직무 전문성을 요구하는 회사들이 늘고 있다. 단기간에 쌓을 수 있는 스펙보다는 지원 직무에 대한 장기간에 걸친 준비과정과 역량을 평가하는 체제로 바뀌고 있는 것이다.

최근 취업 사이트의 설문조사에 따르면 기업 채용 담당자의 23.1%가 최악의 지원자 유형 1순위로 '회사 및 직무와 관계없이 일단 지원하고 보는 막무가내형'을 가장 싫어한다고 응답한 바 있다. 경쟁이 치열한 저성장기일수록 단기간의 교육을 거쳐 현장에서 바로 활용될 수 있는 실무형 인재, 준비된 인재를 선호하기 때문이다.

이러한 분위기를 반영하듯이, 직무와 무관한 스펙이 오히려 마이너스 요인이 된다는 '자충수펙'이라는 신조어가 등장하기도 했다.

취업포털 사람인이 지난해 인사담당자 415명을 대상으로 스펙에 관한 인식을 조사한 결과, 인사담당자 중 25.6%가 '직무와 연관이 없는 스펙에 불이익을 준 적이 있다'고 응답하였다. 스펙쌓기 경쟁이 치열하던 과거와 달리, 직무역량의 비중이 상당히 높아졌음을 알 수 있다.



02 블라인드 채용

지난해 공공기관에 전면 도입된 블라인드 채용이 올해는 사기업으로 확산되었다. 최근 카카오 오는 신입사원 선발에 블라인드 채용을 도입했다.

총 지원자 1만 100여명, 경쟁률 230대 1 을 기록한 금번 채용에서는 학력 및 연령 편중현상이 비교적 적게 나타났다. 최종 합격자 44명 중 서울소재 대학 및 재학생, 졸업생은 24명이며 비서울권 소재 대학 17명, 외국대 출신 3명이다. 합격자 연령 또한 22세부터 32세까지 다양한 분포를 기록했다.

취업포털 사람인에서 최근 인사담당자 300여명을 대상으로 블라인드 채용에 대해 설문 결과, 전체의 68.2%가 '긍정적'이라고 답했다. 그 이유로는 '스펙에 대한 편견을 배제할 수 있어서' (53.1% 이하 복수응답), '직무 역량 평가에 집중할 수 있어서' (48.4%), '불필요한 정보를 최소화하여 채용 효율을 높일 수 있어서' (43.5%) 등으로 조사되었다.

03 스마트 채용

모바일과 SNS 이용도가 늘어나는 추세에 맞게, 채용을 홍보하는 채널도 달라지고 있다. 최근 기업들은 채용정보를 트위터, 페이스북 같은 인터넷을 통한 소셜 네트워크 서비스(SNS)를 통해 홍보한다. 1차원적인 포털 사이트 이용에 머물지 않고 채용공고나 기업정보 등을 SNS를 통해 공개함으로써 홍보 채널을 다각화하는 것이다.

SNS는 개인들의 공유를 통한 확산 속도가 기존 포털 사이트에 비해 상당히 빠르기 때문에 비용 대비 큰 홍보 성과를 거둘 수 있다. 실제로 객실승무원의 20%를 인스타그램을 통해 채용한 항공사도 있다.

인원이 많은 공개채용에서는 SNS활용이 홍보 채널에 한정되지만 수시채용과 경력직에는 선발전형까지 확장되기도 한다. 링크드인을 예로 들자면, 서비스 내에서 채용공고 열람과 더불어 지원서를 제출하고 포트폴리오를 게시할 수도 있다. 실제 지원자의 과거 업무 이력이나 포트폴리오를 열람하기 쉽게 구성되어 경력직 활용 비율이 꾸준히 증가하고 있다.



04 채용 공정성

지난 상반기는 금융기관의 이슈를 시작으로, 공공기관 채용비리까지 적발되어 사회적으로 큰 파장을 만들었다. 다음소프트의 빅데이터에 따르면 채용 비리 기관 상위 연관어로 1)강원랜드 (4,984건), 2)은행(1,377건), 3)금감원(885건) 등이 기록되었다. 올해 월별 채용비리 평균 언급량은 약 2500건으로 2016년 한 해 동안의 총 언급량보다 높은 수치를 기록했다.

불투명한 채용과정이 드러나며 비난이 빗발쳤지만, 기업의 채용 과정을 투명화하는 데는 많은 기여를 한 것으로 보인다. 정부는 '원스트라이크 아웃' 규제를 내걸어, 채용비리와 연루된 공무원을 전원 퇴출하겠다는 방침을 밝혔으며 채용 전 과정을 투명하게 공개하겠다는 조항을 추가했다.

또한 채용비리로 인해 불합격한 일부 지원자를 합격시키는 등 피해자 구제방안이 최초로 추진되었다. 일부에서는 피해자 특정이 어렵고 피해 보상 방법이 모호하다는 한계가 지적되었지만, 채용 시장 공정화를 위한 변화는 뚜렷하게 진행되는 양상이다.

05 고용브랜드

고용브랜드란 조직 내/외부 사람들로부터 인식되는 고용과 관련된 해당기업의 총체적인 이미지를 의미한다. 이를테면 '가장 일하기 좋은 일터', '직원의 잠재가치를 높여주는 직장', '나의 꿈을 키워주는 회사' 등과 같은 이미지를 심어주는 것이다.

이전에는 기업의 안정성, 연봉수준 등이 인재를 유입하는 수단이었다. 그러나 최근 지원자들의 기업 선택 기준이 연봉 이외에도 비전이나 커리어패스, 일과 삶의 균형 등으로 다양화되면서 예전과 같이 획일적인 방법으로는 인재를 유입하기 힘들어졌다. 즉, 차별화된 고용브랜드가 인재 유입 전략으로 활용되면서 그 중요성이 커진 것이다.

예를 들어, Southwest Airlines는 서비스업의 특성 상 구성원들이 자발적이고 즐겁게 일할 수 있는 독특한 문화를 형성했다. 이를 통해 '유머와 즐거움이 있는 직장'이라는 고용브랜드를 구축하여 핵심인재 유입을 크게 증가시켰다. 최근에는 GE, McKinsey 등의 글로벌 기업 뿐만 아니라 국내 기업에서도 고용브랜드 구축을 위한 적극적 노력이 시작되고 있다.



“ 가장 일하기 좋은 일터
나의 꿈을 키워주는 회사
직원의 잠재가치를 높여주는 직장 ”

06 4차 산업혁명

4차 산업혁명이 HR도 변화시키고 있다. 올해 상반기에는 채용전형에 있어 AI솔루션이 등장하기 시작했다. 특히 채용에서 제일 중요한 관문으로 여겨지는 면접전형에서도 AI가 활발히 활용되고 있는데, 다양한 데이터를 분석할 수 있다는 점과 객관적인 평가가 가능하다는 점이 가장 큰 장점으로 꼽힌다.

AI는 면접 질문에 대답하는 순간, 지원자 반응을 모니터링한다. 안면 혈류량, 얼굴 표정, 음성의 높낮이 및 속도 등의 정량적 데이터를 분석하여 객관성을 높인다. 이외에도 지원자 답변, 역량검사 데이터를 통합 분석하여 지원자의 성향과 지원 직무와의 적합성 판단에 유의미한 자료를 제공한다.

해외에서도 이미 인공지능은 다양한 형태로 채용에 활용되고 있다. 미국에 위치한 마이어시스템(My Systems)의 'AI(마이어봇)'는 이력서 검토와 면접일정, 면접수행을 물론 입사 관련 궁금증을 해결해주는 채용담당자 역할을 하고 있다. 일본 소프트뱅크 또한 지난해 5월부터 IBM의 인공지능인 '왓슨 (WATSON)'을 활용해 신입사원 서류 심사를 하고 있다. 그간 회사가 축적한 지원자 및 면접 데이터를 숙지한 AI는 회사가 선호하는 인재상을 기준으로 지원자가 데이터를 종합적으로 판단한다.

현재 국내에서 AI 채용시스템을 도입한 기업으로는 대표적으로 마이다스아이티가 있다. 이외에도 SK C&C, SK하이닉스, 롯데그룹, LG하이프라자, 방송통신전파진흥원, 한미약품, JW중외 등 여러 기업이 있으며, 많은 기업이 AI 채용 시스템 도입을 긍정적으로 검토하는 추세다.

07 수시채용

대기업, 특히 그룹사에서 가장 두드러지는 변화는 채용 운영의 부분이다. 과거 3월과 9월에 집중적으로 채용을 진행하던 움직임이 7~8월 또는 12월로 분산되는 경향을 보였다. 참고로 3월에 공채를 진행한다고 밝힌 대기업은 29%, 9월에 공채를 진행한다고 밝힌 대기업은 49%였고, 7~8월은 29%, 12월은 33%였다.

즉 기존에 상, 하반기 연간 2회에 걸쳐 진행되는 일반 공채와 달리 상시적으로 소규모 인원만 뽑는 수시채용의 확대가 진행되고 있다. 채용 포털 인크루트의 설문조사에서는 절반 이상의 대기업이 "수시채용을 병행할 계획"이라고 응답했다.

이미 수시채용으로 신입사원을 선발하고 있는 SK하이닉스의 인사담당자는 "본격적인 공채 시즌이 시작되기 전에 우수 인재를 선점하고 싶어 수시채용을 진행한다"고 밝혔다. 즉, 경쟁사에 우수 인재를 빼가지 않기 위해 수시채용을 선호한다는 것이다. 또한 공채에 비해 채용 운영의 부담이 적고 실무진의 부족한 인력을 수시로 보강할 수 있다는 강점이 있다.

전략적 채용개선을 위한 4가지 질문

채용담당자가 유의할 점은 좋은 인재를 선발하는 것이 아니라 기업에 적합한 인재를 선발하는 것이다. 즉, 채용트렌드를 그대로 모방하는 것만으로는 채용프로세스 개선이 불가능하다는 것을 명심해야 한다. 채용 프로세스 개선을 시도하기 이전에 자사의 현재 채용프로세스를 점검하고 효과성을 분석하는 과정이 필요하다. 또한 채용트렌드를 모방 또는 접목시키는 과정에서는 반드시 하기 나열한 4가지 질문을 되물으며 진행해야, 올바른 방향으로의 채용 개선이 가능하다.



01 다양성을 해치지 않는가?

올해 최대 이슈는 인재의 다양성과 관련된 문제다. 과거에는 다양성이 단순히 요식행위에 지나지 않았으나 요즘에는 채용문화 개선(78%)과 회사실적 향상(62%)에 직접적인 연관성을 갖는 요인으로 간주된다. 특히 글로벌 기업으로의 발전에 있어 인종, 성별, 연령의 다양성은 필수 조건으로 자리잡았다.

실제 채용 관리자의 82%가 채용프로세스 개선 시에 자신들의 채용방식에 영향을 받는 최우선 항목으로 다양성을 지목했다.

채용홍보나 선발 방법이 변화되면 기존 인재 POOL의 다양성을 해치거나, 의도하지 않게 학력, 인종, 장애여부 등에 감점으로 작용하게 된다. 이럴 경우 구성원의 다양성이 저해되고, 나아가 기업 경쟁력에도 부정적 영향을 미치게 된다. 따라서 개선하고자 하는 채용 절차가 인재 POOL, 나아가 구성원의 다양성을 해치지 않는지 반드시 점검해야 한다.

02 목적에 부합하는 면접을 진행하고 있는가?

면접은 가장 오래된 선발 도구이다. 전통적인 구직자 면접에서 그룹면접, 토론면접, PT면접 등 면접 방식은 점차 다양해지고 있다. 그러나 주의할 점은 목적에 부합하지도 않는 면접 방식을 진행하는 것은 아닌가라는 점이다.

예를 들어, 협업 능력을 평가하는 토론면접에서 열정이나 도덕적 역량을 기준으로 지원자의 합격 또는 불합격을 평가할 수 없다. PT면접 또한 자료 분석력 또는 전략적 사고력을 측정하는 데는 타당도가 높지만 협업 및 관계역량을 측정하기에는 어려움이 있다.

최근 모 기업이 지원자를 대상으로 등산 면접을 실시했다. 끈기와 열정, 협업 능력을 평가하기 위함이었지만 신체적 능력이 다른 지원자가 산을 '더 오래, 더 높이' 오르는 것이 과업과정에서의 '끈기와 열정'과 부합하는지 의문이 든다는 전문가의 평이었다.

면접 방식이 다양해지고 있지만 무조건적인 모방이 일어나는 것은 아닌가라는 우려가 든다. 즉, 무작정 이색 면접전형을 실시하기 보다는 이번 채용에서 중점을 둔 필수 역량을 평가하기에 최적의 면접 방식을 기획하는 것이 필요하다.

03 데이터 기반의 의사결정을 진행하고 있는가?

채용에서 엑셀 작업은 가장 많은 업무 비중을 차지한다. 많은 데이터가 입력되기에 데이터 기반 의사결정이 당연하다고 생각되지만 실제로 기업의 38%만이 채용과정에서 HR 데이터를 활용한다고 한다. 무엇보다 신뢰도와 타당성이 중시되는 분야인 만큼, 기존의 관행이나 벤치마킹 보다는 '데이터 기반의 의사결정'이 필수적이다.



HR 데이터 분석은 '어떤 기준으로 사람을 선발해야 입사 후에 고성과를 창출할 가능성이 높은가'에 대한 기준을 제시할 수 있다. 중요한 것은 '지원자들의 성과 예측'이다. 이를 가능케 하는 방법 중 하나는 '현재 조직 내부의 고성과 직원 데이터를 분석하여, 선발 기준 및 면접의 평가 기준을 정하는 것'을 들 수 있다.

기존의 데이터 분석을 통해 채용 타당성을 점검하고 개선하는 것도 중요하지만, 개선한 채용 프로세스가 인풋(input)되는 데이터를 감소시키지 않는지도 점검해야 한다.

일례로 해외영업의 성과와 '해외 체류 경험' 이 유의미한 관계를 나타냈는데, 개선한 채용 프로세스가 '해외 체류 경험' 데이터를 입력 받지 못한다면 기존보다 개선된 의사결정이 불가능하기 때문이다.

04 채용 효율성을 끌어올리고 있는가?

채용 운영에는 많은 인력과 비용이 투입된다. 따라서 채용제도나 프로세스를 바꾸고 효율성을 증가시켜 채용경비를 줄이는 일은 계속할 필요가 있다. 즉, 개선하고자 하는 채용 프로세스가 투입되는 인력 및 비용 대비 어느 정도의 효과가 있는지를 평가한 후 채택해야 한다.

또한 채용 운영 기간에도 유념해야 한다. 조사에 따르면 지원자의 68%가 '채용 기간이 82일 이상 길어지면 입사 의지가 감소하고, 기업에 대한 이미지가 부정적으로 변한다'고 한다. 즉, 채용 타당성을 해치지 않는 범위에서 채용에 소요되는 기간은 최소화하는 것이 기업 이미지 뿐만 아니라 합격자의 로열티 형성에도 긍정적 효과를 가져온다.

최근에는 많은 지원자를 쉽게 선별하고 채용프로세스의 효율화를 위한 자동화 솔루션 도입이 늘고 있다. 그 중에서도 에이치닷 채용솔루션은 채용 공고 게재부터 합격자 발표까지 채용 전 과정을 자동화하여 채용 효율을 극대화시켰다는 평을 받고 있다.



outro

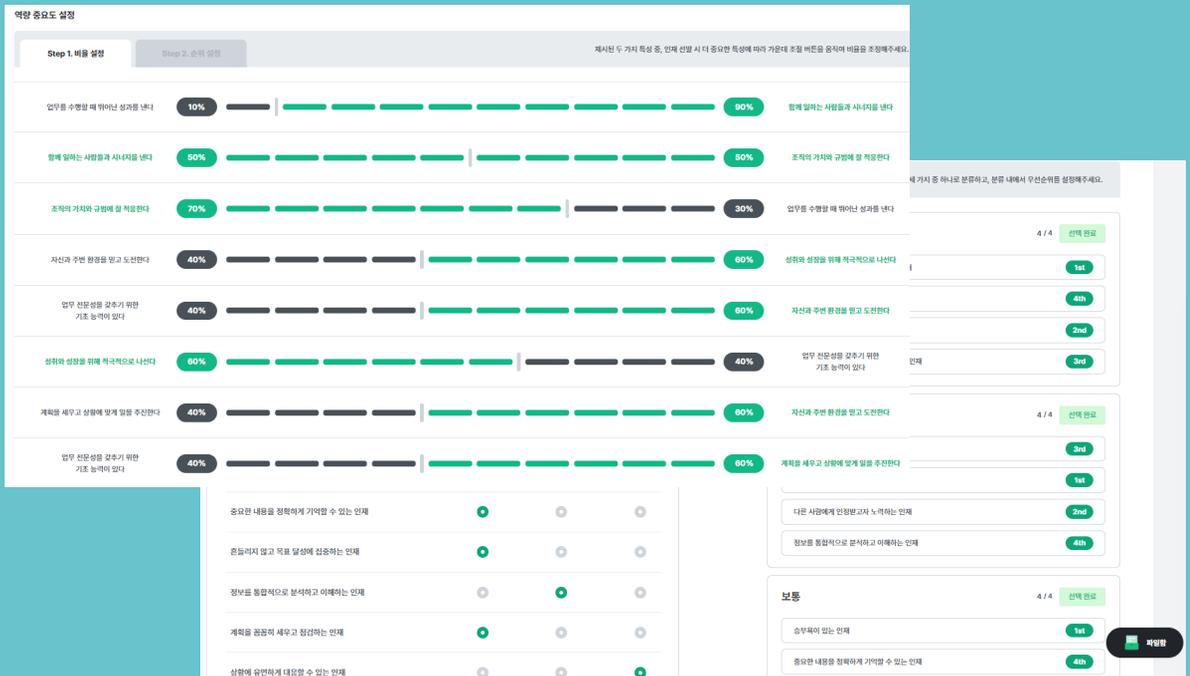
채용 담당자 앞에는 많은 과제가 산적해 있지만 이를 해결하고자 하는 긍정적 변화가 시작되고 있다. 이러한 추세는 갈수록 진화하는 채용시장에서 지원자에 대한 정확한 성과 예측을 가능하게 하여 기업 경쟁력 향상에 기여할 것이다.

채용트렌드를 반영한 무조건적인 채용프로세스 개선은 지양해야 한다. 모 기업은 무스펙 전형을 실시하고자 인턴 형식의 채용전형을 도입하였으나 채용 기간이 장기화되고 채용 효율이 감소되는 결과를 낳았다. 또한 합격자가 도중 이탈하는 등 기업 이미지에도 부정적 영향을 미쳤다.

중요한 것은 '지금, 우리 기업에 적합한 개선 방향은 무엇인지'를 고민하는 것이다. 따라서 채용담당자는 거시적 관점에서 채용 동향과 새로운 선발기법을 익히는 것도 중요하지만, 미시적 관점에서 자사만의 채용전략을 고민하는 것을 우선시해야 한다.

클라우드형 채용 솔루션 도입에 가장 걱정스러운 부분은 '커스터마이징'이다. 시 기반의 에이치닷 채용솔루션은 커스터마이징 설정이 가능하여 자사만의 채용 전형을 시스템으로 운영할 수 있다. 전형이나 채용사이트, 평가기준 등 대부분의 설정이 가능하도록 구성되어 고객사의 만족도가 아주 높다는 후문이다.

가장 큰 장점은 인재상을 정량적으로 확인할 수 있다는 점이다. 재직자 수검을 통해 기업의 고성과자 특성과 인사팀이 설정한 이론적인 인재상을 비교하며 평가 기준을 재설정할 수 있다. 고가의 채용 컨설팅이 필요했던 '인재상 도출 및 평가 기준 수립'을 솔루션 내에서 가능하다는 점이 타 솔루션과의 강력한 차별점이다.





© 2024. JAINWON Inc. All rights reserved.

성남시, 분당구, 판교로, 228번길 17,판교세븐벤처밸리2 마이다스아이티동 10층,13487