

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В РАБОТЕ HR¹

В.А. Зоткина

*Саратовский социально-экономический институт (филиал)
РЭУ имени Г.В. Плеханова*

Аннотация. В данной работе описаны преимущества использования социальных сетей в работе HR, поскольку социальные сети – это огромный неиссякаемый источник личной информации о работниках, которая зачастую выставлена на всеобщее обозрение. Основное внимание в статье уделяется такому важному этапу работы HR-отдела, как поиск и найм персонала.

Ключевые слова: HR, работа с персоналом, социальные сети.

В последнее время такой ресурс как «социальные сети» достиг глобального масштаба. Миллиарды людей по всему миру регистрируются на социальных платформах, вносят свою личную информацию и ведут очень активную виртуальную жизнь. Из-за того, что социальные сети совсем недавно плотно вошли в нашу жизнь, многие работодатели до сих пор не считают их преимуществом. Во многих фирмах на сегодняшний день заблокирован доступ к социальным сетям с рабочего компьютера, так как, по мнению работодателей, потраченное на социальные платформы время – потрачено впустую. Может быть, они и правы. Но не стоит забывать, что социальные сети – это огромный неиссякаемый источник личной информации о работниках [2, с. 14], которая зачастую выставлена на всеобщее обозрение и никак не защищена.

В этой статье будет описано, как устоявшиеся принципы работы HR (на примере поиска и найма персонала) адаптировались к появлению социальных сетей. Будут описаны не только сами изменения, но и их последствия.

¹ Научный руководитель доцент кафедры торгового дела, сервиса и гостинично-туристического бизнеса к.э.н., Г.В. Игнатова

Появление социальных сетей изменило простые на первый взгляд отношения работодатель – работник. Использование социальных сетей в подобном ключе имеет как свои преимущества, так и ряд определенных рисков.

Одни организации создают собственные корпоративные социальные сети для общения сотрудников между собой и руководством, проведения обучения, другие используют для этих же целей общедоступные сети. Теперь социальные сети в состоянии делать «новые вещи» – открытое общение между сотрудниками, управление отношениями с новыми кандидатами, поиск талантов, проведение обучения и многое другое. Например, уже 7 лет Yammer Inc. (служба корпоративных социальных сетей) используется как социальная сеть для приватного общения внутри организации [4].

Еще один известный пример, это использование LinkedIn и Facebook в Microsoft. Это предоставляет такие преимущества, как создание и укрепление связей. Однако соцсети также могут вызвать некоторую напряженность в отношении смешения личных и профессиональных связей, охвата организационных уровней, раскрытия конфиденциальной информации и прокрастинации на рабочем месте [1, с. 125].

Некоторые крупные компании, такие как IBM, разработали внутреннюю социальную сеть с целью позволить сотрудникам выходить за границы своего отдела, чтобы общаться с людьми из других подразделений по интересующим вопросам незамедлительно. Соцсети внутри компании могут помочь облегчить общение внутри организаций, преодолев существующие границы и барьеры, которые ограничивают свободный поток информации.

Отдельное место в ряду изменений занимает отбор персонала. Отбор персонала – это процесс, посредством которого организация ищет кандидатов на предлагаемую должность. Отбор относится к процессу, с помощью которого организация пытается идентифицировать кандидатов с необходимыми знаниями, навыками, способностями и другими характеристиками, которые помогут организации достичь своих целей. Источники найма могут быть внутренними (продвижение по службе, перевод на другую должность, ротация рабочих мест) или внешними (реклама, агентства по трудоустройству, рекрутеры, размещение в учебных заведениях, стажировки, профессиональные ассоциации, рекомендации, приемные и т.д.) [5].

В настоящее время, с появлением профессионально ориентированных социальных сетей, специалисты по персоналу могут искать квалифицированных кандидатов или даже объявить о новых вакансиях на веб-сайте. В Соединенных Штатах количество вербовщиков, использующих соцсети для поиска кандидатов, велико: около 92 процентов уже используют или планируют использовать социальные платформы при найме на работу.

Одна из основных особенностей заключается в том, что специалисты по персоналу могут визуализировать сетевые подключения кандидата, выявляя общих друзей. Основываясь на такой информации, можно попросить общего друга провести первый контакт между компанией и кандидатом или даже оценить технические и личные навыки кандидата.

Компании также используют общедоступные социальные сети для дополнения процесса отбора. Многие компании проверяют страницы Facebook, Twitter и Vkontakte в поисках характеристик, которые соответствуют требованиям или, наоборот, дискредитируют кандидата. Благодаря такому анализу можно наблюдать за поведением кандидата, его отношением к некоторым важным вопросам и уровнем культуры в виртуальной среде. Кроме того, сотрудники отдела кадров могут проверить политическое положение, социальный статус, религию и структуру семьи. Этот поиск помогает специалистам по кадрам составить представление о кандидатах, что экономит время на отбор персонала, снижает шансы найма не того сотрудника и значительно сокращает время, необходимое для поиска потенциальных новых сотрудников.

В этом смысле внутренняя социальная сеть компании также может выступать источником информации о кандидате, если речь идет о внутренних переводах и продвижении по службе.

Таким образом, появление социальных сетей принесло такие преимущества, как возможность визуализировать социальную жизнь кандидата и даже взаимодействовать с общими друзьями, что предоставляет больше аргументов для принятия решений о найме. Кроме того, возможность проверить профиль кандидатов на соц. платформах позволяет менеджерам по персоналу сравнивать то, что написано в резюме, и реальное поведение в виртуальной среде.

Однако наряду с положительными изменениями, социальные сети остро поставили вопрос конфиденциальности. Не секрет, что в настоящее время бурно обсуждается вопрос сбора данных в социальных сетях

и прочих интернет платформах. Например, В 2010 г. генеральный директор Google Эрик Шмидт хвастался тем, что Google так хорошо изучила наши привычки, что автоматически может определить, где мы находимся и что делаем [3, с. 140].

Как пишет в TechCrunch репортер Наташа Ломас, Facebook со своими «ужасными методами хищения данных» – такими, как сбор в 2013 г. информации о личных контактах 6 млн. своих пользователей или осуществленный в 2012 г. тайный эксперимент по воздействию на эмоции 689 000 пользователей, – превращается в «Борга цифрового мира» [6]. А основатель WikiLeaks Джулиан Ассанж, который сам неплохо разбирается в шпионаже, даже обвинил Facebook в том, что это «величайшая шпионская машина в истории человечества» [7].

Исходя из написанного, нетрудно заметить, что многие изменения в работе HR, связанные с социальными сетями, уже введены и активно используются за рубежом, однако в нашей стране эта практика пока не сильно развита. Но описанные примеры использования социальных платформ – это далеко не все нововведения, а лишь малая их часть. Многие изменения уже произошли, или все еще происходят в организациях.

Социальные сети следует использовать как дополнение к обычной работе HR-отдела компаний, так как социальные взаимодействия, которые происходят на этих платформах, позволяют сделать определенные выводы, которые могут сильно повлиять на конечное решение. Некоторые социальные сети также привели к необходимости разработки конкретной политики, которая поможет защитить личную неприкосновенность и конфиденциальную информацию пользователей.

Библиографический список

1. Герчикова Е.З. Развитие деятельности посреднических организаций на региональных рынках // И помнит мир спасенный: сборник научных трудов по итогам Международной научно-практической конференции: в 2-х томах. Отв. редактор Н.С. Яшин. 2015. С. 125–126.

2. Ефремова Н.А., Игнатова Г.В., Иноземцева В.В. Применение современных технологий при контроле самостоятельной работы студентов / Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2017. № 2 (66). С. 14–17.

3. Кин Э. Ничего личного: Как социальные сети, поисковые системы и спецслужбы используют наши персональные данные. М.: Альпина Пабли., 2016. 224 с.

4. Капранова О.В., Блинов В.Н. Мировые HR тренды 2020. *Gaudeamus Igitur*: электрон. научн. журн. № 4. 2016.

5. Yokoyama M. H. How social network sites (SNS) have changed the employer – employee relationship and what are the next challenges for human resource (HR)? / *REGE*. V. 23. Issue 1. January–March 2016.

6. Lomas N. Facebook’s Creepy Data-Grabbing Ways Make It the Borg of the Digital World. *TechCrunch*, June 24, 2013.

7. Booth R. Facebook Reveals News Feed Experiment to Control Emotions. *Guardian*, June 29, 2014.

SOCIAL NETWORKS IN HR WORKING

V.A. Zotkina

*Russia, Saratov Socio-Economic Institute (branch)
of Plekhanov Russian University of Economics*

Abstract. This paper describes the advantages of using social networks in the work of HR. Because social media is a huge inexhaustible source of personal information about employees, which is often exposed to the public. Focuses on such an important stage of the work of the HR Department, as the search for and hiring of staff.

Keywords: HR, work with personnel, social networks.

References

1. Gerchikova E. Z. Development of activities of intermediary organizations in regional markets // *And remembers the world saved: Collection of scientific works on the results of the International scientific-practical conference: in 2 volumes*. Responsible editor N. S. Yashin. 2015. P. 125–126.

2. Efremova N. Ah. Ignatova G. V., Inozemtseva V. V. Application of modern technologies at control of independent work of students // *Bulletin of Saratov state socio-economic University*. 2017. № 2 (66). P. 14–17.

3. Kin E. Nothing personal: How social networks, search engines and special services use our personal data. M.: Alpina Pub., 2016. 224 p.

4. Kapranova O.V., Blinov V.N. World HR Trends 2020. Gaudeamus Igitur electron. Scientific Journal, 2016, № 4.

5. Yokoyama M. H. How social network sites (SNS) have changed the employer – employee relationship and what are the next challenges for human resource (HR)? REGE. V.23. Issue 1, January-March 2016.

6. Lomas N. Facebook’s Creepy Data-Grabbing Ways Make It the Borg of the Digital World. TechCrunch, June 24, 2013.

7. Booth R. Facebook Reveals News Feed Experiment to Control Emotions. Guardian, June 29, 2014.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В РАБОТЕ HR¹

С.А. Ткаченко

Саратовский социально-экономический институт (филиал)

РЭУ имени Г.В. Плеханова

Аннотация. В статье автор приводит перечень ключевых шагов, которые необходимо сделать организации, чтобы правильно выстроить работу и достичь желаемых результатов по развитию и продвижению HR-бренда в социальных сетях.

Ключевые слова: Social Media Marketing, HR-бренд, контент, таргетированная реклама, блогер, паблик.

Работа над созданием, развитием и продвижением HR-бренда в социальных сетях – это деятельность на стыке HR, менеджмента, маркетинга (SMM –Social Media Marketing), копирайтинга, фотографии и графики.

Для разработки стратегии развития и продвижения HR-бренда в социальных сетях необходимо определить:

- каких целей организация хочет добиться от продвижения своих сообществ в Интернете;
- целевую аудиторию;

¹ Научный руководитель: доцент кафедры торгового дела, сервиса и гостинично-туристического бизнеса к.э.н., Г.В. Игнатова