

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПРОЦЕСІ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ В КРИЗОВИХ УМОВАХ

Лілія Валеріївна Джига

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-1402-086X>

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро

Олександр Петрович Крупський

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-1086-9274>

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро

Сучасні умови господарювання відзначаються високим рівнем конкуренції між учасниками бізнесу і стають дедалі складнішими з урахуванням економічних, політичних, трудових чинників. Наявність професійних кадрових ресурсів у відповідній кількості є важливим фактором, що впливає на рівень конкурентоспроможності підприємства [1]. З метою ефективного управління персоналом на підприємстві в умовах кризових явищ має бути створена команда професійних фахівців з персоналу, робота яких починається саме з підбору персоналу [8, 13].

В кадровій політиці кожного підприємства чи не найважливішу роль відіграє процес підбору персоналу. Основою підприємства є його персонал, адже саме завдяки йому здійснюються всі трудові процеси, з яких складається виробничий процес. Те, як людина адаптується до праці на новому робочому місці, та буде виконувати норми і правила, прийняті на підприємстві, залежить подальша ефективність її роботи [3].

Підбір персоналу – невід’ємна частина в системі управління персоналом, яка є потрібною кожній компанії та яка вимагає використання великої частки ресурсів підприємства – інформаційних, людських, фінансових. Та найголовніше, що вимагає процес підбору персоналу – це час. За недостатньо організованої процедури підбору персоналу менеджер з персоналу витрачає багато часу, у зв’язку з чим компанія втрачає гроші, які ідуть на пошуки достойного кандидата та кошти, які втрачаються внаслідок недоотримання прибутку, втрати клієнта, ресурсів тощо [4]. Тільки правильно підібрані працівники можуть якісно виконати свою роботу, тому організації процесу підбору персоналу слід надавати велике значення.

Через невизначеність внаслідок пандемія COVID-19, а потім початку війни в Україні, багато підприємств були вимушені або тимчасово припинити свою діяльність, або взагалі ліквідувалися. Ті, хто зміг відновити свою діяльність відмовилися значно скоротили свій

штат з метою скорочення витрат та уникнення збитків. Згодом підприємства, що знаходили потребу споживачів у своїх товарах чи послугах, відчули необхідність у кадрах через відновлення докризових показників діяльності [7]. Однак слід пам'ятати що пандемія COVID-19 «вплинула» на процес та якість навчання по всьому світу, і як наслідок роботодавці (рекрутери) змушені оцінювати знання, вміння, та навички претендентів на робоче місце, які не тільки мають молодий вік, але ще й навчались в умовах кризи [12, 14].

У роботодавців постало питання, як набирати працівників, коли люди відчувають загрозу; як відбирати працівників, коли через заходи фізичного дистанціювання з ними не можна зустрічатися віч-на-віч. За даних обставин у цих організацій не було іншого вибору, як орієнтувати свою практику на віртуальні методи підбору та відбору, що могло стати ще одним серйозним викликом для практиків управління людськими ресурсами, а також для претендентів на роботу [9].

Сучасну епоху характеризують як період загальної цифровізації, коли соціальні мережі є чи не єдиним легальним і недорогим способом отримання інформації про кандидатів. Процес підбору персоналу можливо полегшити, автоматизувати та пришвидшити через взаємодію з потенційними кандидатами на вакантну посаду за використання соціальних мереж. Соціальні мережі повинні використовуватися не тільки співробітниками відділу зв'язків з громадськістю, а і кадровими службами [11].

У кадровому менеджменті все ширшого застосування набуває соціальний рекрутинг. Під соціальним рекрутингом нині розуміють процес підбору персоналу за допомогою використання соціальних мереж з метою більш ефективного пошуку кандидатів на вакантні посади та взаємодії з ними.

Причини поширення тренду соціального рекрутингу:

- 1) невідповідність характеристик кандидата в резюме з реальною картиною;
- 2) бажання охопити більшу аудиторію кандидатів;
- 3) потреба у розширенні бази кандидатів;
- 4) високі витрати під час підбору персоналу за традиційними методами [5].

Климентова Т.А. зазначає, що соціальні мережі дуже корисні та ефективні в процесі підбору персоналу. Основна їх перевага полягає в тому, що менеджер з персоналу може встановити контакт як з тими кандидатами, які активно шукають роботу, так і хто вже має роботу, але дуже цікавий для компанії (хедхантинг). Використання соціальних мереж дозволяє залучати висококваліфікованих спеціалістів та створювати базу кандидатів на майбутнє. З інформації у соціальних

джерелах можна визначити, який психологічний профіль кандидата, яка саме людина стоїть за добре оформленим резюме і частково перевірити достовірність інформації з резюме [10].

Дослідження GlobalLogic інформує, що у 2022 р. в Україні зросла кількість користувачів соціальних мереж у порівнянні з 2021 р. Якщо у 2021 р. їх кількість становила 60%, то у липні 2022 р. вона зросла до 76,6%. Варто проаналізувати найбільш популярні соціальні мережі в Україні та які знає майже кожна людина у світі.

Такі соціальні мережі, як Facebook та Instagram були розроблені переважно для розваг. Сьогодні у Facebook зареєстровано близько 15,45 млн українських користувачів, а у Instagram – понад 16,1 млн. Розробка Facebook та Instagram відбувалась з акцентом на інтереси молодих людей, однак у теперішній час і зрілі, досвідчені люди приєднуються до них досить активно. Причина – бажання іти в ногу із часом та можливість реалізуватись за рахунок медіа. За рахунок даних соціальних мереж уже кілька останніх років підприємцям вдається просувати свій бізнес, створювати нові бренди та знаходити необхідних працівників.

Найбільш професійно спрямованою соціальною мережею є LinkedIn. В LinkedIn присутня зовсім інша аудиторія, більш професійна та кваліфікована, зайнята «нетворкінгом», підбором професійної інформації, встановлення необхідних ділових зв'язків. LinkedIn більш дорогий, ніж Facebook та Instagram, та призначений для тих, хто має серйозний намір просувати свою торгову марку, регулярно публікувати вакансії та розміщувати рекламу. Саме тому в даній соцмережі зареєстровано помітно менше українців – близько 4 млн (рис. 1) [2].

Twitter також займає певне місце серед соціальних мереж, де можливо здійснювати підбір персоналу та пошук роботи. Telegram – мережа для спілкування, яку багато людей знаходять зручною з точки зору створення комунікаційних груп, опитувальників, чат-ботів. Чат-боти – це програма, що здатна автоматично підбирати необхідні відповіді на запити користувачів, виконуючи ряд запрограмованих дій. Цей інструмент було першочергово створено для представників покоління Z, але легкість користування забезпечує його доступність для всіх. Представники цього покоління вже зараз починають виходити на ринок праці і своє повсякдення життя вони не уявляють без смартфонів. Тому наявність подібних додатків може допомогти їм у пошуку роботи [6].

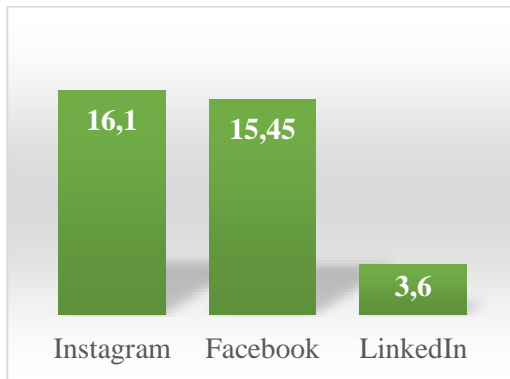


Рис. 1. Кількість користувачів соціальних мереж в Україні у 2022 р., млн осіб [2]

Пропонуємо виділити сильні сторони соціальних мереж у процесі підбору персоналу, серед яких:

1. Широкий доступ до кандидатів: Соціальні мережі надають можливість підбору персоналу з великого пулу потенційних кандидатів. Це дозволяє рекрутерам знаходити талановитих фахівців з різних галузей та легко взаємодіяти з ними.

2. Збір додаткової інформації: Соціальні мережі дозволяють отримати додаткову інформацію про кандидатів, яка не вказана в резюме або листі мотивації. Рекрутери можуть переглядати профілі соціальних мереж, щоб оцінити професійні навички, інтереси, репутацію та соціальну активність кандидата.

3. Покращення бренду роботодавця: Активна присутність роботодавця в соціальних мережах дозволяє створити позитивний імідж компанії та показати свої цінності та культуру. Це може привернути талановитих кандидатів, які бажають працювати в організації зі схожими цінностями.

4. Зв'язок зі спільнотою професіоналів: Соціальні мережі надають можливість зв'язатися зі спільнотами професіоналів, які спеціалізуються в певних галузях або сферах діяльності. Це дозволяє рекрутерам залучити та обговорити можливості зі спеціалістами, які можуть бути зацікавлені в новій роботі.

5. Зниження витрат на рекрутинг: Використання соціальних мереж може знизити витрати на рекрутинг, оскільки деякі платформи надають безкоштовні або недорогі інструменти для пошуку та залучення кандидатів. Це може економити кошти, які раніше були витрачені на традиційні методи пошуку працівників.

Поряд з сильними сторонами також місце мають слабкі сторони соціальних мереж у процесі підбору персоналу:

1. Непрофесійні профілі: На соціальних мережах можуть бути багато непрофесійних профілів, що ускладнює відбір кандидатів з потенційно великої кількості профілів.

2. Обмеження доступу до інформації: Не всі кандидати мають публічно доступні профілі або можуть використовувати певні соціальні мережі. Це може призвести до обмеження доступу до інформації про певних кандидатів та зменшення можливостей оцінки їх потенціалу.

3. Переповненість інформацією: Соціальні мережі можуть бути переповнені інформацією, що ускладнює знаходження потрібних даних про кандидатів та їх оцінку. Рекрутерам може бути складно розрізнити корисну інформацію від надмірної або неактуальної.

4. Недостовірна інформація: Інформація, розміщена на соціальних мережах, не завжди є достовірною. Кандидати можуть надавати неправдиву інформацію або представляти себе кращими, ніж є насправді. Це може ускладнити процес оцінки та прийняття рішення щодо підбору.

5. Приватність і конфіденційність: Використання соціальних мереж в процесі підбору персоналу може порушувати приватність кандидатів та конфіденційність їх особистої інформації. Рекрутери мають дотримуватися правил та етики використання особистих даних, але існує ризик, що ця інформація може використовуватися неправильно або попадати в несанкціоновані руки.

Враховуючи ці сильні та слабкі сторони, важливо бути обережним і збалансованим у використанні соціальних мереж в процесі підбору персоналу. Варто встановити чіткі критерії та методи оцінки кандидатів, використовувати додаткові джерела інформації для перевірки достовірності та сприяти збереженню конфіденційності та приватності кандидатів. Крім того, соціальні мережі слід використовувати як додатковий інструмент у процесі підбору, а не як єдиний джерело інформації, що допоможе збалансувати переваги та обмеження, які вони можуть мати.

Таким чином, можливо відзначити, що соціальні мережі є новим інструментом для підбору персоналу, що має широкий спектр можливостей. Крім особистої інформації, що, до речі, також має велике значення при відборі кандидатів, з'являється все більше професійних даних про людину. Організації активно просувають у соціальних мережах свої бренди, підвищують лояльність працівників до організації та розширюють базу кандидатів на вакантні посади.

COVID-19 та війна поставили перед менеджерами та фахівцями з управління персоналом великі виклики, але вони також відкрили

двері до можливостей, які варто знати та розуміти, які можуть допомогти організаціям спрямовувати свої майбутні дії. Це підштовхнуло організації до перегляду своїх стратегій управління персоналом і виходу за рамки традиційних моделей управління людськими ресурсами. Тому вже сьогодні слід позиціонувати нові інформаційні технології як важливого партнера для виживання та активно залучати їх у діяльність для забезпечення стійкості свого бізнесу.

Процес підбору персоналу є важливою складовою у системі управління персоналом. Сучасні умови вимагають від фахівців з управління персоналом сучасних рішень, які сьогодні можливо знайти у активному використанні соціальних мереж та інформацію, що вони містять. Більше того, сучасне молоде покоління «народжені з телефоном в руках», тому для залучення найбільш привабливих для організації кадрів слід залучати їх саме за допомогою соціальних мереж.

Посилання

1. Гриневич Л. В. Система прийняття рішень щодо подолання дисбалансу професійного розподілу людського капіталу продуктивних сил регіону. Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки. 2019. №3. С. 63-66. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vesnik/wp-content/uploads/2021/11/vknu-es-2019-n3-270.pdf#page=63>

2. Жила Н. Найпопулярніші соцмережі в Україні під час війни – дослідження GlobalLogic. Mezha: веб-сайт. 2022. URL: <https://mezha.media/2022/08/06/naypopuliarnishi-sotsmerezhi-v-ukraini-pid-chas-viyny-doslidzhennia-global-logic/amp/> (дата звернення: 16.05.2023)

3. Кириченко В. В., Крупский А. П. Особенности восприятия организационной культуры персоналом промышленного предприятия. Вісник Харківського університету. Серія «Психологія». 2004 № 617. С.55-60.

4. Кузьмін О.Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: навч. посіб. 2-ге вид. доп. і перер. О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. Львів: Національний університет «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід». 2006. 352 с.

5. Маккензі Л. 5 способів, як соціальні мережі можуть допомогти вам знайти потрібний талант. Ranktracker: веб-сайт. 2022. URL: <https://www.ranktracker.com/uk/blog/5-ways-social-media-can-help-you-find-the-right-talent/> (дата звернення: 16.05.2023)

6. Мутерко Г. М. Інноваційний метод пошуку персоналу. Підприємництво і торгівля. 2021. № 30. С. 48–52. <https://doi.org/10.36477/252-1256-2021-30-08>.

7. Проблеми на ринку праці в Україні у 2022. ДОПОМОГА Ukraine: веб-сайт. 2022. URL: <https://dopomoga.org.ua/blog/poisk-kandidatov/problemi-na-rinku-praczi-v-ukra%D1%97ni-u-2022/> (дата звернення: 12.04.2023)

8. Gunawan, C. I., Pudjiastuti, A. Q., & Yulita. Analysis of Human Resource Management in The Administration of Food Barns during the COVID-19 Pandemic in East Java, Indonesia. *European Journal of Management Issues*. 2022. Vol.30. №2. P. 75-82. <https://doi.org/10.15421/192207>.

9. Hamouche S. Human resource management and the COVID-19 crisis: Implications, challenges, opportunities, and future organizational directions. *Journal of Management & Organization*. 2021. P. 1-16. <https://doi.org/10.1017/jmo.2021.15>.

10. Klimentova, T. A. Recruitment in Social Networks. *HR-tv.ru*. 2018. URL: <https://hrtv.ru/articles/podbor-personala-v-sotssetjah.html> (дата звернення: 12.04.2023)

11. Краев V., Tikhonov A. Modern recruitment approaches in personnel selection. *Revista ESPACIOS*. 2020. Vol. 41. Issue 12. URL: <https://www.revistaespacios.com/a20v41n12/20411212.html> (дата звернення: 12.04.2023)

12. Nugroho I. et al. Higher education leadership and uncertainty during the COVID-19 pandemic. *Journal of Socioeconomics and Development*. 2021. Vol. 4. №. 1. P. 1-7. <https://doi.org/10.31328/jsed.v4i1.2274>.

13. Otoo, F. N. K. Examining the Influence of Human Resource Development Practices on Organizational Commitment of Small and Medium Scale Enterprises. *European Journal of Management Issues*. 2022. Vol.30. №4. P. 195-204. <https://doi.org/10.15421/192217>.

14. Zayed N. M. et al. An Investigation into the Effect of Knowledge Management on Employee Retention in the Telecom Sector. *Administrative Sciences*. 2022. Vol. 12. №. 4. P. 138. <https://doi.org/10.3390/admsci12040138>.