

Используется информация о соответствии выбранной стратегии, ее жизнеспособность (могут быть использованы данные стратегического анализа)

6. Выполнение стратегии и контроль

На этапе выполнения и контроля используется информация о результатах деятельности компании на рынке, которые стали следствием выполнения стратегии; о ходе и мероприятиях внутри компании, связанных с выполнением стратегии.[3]

Учитывая специфику стратегического планирования, данные об окружающей среде организации, которую руководители используют для принятия решений, следует разделить на внутреннюю и внешнюю. К внешней информации относится информация о всех участниках того или иного рынка, а также информация о непосредственном окружении организации.

Таким образом, информационное обеспечение стратегического управления и планирования в общем виде строится с использованием вышеизложенных показателей, которые и являются стратегической информацией.

ЛИТЕРАТУРА

1. Блинов А.О. Управление изменениями. – М.: Дашков и К, 2014. – 304 с.
2. Информационное обеспечение стратегического управления и планирования [Электронный ресурс] // 2015. URL: <http://www.strategplann.ru/strategic-planning/information-support-of-strategic-management-and-planning.html> (дата обращения: 16.03.2016)
3. Хангер Дж.Д. Основы стратегического менеджмента. –М.: Юнити-Дана, 2012. – 667 с.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Е.А. Ваняшина

(г. Томск, Томский политехнический университет)

SOCIAL NETWORKS AS AN INNOVATIVE TOOL OF PERSONNEL MANAGEMENT

E.A. Vanyashina

(Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

The question of use of social networks as the new tool of information technologies directed on the decision of some modern problems of management is considered in the article. In this article, social networks are considered as a tool for human capital management.

Key words: HR, Internet, social networks, personal, management

Жизнь современного человека сегодня уже трудно представить без Интернета. Число пользователей по всему миру стремительно растет. В настоящее время в мире насчитывается 3,2 миллиарда пользователей интернета в мире (всё население Земли составляет 7,2 миллиарда человек). Почти половина из них проживает в странах Азиатско-Тихоокеанского региона. Вместе с тем последние данные показывают, что рост использования интернета замедляется и в глобальном масштабе в 2015 году составил 6,9% (в 2014 году – 7,4%).

Топ - 10 стран по числу интернет - пользователей: Китай - 668 млн, Индия - 350 млн, США - 277 млн, Япония - 110 млн, Бразилия - 110 млн, Россия - 87,5 млн, Германия - 72 млн, Индонезия - 71 млн, Нигерия - 70 млн, Мексика - 59 млн [1].

Согласно данным исследования, интернетом в России пользуются 96% молодых людей в возрасте от 16 до 29 лет, годовой прирост пользователей всемирной сети в этой категории составил 6%. Среди населения в возрасте от 30 до 54 лет пользователи интернета составляют 79%, за год их число увеличилось на 23%, а годовой прирост аудитории интернета среди россиян в возрасте от 55 лет составил 46%, их доля составляет 25% в своей возрастной категории [4].

На что пользователи тратят свое время в Интернете? Они активно ищут информацию в основных поисковых системах («Яндекс», Google, Rambler), пользуются электронной почтой. Кроме того, россияне любят быть в курсе событий, читая новостные порталы. Мы часто интересуемся прогнозом погоды В ТОП-10 самых посещаемых сайтов Рунета социальные сети занимают 3 строчки.

Социальные сети – это феномен, который получил свое развитие на рубеже XX-XXI веков. На сегодняшний день они прочно закрепились в человеческом мировосприятии, что в свою очередь привело к появлению новейших моделей поведения общества и стратегий управления персоналом. Социальные сети прошли свой эволюционный путь, из обычного архива информации они превратились в инструмент рекрутинга, воздействия на бизнес-процессы, обучения сотрудников [3].

«ВКонтакте» по-прежнему остается лидером среди россиян и имеет 54,6 млн. активных пользователей. За «Вк» следуют «Одноклассники» с месячной аудиторией 40 млн. пользователей и «Мой Мир» — 25,1 млн. пользователей. Некогда популярные российские соц. сети «Одноклассники» и «Мой Мир» начинают сдавать позиции и теряют популярность. За год их пользовательские базы сократились на 1 млн. и 2,7 млн. пользователей соответственно. «Фейсбук» продолжает укрепляться, разместившись на третьем месте с 24,2 млн пользователей. За ним следуют «LiveJournal» — 16,6 млн., «Instagram» — 13,3 млн. и «Twitter» с 8,4 млн. пользователей [2].

Одна из последних появившихся возможностей социальных сетей – это поиск сотрудников. Этот процесс только начинает набирать обороты. Две главные причины, почему многие менеджеры до сих пор обходят стороной социальные сети в плане подбора персонала – это популярность специализированных сайтов для поиска вакансий и соискателей и категорический запрет в некоторых фирмах на использование ресурсов социальных сетей в каких бы то ни было рабочих целях

Конечно, социальные сети нельзя приравнять к специализированным ресурсам по подбору сотрудников. Но социальные сети могут дать вам то, чего не дадут указанные выше сайты. На специализированных сайтах вы можете увидеть резюме соискателя, в котором он, конечно, стремился показать себя с наилучшей стороны. В резюме, как правило, описывается преимущественно профессиональная деятельность соискателя (иногда указываются интересы и увлечения, но обычно довольно кратко).

Найдя страницу соискателя в социальных сетях, вы сможете почерпнуть информацию о нем не только как о работнике, но и как о человеке. Становится доступной информация о том, чем соискатель увлекается, где отдыхает, чем живет, к чему стремится, с кем общается. На основе этих данных можно понять, сможет ли влиться данный потенциальный работник в ваш коллектив и имеет ли шансы поладить с коллегами, что немаловажно.

Социальные сети предоставляют еще одну прекрасную возможность, в отличие от специализированных сайтов. Это поиск людей, которые в данный момент не ищут работу, но могут быть каким-либо образом полезны вашей компании. Это потенциальные партнеры или профессионалы своего дела. Вы можете найти их и наладить контакт на возможное будущее сотрудничество

Выделим основные социальные сети, которые можно использовать при поиске кандидатов [5]:

1. **Facebook.** Эта социальная сеть самая крупная в мире, и именно она лучше всего подходит для поиска сотрудников разных уровней, но в основном —

менеджеров среднего звена и линейных специалистов-руководителей. Какие бы жесткие требования к кандидату у вас не были, Facebook сможет предложить вам немало претендентов, которые будут идеально подходить на определенную должность. В этой социальной сети создаются профессиональные сообщества, которые по сути являются готовой базой для поиска сотрудника с определенными характеристиками.

Помимо обычного поиска можно использовать функцию Facebook Marketplace. Она позволяет разместить информацию об открывшейся вакансии, указав предъявляемые требования к кандидату. Еще одна крайне полезная функция Facebook — система Facebook Ad. Это рекламная платформа, с помощью которой вы также можете подать объявление о вакансии. Она имеет одно значительное преимущество над Facebook Marketplace: это возможность указать характеристики людей, которые вас интересуют в связи с данной вакансией (пол, возраст, образование и т.д.). В таком случае ваше рекламное объявление будет доступно для просмотра только аудитории с указанными характеристиками, что существенно сузит поток кандидатов и ускорит процесс нахождения нужного сотрудника.

Аудитория сети: 71% пользователей Facebook — это маркетологи и рекламщики, 67% — журналисты, 52% — работники гостиничного, ресторанного и туристического бизнеса.

2. **Twitter.** Twitter эффективно используется в целях рекламы многих товаров и услуг, почему же не рекламировать открытые вакансии тем же образом? Конечно, подробно расписать преимущества компании и требования к кандидату в Twitter не получится, так как размер сообщения ограничен (максимум 140 символов). Лучше всего завести корпоративный аккаунт вашей компании, чтобы было сразу понятно, от чьего имени дается объявление. Далее коротко указывайте сведения о вакансии, которые считаете самыми важными. Помимо названия самой должности (без этого никак), можно указать предполагаемый уровень заработной платы, перспективы карьерного роста и другие преимущества, описание которых не превышает 140 знаков.

Важный нюанс — использование хэштегов. С их помощью вы сможете дать возможность просматривать ваше сообщение людям, которые действительно ищут работу, а не просто «гуляют» по разным аккаунтам. Хэштеги фильтруют информацию, выдаваемую поиском.

Аудитория сети: В Twitter 35% зарегистрированных пользователей составляют журналисты, 33% — маркетологи и 27% — IT-специалисты.

3. **LinkedIn.** Профессиональная социальная сеть, которая наиболее удобна для поиска кандидатов и по своей структуре даже похожа на сайт о поиске работы. Люди, которые регистрируются в LinkedIn, настроены на профессиональное общение и обмен опытом, а также заинтересованы в новых предложениях работы и построения своей карьеры.

Также можно присоединиться к существующим профессиональным сообществам, где специалисты в определенной сфере общаются друг с другом на профессиональные темы. Даже прочитав комментарии в несколько обсуждениях, уже можно наметить подходящих кандидатов. Обращайте внимание на тех, кто квалифицированно отвечает на вопросы своих коллег и задает свои.

Аудитория сети: 21% маркетологов, 17% IT-специалистов и 13% топ-менеджеров предпочитают профессиональную сеть LinkedIn.

4. **Moikrug.ru** - Русский аналог LinkedIn, который позволяет искать людей по рекомендациям коллег из области управления персоналом или кадровых агентств. В настоящее время все больше и больше HR-специалистов иммигрируют с Moikrug на LinkedIn, это обусловлено большей популярностью данной сети и количеством кандидатов в ней.

Аудитория сети: В сети Moikrug.ru вы найдете HR-специалистов (57%), бухгалтеров (56%) и снабженцев (56%).

5. **Vkontakte.ru** в основном рассчитана на молодую аудиторию, и, если у вас открыты начальные позиции, вы с легкостью сможете найти множество специалистов. Главное — правильно работать с профильными группами и точно выделять целевую аудиторию[6].

Аудитория сети: Vkontakte.ru популярен среди студентов без опыта работы (87%), медицинских работников (85%), а также журналистов (83%).

6. **Odnoklassniki.ru** - на сегодняшний день наименее соответствует целям поиска персонала, может быть использована для привлечения удаленных сотрудников на работы, не требующей специальных знаний и навыков.

5 основных причин, для того чтобы завести собственную страницу в социальных сетях:

- это эффективный способ выстроить взаимоотношения с кандидатом, сформировав поле для дискуссии. Социальная сеть — это 2-сторонняя коммуникация. Именно здесь можно вступить в диалог. Кандидат может задать свои вопросы, запросить дополнительную информацию. Довольно часто людей перестает удовлетворять текущее место работы, но они боятся активно заниматься поиском работы в Интернете. Становясь их другом, вы выстраиваете доверительные отношения с такими людьми, где они чувствуют себя достаточно комфортно, чтобы дать вам знать о своем желании сменить работу. Если вам удастся создать по-настоящему близкие отношения, люди с готовностью будут рекомендовать вам и своих знакомых;

- с помощью социальной сети можно довольно просто найти подходящих кандидатов. Будьте уверены, в сетях есть ваши кандидаты. Это огромный источник информации и людей;

- используя социальную сеть для подбора персонала, ваша компания получает дополнительное преимущество, повышая узнаваемость HR-бренда компании и увеличивая желание других людей работать у вас. Уже сейчас многие компании регулярно публикуют информацию о себе, причем не только сугубо делового характера. Например, фотографии с интерьерами офиса, фоторепортажи с корпоративных мероприятий. Часто действующие сотрудники компании используют такие странички для общения. Так создается позитивный имидж компании — через неформальное общение;

- один из самых популярных способов поиска потенциальных кандидатов — это использование связей и рекомендаций. Когда вы начинаете рекрутмент в социальных сетях, вы расширяете свою личную сеть контактов и, таким образом, получаете доступ к большему числу потенциальных кандидатов;

- будущее сайтов по поиску работы и досок объявлений призрачно. Все большее число компаний обращают свое внимание на социальные сети для поиска новых сотрудников. По информации одного из последних обзоров, проведенных в США, 78 % HR-топ-менеджеров подтвердили, что используют для подбора социальные сети. Если вы не хотите отстать от современных тенденций рынка, то начните уже сегодня [7].

Социальные сети — это не только месседжер для общения, это мощный инструмент рекрутинга, который, по прогнозам экспертов ведущих кадровых агентств, к 2020 году будет занимать лидирующее место. Именно благодаря социальным сетям процесс рекрутинга станет проще, быстрее и дешевле, что обеспечит ему популярность среди большинства компаний.

ЛИТЕРАТУРА

1. Internet World Stats [Электронный ресурс] // URL: <http://www.internetworldstats.com/> (дата обращения 22.04.2016)

2. Вебер К.С., Пименова А.А. Сравнительный анализ социальных сетей // Вестник Тамбовского университета. Серия: Естественные и технические науки. – 2014. – Т. 19. – № 2. – С. 643-636

3. Дужникова А. С. Социальные сети: современные тенденции и типы пользования // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2012. – № 5. – С. 238-251

4. Интернет: цифры и факты [Электронный ресурс] // URL: <http://www.bizhit.ru/> (дата обращения 22.04.2016)

5. Как использовать социальные сети для подбора персонала [Электронный ресурс] // URL: <http://dengodel.com/management/219-kak-ispolzovat-socseti-dlya-podbor-personala.html> (дата обращения 22.04.2016)

6. Подбор персонала в ТОП-5 социальных сетей [Электронный ресурс] // URL: <http://professional.ru/Soobschestva/tsentr-razvitiya-karjery/podbor-personala-v-top-6-sotsialnyh-setej/> (дата обращения 22.04.2016)

7. Социальные сети в подборе персонала. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.experto24.ru/bisnes-i-upravlenie/socialnye-seti-v-podbore-personala.html> (дата обращения 22.04.2016)

ТЕХНОЛОГИЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПОКОЛЕНИЯ Y

А.А.Кочергина

(г. Томск, Томский политехнический университет)

THE STIMULATION TECHNOLOGY FOR GENERATION Y

A.A.Kochergina

(Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

This article describes the features of Generation Y, especially to foster this generation of workers in the Russian and foreign companies reveal how to work with Generation Y in the company "METRO Cash & Carry".

Ключевые слова на английском языке: The Y generation, stimulation, motivation to work, the technology needs

Разработка эффективных систем мотивации для нового поколения работников является одной из актуальных проблем работодателей по всему миру. К новому поколению в данном случае относятся дети, рожденных в период 1980–2000 гг. (в России 1984–2003 гг.) - «поколение Y». Для меня эта тема достаточно актуально, так как я сама родилась в этот период. Социологи считают, что ценности нашего поколения формировались в период глобальных политических и технологических изменений, которые сделали возможным общение в социальных сетях, обеспечили доступ к источникам информации по всему миру, по их мнению, «игреки» росли в обстановке абсолютной защищенности, в родительской заботе и уверенности в удовлетворении всех желаний.

Высокая скорость общественных и технологических изменений сформировала у поколения Y ориентацию на необходимость «жить здесь и сейчас», более подробные отличительные черты нашего поколения представлены ниже. Стоит понимать, что в связи с этим, системы стимулирования предыдущего поколения оказываются неэффективными в работе с «игреками». Компания PwC, столкнувшись с проблемой отсутствия у молодых работников (1986–1995 гг. рождения) интереса к напряженной работе инициировала исследование различных поколений работников по всему миру.