

Използване на социалните медии в процеса на наемане на служители в организацията

Автор: Татяна Кичева

Use of social media in the hiring process of employees in the organization

Author: Tatyana Kicheva

Резюме:

Процесите на набиране и подбор на персонал се промениха значително с появата на социалните мрежи, с глобализацията на труда и повишената мобилност на таланти. Има твърде много канали за набор на потенциални кандидати и твърде много кандидати. Технологиите промениха начина, по който работодателите гледат на потенциалните служители. Напоследък все по често се коментира въпросът "за" или "против" правенето на подбор и търсенето на кандидати в социалните мрежи. Целта на този доклад е да изследва социалните мрежи като метод за наемане на работници и служители в организацията.

Ключови думи: социални медии; набиране чрез социалните мрежи; подбор

Abstract: *The processes of recruitment and selection of staff has changed significantly with the appearance of social networks, globalization and increased labor mobility of talents. There are too many channels for a recruitment of potential candidates and too many candidates. Technology has changed the way employers look at potential employees. Lately the question is "for" or "against" making the search and selection of candidates in social networks. The aim of this report is to research the social networks as a method of hiring employees in organizations.*

Keywords: social networks; social recruiting; selection

JEL: M12

1. ПОСТАНОВКА НА ПРОБЛЕМА

Съвременните технологии се развиват толкова бързо, че да остане човек в крак с всички новости е предизвикателство. Социалните медии станаха глобален феномен в последните няколко години. Появата на интернет – базираните социални медии направи възможна комуникацията на един човек с голям брой други хора. Социална медия като Facebook е среда за общуване с приятели, качване на снимки и се третира като неформален начин за социално взаимодействие. В допълнение, социалните сайтове като LinkedIn започват да придобиват голяма роля в бизнеса и наемането на нови таланти и все повече сред HR специалистите се дебатират ползата от социалната мрежа за наемането на хора.

С напредването на WEB 2.0 технологията и особено популярността на социалната мрежа, работодателите променят начините си за наемане на нови хора. Социалната мрежа се разглежда като средство за намаляване на разходите за наемане на нови хора и изграждане на двупосочна комуникация между потенциален работник и работодател.¹

Набирането на персонал чрез използването на т.нар. социални канали все още до голяма степен се възприема като поредната еуфория на пазара. Въпреки това, според британското електронно издание HRmagazine, значимостта им за HR индустрията расте.² Все по-често работодатели използват социалните си контакти за намирането на подходящи кандидати за работа. Новото в ролята на специалистите по подбор е, че те не водят еднопосочна комуникация с кандидатите си. Няма го вече познатото "ние ще Ви се обадим"! В социалните мрежи диалогът е постоянен и бърз. Който не отговаря навреме, бива забравен или пък забавянето му се коментира.

Широко разпространената среда на интернет играе голяма роля в оформянето на сегашното състояние на наемането на нови работници и поради тази причина е много по – лесно да наемеш кандидати, използвайки социалната мрежа. Има силна връзка между качеството на интернет сайтовете и ефективното наемане. Колкото по – високо е качеството на информацията, толкова повече потребители ще има и следователно голямо разнообразие от кандидати. В допълнение, навигационните системи в интернет сайтовете помагат за по – лесното намиране на информация за кандидатите и им позволяват да маневрират бързо и лесно по страниците с кандидати. Друго качество на интернет сайтовете е тяхната популярност. Високата популярност означава, че повече хора използват този сайт и това увеличава шанса да се намери подходящия кандидат.³

¹ Drum, K 2010, *Using social media to attract & engage passive candidates*, viewed 12 April 2013, <<http://www.ere.net/webinars/using-social-media-to-attract-engage-passivecandidates/>>.

² Иванова, М. (2013), Седем инструмента за подбор, от които имате нужда, http://www.capital.bg/biznes/vunshni_analizi/2013/06/25/2089921_sedem_instrumenta_za_podbor_ot_koito_imate_nujda/

³ Rahman, N., Arora, J., I. Kularante, (2014), Employers' perceptions of using social media for recruitment, *Asia Pacific Journal of Business and Management*, 2014, Volume 5(1), 1-12

2. Причини за използването на социалните медии за набиране и подбор

Основните причини, които се изтъкват за все по-активното използване на социалните мрежи, са :⁴

- това е много евтин начин да се намерят подходящите кандидати;
- така се намират най-подходящите за работата хора;
- така се откриват и пасивните кандидати, които не посещават сайтовете с обяви за работа- кандидати за работа, до които иначе не бихме успели да достигнем.

Повече от половината организации не разполагат с достатъчно HR ресурс, за да достигнат до подходящите кадри за съответната позиция.⁵ Професионалните контакти в интернет правят откриването им по-лесно. Работодатели ги намират като следят кой преглежда дейността им в социалните медии. Тези кадри често работят за конкуренцията и се осведомяват какво върши тя. Следени са също и чрез споделяната от тях информация, а също и чрез обновяването на профилите им.

Освен за активно търсене на пасивни служители, работодателите ползват социалните мрежи и за събиране на допълнителна информация за активни кандидати. Близо половината от работодателите винаги проверяват профилите на кандидатите в социалните мрежи, а една четвърт – при необходимост.⁶

3. Преимущества от използването на социалните медии за подбор на служители

Социалните мрежи могат да покажат много повече от формалното представяне на един кандидат. Неизменна част от проучването на кандидата е проверка на имиджа му в мрежите. Начинът, по който се представя даден човек в социалните мрежи, се превръща в задължително умение.

Друго преимущество на подбора в социалните медии, което работодателите могат да оценят, е бързината. В случая не става въпрос само за бързината, с която се разпространява информацията и с която можеш да достигнеш до максимален брой кандидати. Важна е и скоростта, с която специалистът по подбор може да си върши работата.⁷

Когато се търси нов талант, ако работодателите или агенциите пропуснат сайтовете, които имат голям интерес и взаимодействие, те могат да пропуснат някои потенциални кандидати, които са много активни в използването на тези сайтове. Също така агенциите за подбор на персона използват социалната мрежа за търсене

⁴ Рам, М. (2009), LinkedIn – любима платформа на работодателите, <http://www.novarabota.com/2009/07/16/linkedin-employers-favorite-platform/>

⁵ <http://www.1stonlinesolutions.bg/blog/linkedin-facebook-v-protsesa-na-podbor/>

⁶ <http://kariera20.com/lichen-branding/social-recruiting-infographic/>

⁷ Клисарска, М., (2012), Social Recruiting, или новите роли на специалистите по подбор, http://www.capital.bg/biznes/vunshni_analizi/2012/04/04/1801900_social_recruiting_ili_novite_rol_i_na_speci_alistite_po/

на проспериращи кандидати за ръководни длъжности. Например, с използването на LinkedIn търсещите персонал могат да попитат дали познават някого от техните връзки, който може да бъде подходящ за позицията. Това позволява на работодателите да извлекат повече ползи от широко обхватната мрежа. В допълнение, това позволява да се разбере повече за писмения стил на кандидатите, поведението им и отношението им.⁸

На практика социалните медии се използват не само за проверка на профилите на кандидатите, но и за публикуване и разпространяване на обяви. Причината е, че чрез тях те могат да достигнат до повече потенциални служители, както и да рекламират или просто да представят компанията си.⁹

4. Най-често използваните за набиране на кандидати социални медии

Социалните мрежи значително промениха начина, по който компаниите в световен мащаб наемат персонал. В зависимост от търсените специалисти, могат да се използват различни социални мрежи.

Най-често сайтовете и платформите, които работодателите проверяват, са LinkedIn, Facebook, Twitter, Google+, Viadeo, Xing и BranchOut. По принцип каналът, който се използва най-често от експертите по подбор на служители, е LinkedIn. В зависимост от позицията обаче се проверяват и останалите. В България приложими са по-скоро първите три, като тежестта е в посочената последователност.¹⁰

Пропорционално на възходящите тенденции за възстановяването на икономиката, социалните мрежи се превръщат във водещ инструмент за набиране на информация и работни кадри от страна на работодателите, според проучване на интернет платформата за набиране на персонал Jobvite, проведено през 2010г. , 83% от анкетираните използват или планират да използват социалните мрежи за наемането на персонал през 2010г. Бизнес социалната мрежа LinkedIn е лидер в класацията, предпочетен от 78% от работодателите, Facebook – 55% и Twitter -45%, MySpace е загубил почти безвъзвратно позициите с едва 5%.¹¹

⁸ Brown, NJ & Swain, A 2012, *The professional recruiter's handbook: Delivering excellence in recruitment practice*, 2nd edn, Kogan Page Limited, Walnut Street, Philadelphia, USA

⁹ Каменов, К.(2013) Професионално "шпиониране", http://www.karieri.bg/karieren_klub/suveti/2171089_profesionalno_shpionirane/

¹⁰ Каменов, К.(2013) Професионално "шпиониране", http://www.karieri.bg/karieren_klub/suveti/2171089_profesionalno_shpionirane/

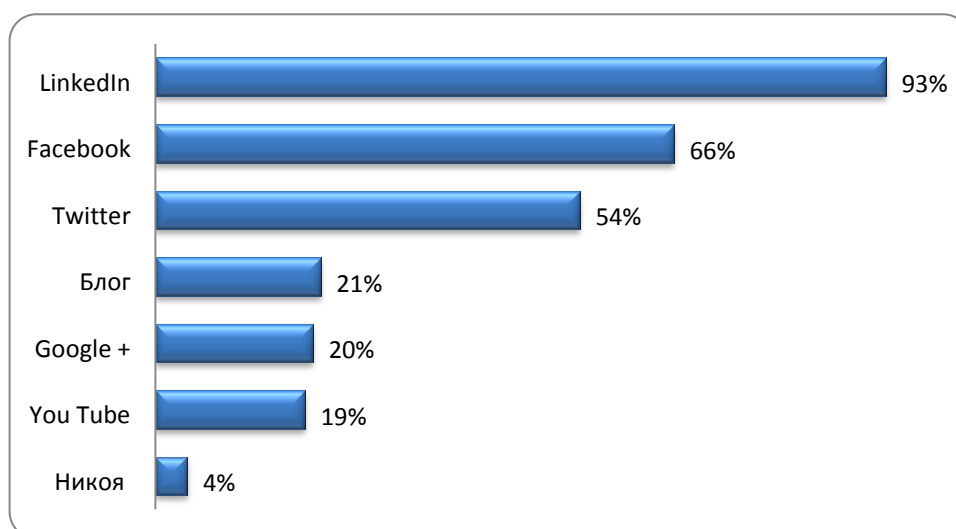
¹¹ Иванов, М, (2010), Проучване: Ролята на социалните мрежи при наемането на служители, <http://newtrend.bg/social-media/sotsialnite-mrezhi-stavat-vse-po-vazhni-pri-nabiraneto-na-personal>

Фиг.1: Най-често използваните социални медии от работодателите
(Източник: адаптирано по Jobvite Social Recruiting Survey 2010)



Само две години по-късно (2012) данните от годишното проучване на същата компания (Jobvite) показват много по-различни стойности: 92% от работодателите в САЩ използват социалните медии за набиране на служители. От тях, 93% ползват LinkedIn, 66% – Facebook, а 54% – Twitter. (виж фиг.2) В България, над 1600 HR служители са регистрирани в LinkedIn и мнозина от тях активно използват мрежата в работата си. През 2012 г. 73% от работодателите в САЩ са наели служители, намерени в социалните мрежи. Нещо повече, в процеса на набиране на служители 71% от работодателите ползват социалните медии активно, много активно или изключително.¹²

Фиг.2: : Най-често използваните социални медии от работодателите
(Източник: адаптирано по Jobvite Social Recruiting Survey 2012)¹³



¹² <http://kariera20.com/lichen-branding/social-recruiting-infographic/>

¹³ <http://kariera20.com/lichen-branding/social-recruiting-infographic/>

Бизнесът ползва социалните медии много по-сериозно, отколкото мнозина си представят. Набирането на кадри чрез тях (Social Recruiting) отдавна не е изключение, а правило.

Проучване на **Адеко** за 2015 година за тенденциите в работната среда предоставя ключови открития в областта на набирането на персонал и бъдещето на работното място. Над **31,000** лица, търсещи работа и повече от **4,100** специалисти по подбор на кадри от 26 страни, взеха участие в проучването на **Адеко**, споделяйки опит и полезни практики при търсенето и намирането на работа в социалните мрежи. Анализиранияте данни дават сведения относно използването на социалните медии за професионални цели и ефективността им за намиране на подходящите кандидати.

Сред социалните мрежи, LinkedIn остава най-разпространената платформа за професионални цели както за работодатели (61%), така и за хора, търсещи работа (34%). **За България, процентът на търсещите работа в LinkedIn е 39 %**. Facebook е най-често използваната мрежа за социални дейности и изграждане на личен бранд, като **над 84% от изследваните българи използват социалната мрежа за лични цели.**¹⁴

Според други изследвания, публикувани в сайта www.searchenginejournal.com, 80% от компаниите в САЩ използват социалните мрежи за подбор, а от тях 95% използват LinkedIn. 84% от компаниите, включени в класацията Fortune Global 100, използват поне една от социалните платформи, сочи проучване на Burson-Marsteller от 2011 г. 84% от търсещите работа имат Facebook профил, а 48% от тях са търсили работа или информация за работодател чрез тази мрежа. 72% от всички интернет потребители в момента използват социалните мрежи (по данни на www.jeffbullas.com).¹⁵

Изследване на консултантската компания Coleman Parks Research, проведено за DLA Piper през 2011 г, базирано на 250 онлайн интервюта с висши ръководители (включително от HR и правните отдели) и още 100 интервюта по електронен път със служители в компании с годишни приходи над 30 млн. паунда, констатира следните тенденции:¹⁶

- LinkedIn се превръща в голям канал за маркетинг и “лов на глави” и бизнесът трябва да може да защитава корпоративната информация на сайта, за да предотврати ползването ѝ от служители, които вече не работят в компанията
- Информацията, която се държи във вътрешни бази данни, като например списъци с контакти в Outlook, обикновено принадлежи на работодателя, но как това стои правно с контактите в LinkedIn, тепърва предстои да се изяснява
- Препоръките в LinkedIn могат да дават ценна “разузнаваческа” информация за служителите на конкурентни компании – усиленото получаване на препоръки в

¹⁴ www.adecco.com/worktrends

¹⁵ Георгиева, Б., (2015), Социалните мрежи – нов начин за работа в ЧР , <https://www.linkedin.com/pulse/>

¹⁶ <http://linkedin.azcheta.com>

- даден момент може да бъде сигнал, че служителят си търси работа и му е важно да получи много и достоверни доказателства за своя професионализъм
- Социалните медии са удобна среда за привличане на кандидати за работа и сайтове като LinkedIn са се превърнали в удобен инструмент за набиране на служители.

Заклучение

Във време, когато икономиката се възстановява, компаниите търсят най-ефективните и рентабилни начини за откриването и наемането на нови таланти. Набирането на служители чрез социалните мрежи ще се превърне в основен канал за наемането на кадри от работодателите, защото компаниите разбират, че чрез социалните мрежи могат да намерят най-добрият служител, без да е необходимо да инвестират в това.

От друга страна кандидатите срещат трудности да бъдат забелязани от специалистите по подбор на персонал, особено тези с по-малък професионален опит. Нарастващият брой на социални мрежи и други онлайн ресурси, които специалистите по подбор на персонал трябва да следят, може да създаде трудности в работния процес.

Компания, която внимателно използва социалните медии, може да ги експлоатира като актив и силно преимущество в области като: управление и намиране на таланти, увеличаване на ангажираността на служителите, администрация, колаборация и подобряване на публичния си образ.

References:

1. Георгиева, Б., (2015), Социалните мрежи – нов начин за работа в ЧР, [online], <https://www.linkedin.com/pulse/>, [посетен на 20.08.2015]
2. Иванов, М., (2010), Проучване: Ролята на социалните мрежи при наемането на служители, [online], <http://newtrend.bg/social-media/sotsialnite-mrezhi-stavat-vse-po-vazhni-pri-nabirane-to-na-personal>, [посетен на 15.07.2015]
3. Иванова, М. (2013), Седем инструмента за подбор, от които имате нужда, [online], http://www.capital.bg/biznes/vunshni_analizi/2013/06/25/2089921_sedem_instrumenta_za_podbor_ot_koito_imate_nujda/, [посетен на 08.06.2015]
4. Каменов, К. (2013) Професионално "шпиониране", [online], http://www.karieri.bg/karieren_klub/suveti/2171089_profesionalno_shpionirane/, [посетен на 08.06.2015]
5. Клисарска, М., (2012), Social Recruiting, или новите роли на специалистите по подбор,

[online], http://www.capital.bg/biznes/vunshni_analizi/2012/04/04/1801900_social_recruiting_ili_novite_rol_i_na_specialistite_po/, [посетен на 08.06.2015]

6. Рам, М. (2009), LinkedIn – любима платформа на работодателите, [online], <http://www.nova-rabota.com/2009/07/16/linkedin-employers-favorite-platform/>, [посетен на 08.06.2015]

7. Brown, NJ & Swain, A 2012, The professional recruiter's handbook: Delivering excellence in recruitment practice, 2nd edn, Kogan Page Limited, Walnut Street, Philadelphia, USA,
[online], <http://common.books24x7.com.ezproxy.usq.edu.au/toc.aspx?bookid=49073>,
[Accessed June, 25th, 2014]

8. Drum, K 2010, Using social media to attract & engage passive candidates, [online], <http://www.ere.net/webinars/using-social-media-to-attract-engage-passivecandidates/>, [Accessed April, 14th, 2015]

9. Rahman, N., Arora, J. & I. Kularatne, (2014) Employers' perceptions of using social media for recruitment, Asia Pacific Journal of Business and Management, Volume 5(1), 1-12

10. <http://www.1stonlinesolutions.bg/blog/linkedin-facebook-v-protsesa-na-podbor/>

11. <http://kariera20.com/lichen-branding/social-recruiting-infographic/>

12. www.adecco.com/worktrends

13. <http://linkedin.azcheta.com>