

Таковы некоторые рекомендации, направленные на совершенствование деятельности ООО «М.Видео». Их реализация, по нашему мнению, будет способствовать повышению эффективности комплекса маркетинга.

#### Список литературы

1. Кушнир И. В. Маркетинг: самое главное. М. : Феликс, 2013. 546 с.
2. Лукина А. В. Маркетинг : учеб. пособие. М. : ИНФРА-М, 2015. 224 с.
3. Официальный сайт ООО «М.ВИДЕО». URL: <http://invest.mvideo.ru/>

УДК 331.108.26

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ИТ-ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ КАПИТАЛОМ ФИРМЫ

*Р. Г. Максимова, Л. П. Гвоздарева*

*Астраханский государственный  
архитектурно-строительный университет (Россия)*

Возможности повышения эффективности фирм зависят от внедрения и применения облачных и ИТ-технологий, мобильных приложений и социальных сетей в процессах управления человеческим капиталом.

**Ключевые слова:** *человеческий капитал, управление человеческим капиталом, ИТ-технологии, социальные сети, облачные технологии.*

Opportunities for improving the efficiency of firms depend on the implementation and application of cloud and IT technologies, mobile applications and social networks in human capital management processes.

**Keywords:** *human capital, human capital management, IT-technologies, social networks, cloud computing.*

В современном обществе каждый человек пропускает через себя большой поток информации, вынужден приобретать все больше знаний, постоянно пополняя свой интеллектуальный капитал. Ни для кого не секрет, что важную роль в этих процессах играют социальные сети, которые приобрели массовый характер и стали не просто частью развлекательной культуры, но и оптимальным креативным инструментом для достижения различных целей.

Социальные сети можно назвать относительно новым набором информационных технологий, играющих важную роль в повышении эффективности бизнеса на сегодняшний день.

Сейчас многие организационные процессы внутри компании и внешние ее связи налажены с помощью социальных медиа. Это и доступная среда для работодателей и база трудовых ресурсов, предоставляющие полезную информацию друг другу, это и корпоративный стиль предприятия, и построение коммуникаций внутри рабочего коллектива.

В России достаточно популярными и всеохватывающими социальными сетями являются – «ВКонтакте», Instagram, Facebook, Twitter, «Одноклассники» и другие. В основной своей части для рекрутинга чаще всего используют такие сети, как Habrahabr.ru, LinkedIn.com, Moikrug.ru, Professional.ru.

Если взять во внимание большие объемы личных данных о сотрудниках и потенциальных кандидатах, сведения для расчета заработной платы, штатное расписание и другую информацию, на основе которой строятся процессы управления персоналом, то можно с уверенностью сказать, что сейчас с помощью социальных сетей кадровые службы предприятий различных форм собственности и масштабов могут решать огромный круг задач и тем самым автоматизировать свою работу. В этом и состоит конкретная выгода и инновационность различных облачных решений для управленческих процессов на предприятии.

Это можно проследить, если поэтапно анализировать процесс подбора персонала при помощи облачного решения. Кандидат создает резюме на предложенную вакансию, в то время как менеджер организации создает и согласовывает заявку на подбор сотрудников, привязывает новую вакансию к организационной структуре и проводит аналитику. В дальнейшем выстраивается полное взаимодействие кандидата и организации по трудоустройству. В процессе работы с облачными решениями развиваются HR-навыки самих менеджеров и руководителей организации. Кроме того, упрощается формирование отчетности, поскольку кадровые службы могут прослеживать изменения тенденций на форумах социальных сетей, предоставляющих ценную информацию для фиксирования результатов проделанной работы каждым сотрудником и деятельности компании в целом.

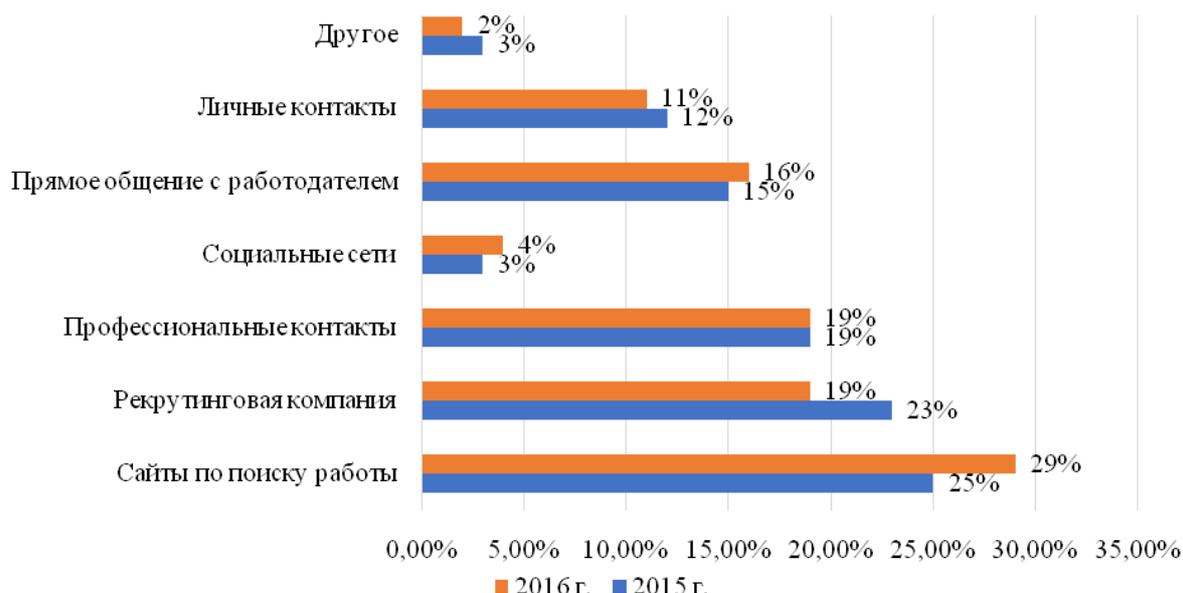


Рис. 1. Результаты опроса по определению наиболее популярного способа поиска работы [1]

Что касается соискателей, то и для них структура социальных медиа приобретает все большую значимость. Ведь она построена таким образом, что каждый человек, используя инструменты сетей, может создать свой внутренний портрет, забив несколько основных сведений о себе, и базовую информацию для резюме.

Так, по данным ежегодного исследования блога «Хабрахабр», которое проводилось посредством онлайн-опроса около 6 тыс. сотрудников компаний разных регионов России, можно выявить популярность тех или иных способов поиска места работы (рис. 1).

Как видно из рисунка, сайты по поиску работы имеют наибольшую популярность среди прочих способов, причем мы можем наблюдать тенденции роста в их использовании в 2016 г. по сравнению с 2015 г. Следующие лидирующие позиции заняли профессиональные контакты и прямое общение с работодателем, что свидетельствует о том, что личное и прямое общение по-прежнему имеет большое значение при устройстве на работу. На 2016 г. работу через социальные сети находят только 4 % опрошенных, однако, этот показатель также растет [2].

Отвечая на вакансии с набором определенных требований от работодателей, размещенные также в социальных медиа, соискатели дают обратную связь на данные предложения. В свою очередь работодатель может моментально получить первичную информацию и провести онлайн оценку кандидатов.

Проверяете ли Вы странички кандидатов в соцсетях перед приемом на работу?

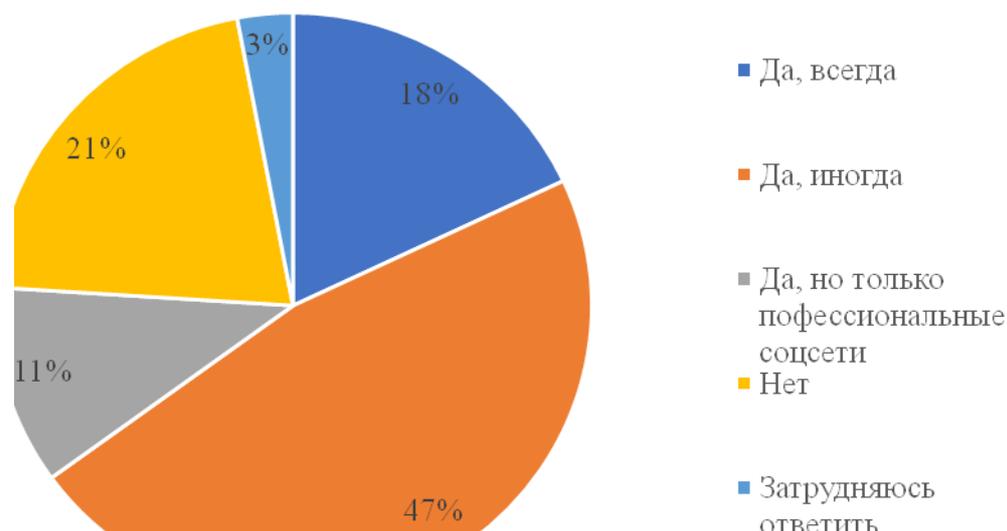


Рис. 2. Результаты опроса на тему «Социальные сети как дополнительный источник сведений о кандидате» [4]

Онлайн-опрос блога «Хабрахабр», проводившийся в феврале 2016 г., показал, что соцсети являются дополнительным источником информации о кандидате (рис. 2). Работодателям был задан вопрос, проверяют ли она странички в социальных сетях кандидатов при приеме на работу. По данным исследования можно увидеть, что 11 % работодателей придают значение лишь профессиональным соцсетям, таким как LinkedIn. Но большая часть опрошенных все-таки просматривают профили кандидатов, с целью сбора дополнительных сведений о человеке для принятия окончательного решения.

Соответственно благодаря оптимизации управленческих процессов и сокращению времени и затрат на выполнение типичных операций, что обеспечивается использованием социальных медиа, руководители предприятий стали понимать и признавать значение таких инновационных тенденций. Логичным следствием этого является стремление организаций иметь профайл, страничку в популярных социальных сетях, с целью продвижения своего HR-бренда.

Конечно, такое продвижение требует отдельного внимания приложения немалых усилий от HR-менеджеров компании, которые должны развивать такие компетенции, как навыки организационного дизайна, вовлечение талантов и их развитие, навыки регламентирования основных организационных процессов, построение эффективной вертикали власти.

Таким образом, преимущество социальных сетей при поиске и подборе персонала неоспоримо, поскольку они доступны, охватывают большую аудиторию с большим объемом постоянно изменяющихся данных.

Другими преимуществами использования социальных медиа в работе с трудовыми ресурсами являются:

- возможность электронного обучения персонала;
- интеграция с крупными профессиональными сайтами по поиску работы и популярными страничками в сетях;
- использование сотрудниками единого портала для получения и обмена информацией;
- настройка встроенных поисковых систем;
- удаленность доступа для управления и контроля фрилансерами и внештатными сотрудниками.

Большая часть компаний активно внедряет и использует мобильные HR-технологии, основанные на облачных и социальных web-приложениях. Но в целом организации разных масштабов и форм собственности на данный момент находятся на разных уровнях использования облачных технологий и их обширных функций и возможностей. Компанией Right Scale был проведен опрос различных организаций, по результатам которого выяснилось, что большая часть опрошенных компаний планирует внедрение и использование облачных технологий разных видов в своей деятельности,

что свидетельствует о признании ими необходимости в проведении подобной модернизации (рис. 3).

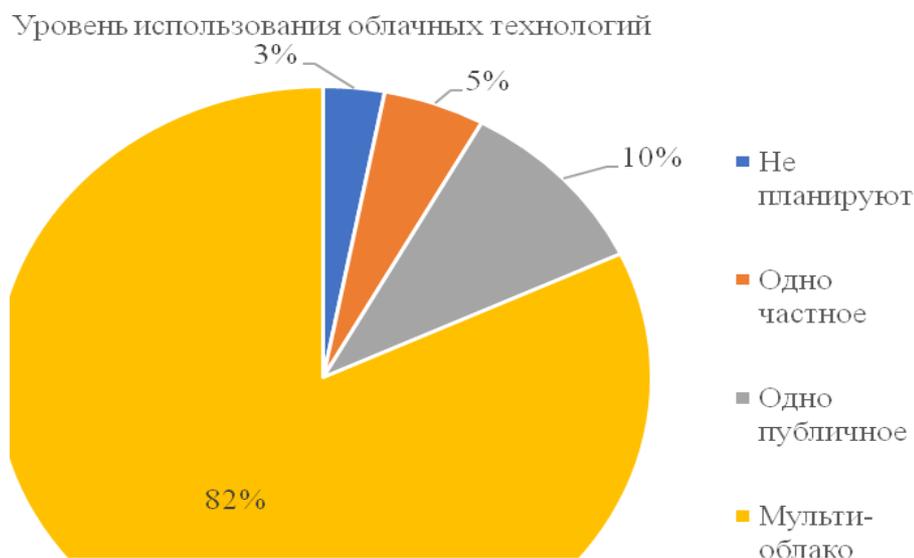


Рис. 3. Результаты опроса об использовании «облачных» технологий в компаниях [3]

Таким образом, изученные аспекты применения социальных сетей в управлении человеческими активами, позволяют убедиться в том, что организации, которые внедрили данные инновационные технологии и постоянно совершенствуют их, выигрывают в конкурентной борьбе за привлекательность для потенциальных сотрудников и имеют возможность поддерживать имидж компании. Соответственно, предприятия, не использующие такие инновации или не уделяющие им должного внимания, остаются на низком уровне эффективности, поэтому должны признать их значение и сделать данное направление развития компании приоритетным.

#### Список литературы

1. Голованова Е. Н. Инвестиции в человеческий капитал предприятия. М. : Инфра-М, 2011. 88 с.
2. Кафидов В. В. Стимулирование потребности предпринимателей в развитии человеческого капитала. М. : Изд. дом «Дело» РАНХиГС, 2015. 192 с.
3. Валиевский Р. С., Страмоусова С. А. Анализ использования «облачных технологий» для компаний и конечных пользователей // Молодой ученый. 2016. № 9. С. 6–9.
4. Коллективный блог «Хабрахабр». URL: <https://habrahabr.ru/>