

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ

Івченко Є.І., Шимановська-Діаніч Л.М.

Проведено аналіз сучасного стану і тенденцій розвитку соціальних мереж в країні. Визначено рівень відвідування соціальних мереж користувачами в Україні. Запропоновано методологічні підходи до використання соціальних мереж в управлінні людським потенціалом українських підприємств.

Орієнтація економіки України на ринкові механізми вимагає відповідного вдосконалення управління підприємствами на основі сучасних досягнень економічної науки та теорії управління. Вважаючи підприємства домінантою розвитку національної економіки, можна стверджувати, що розробка сучасних стратегій та технологій розвитку підприємств на основі впровадження та використання нових інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) є доцільною і своєчасною. Метою дослідження є вдосконалення управління людським потенціалом підприємств за рахунок впровадження та використання нових ІКТ, щоб забезпечити стабільний розвиток підприємств різних галузей України з відповідним постійним економічним зростанням і забезпеченням соціальної складової економічної політики.

Розглядаючи сучасний стан ІКТ та перспективи їх розвитку, не можна не згадати сьогодні про такий сервіс інтернет-технологій, який розвивається найбільш динамічно – соціальні мережі або так звані інтернет-суспільства, що об'єднують людей за різними інтересами. Останнім часом соціальні мережі отримують все більшу популярність у світі. В Україні також активно розвивається інфраструктура соціальних мереж, у якій вже спілкується більшість українських користувачів Інтернет. Іноді соціальні мережі називають по-різному: соціальні сайти, «соціалки», суспільства, соціальні портали, соцмережі тощо. Але, сутність у них єдина – об'єднання людей за інтересами або спільному минулому. У [1] представлено один з можливих каталогів сайтів соціальних мереж та історію їх виникнення. Інший тематичний каталог соціальних мереж запропоновано в [2]. Кількість потенціальних користувачів соціальних мереж і доступних онлайн-ресурсів у світі та в Україні наведено в [3-6]. Дослідження щодо відвідувань користувачами соціальних мереж проведено в [7-9]. Рейтинги соціальних мереж

визначено в [10,11]. Дані щодо відвідувань соціальних мереж працівниками підприємств у робочий час представлено в [12-14]. Пропозиції щодо використання соціальних мереж для розвитку підприємств наведено в [15,16]. Використання соціальних мереж працівниками українських підприємств у робочий час може бути, на наш погляд, задіяно для вдосконалення управління людським потенціалом підприємств.

Таким чином, завданням статті є проведення аналізу сучасного стану і тенденцій розвитку соціальних мереж в Україні, визначення рівня відвідування соціальних мереж українськими користувачами та розробка методологічних підходів до використання соціальних мереж в управлінні людським потенціалом українських підприємств.

На початок 2010 р. кількість користувачів мережі Internet у світі становила близько 1,7 млрд людей [3]. Кількість українських користувачів у січні-березні 2009 р. за даними різних аналітичних агенцій складала від 10354017 до 10944634 людей [5, с.53]. Дослідження компанії GFK Ukraine свідчать, що за 2009 р. кількість користувачів Internet в Україні зросла на 37% [6], тобто досягла близько 14 млн людей. У свою чергу, за даними proUA.com, більше 50% з них є користувачами соціальних мереж [7]. Дослідження компанії Netcraft, яка займається аналізом різних тенденцій у мережі Internet, виявило, що на 1 січня 2010 р. у світі працювало 233848943 онлайн-ресурсів. У 2009 р. аналогічний показник складав 186727854 індивідуальних сайтів [4]. Як бачимо, за рік збільшення кількості ресурсів становило біля 25%. Треба відмітити, що під терміном «індивідуальні сайти» фахівці з Netcraft розуміють не тільки звичайні онлайн-ресурси, а й акаунти у соціальних мережах і блог-сервісах. В Україні станом на квітень 2008 р. було зареєстровано 41,5 тис. сайтів і 215,5 тис. реальних хостів у національному домені Internet. Дані компанії Imena.UA свідчать, що у 2009 р. на 35-40% уповільнилось збільшення кількості сайтів [5, с.55]. Найбільш популярні соціальні мережі в Україні це російські «В контакте» і «Однокласники» та українська мережа «Connect». Частка їх відвідування складає 99% всіх користувачів соціальних мереж. Щоденно їх відвідують 3,7 млн українців. У свою чергу 4,66 млн українців (63% від загальної кількості користувачів) були зареєстровані на декількох сайтах. Таким чином, сумарна кількість облікових записів користувачів в Україні у найбільш популярних мережах складає більш 10 млн [7]. Динаміку змін відвідування популярних соціальних мереж за IV квартал 2009 року та місце мереж у світі та Росії демонструє табл. 1 [8].

Статистика свідчить, що найбільш активні мережі на початок 2010 р. це linkedin.com, habrahabr.ru і rutube.ru. Найбільше зменшення відвідування зафіксовано у таких відомих ресурсах, як limpa.ru, icq.com і myspace.com. Як бачимо, у той час, коли відвідування американської

соціальної мережі myspace.com зменшилось на 6,6%, соціальна мережа знайомств facebook.com збільшила показники відвідування на 25,2%.

Таблиця 1

Динаміка змін відвідування популярних соціальних мереж

№ з/п	Соціальна мережа	Відхилення (+/-) динаміки змін відвідування, %	Місце мережі за динамікою змін відвідування	
			у Росії	у світі
1.	linkedin.com	+79,7	234	39
2.	habrahabr.ru	+58,0	95	1875
3.	rutube.ru	+34,0	40	959
4.	digg.com	+32,1	601	102
5.	wikipedia.org	+26,0	9	6
6.	facebook.com	+25,2	28	2
7.	twitter.com	+22,3	55	14
8.	friendfeed.com	+22,2	948	737
9.	skype.com	+21,8	212	296
10.	liveinternet.ru	+21,7	15	294
11.	blogger.com	+20,9	21	7
12.	diary.ru	+20,6	38	1099
13.	deviantart.com	+18,8	131	100
14. *	odnoclassniki.km.ru	+18,0	77	2084
15.	youtube.com	+17,6	8	4
16.	beon.ru	+17,0	67	2075
17. *	blogs.mail.ru	+15,7	3	32
18. *	my.mail.ru	+15,7	3	32
19.	flickr.com	+15,4	93	33
20.	Livejournal.com	+15,3	10	81
21.	moikrug.ru	+14,0	117	2983
22.	mamba.ru	+13,0	64	1535
23.	autokadabra.ru	+13,0	1686	53948
24.	vkontakte.ru	+12,8	2	35
25.	moskva.com	+11,0	940	16264
26.	odnoklassniki.ru	+10,9	5	94
27.	photobucket.com	+8,9	133	47
28.	combats.ru	+6,0	10409	189641
29.	mirtesen.ru	+5,0	115	2459
30.	partypoker.com	+4,9	36	152
31.	travian.ru	+3,0	60	1709
32.	privet.ru	+3,0	183	4462
33.	dating.ru	+1,0	152	4439
34.	damochka.ru	-3,0	2348	47041
35.	loveplanet.ru	-6,0	69	2024
36.	24open.ru	-6,0	208	5852
37.	myspace.com	-6,6	86	12
38.	apeha.ru	-8,0	148	4195
39.	icq.com	-13,6	41	349
40.	limpa.ru	-38,0	6454	41399

* - показник для основного сайту, домену другого рівня.

За даними: mmmr.net.ua.

У свою чергу, відвідування соціальної мережі знайомств loveplanet.ru зменшилось на 6%, а її основний конкурент у Росії, соціальна мережа знайомств tamba.ru збільшила показники відвідування на 13%. Відзначимо, що відвідування служби миттєвого обміну повідомленнями icq.com зменшилось на 13,6%. Як наслідок, її конкурент skype.com збільшив показники відвідування на 21,8%, а російський ресурс mail.ru, що надає службу «Агент» – на 15,7%.

Соціологи компанії ROMIR Monitoring визначили, що соціальна мережа odnoklassniki.ru є найбільш відомою у Росії та в Україні. На другому місці розташувалася проєкт соціальної мережі «В Контакте». Мережа «Мой мир» від mail.ru займає третє місце [9]. У зв'язку з тим, що багато користувачів Internet в Україні відвідують російськомовні соціальні мережі [7], бажано оцінити їх популярність, що дасть можливість адекватного використання ресурсів на користь українських підприємств.

Експерти з соціальних мереж лабораторії соціального маркетингу sarafannoeradio.org опублікували рейтинг російськомовних мереж станом на 11 листопада 2009 р.. Рейтинг є одночасно самим повним і актуальним переліком російськомовних тематичних і спеціалізованих соціальних мереж. У дослідженні прийняло участь 85 сервісів. Для оцінки були використані дані індексації сторінок і бази посилань пошукових систем Yandex і Google, тематичного індексу цитування Yandex й оцінки важливості сторінок, які були присвоєні Google та тулбарний RageRank. Перші тридцять позицій рейтингу складають тематичні соціальні мережі, тобто сервіси за інтересом. Лідером рейтингу є мережа «В Контакте», друге місце займає сервіс liveInternet, а на третьому місці – соціальна мережа odnoklassniki.ru [10]. У дослідженні [11] вперше визначено рейтинг українських соціальних мереж, який одночасно є першим переліком соціальних сервісів в Україні (табл. 2).

Статистика, яка наведена у таблиці 2, дозволяє зазначити, що у дослідженні прийняло участь 22 соціальних сервіси. Порівняно з кількістю соціальних мереж у Росії (85, [10]), це практично у 4 рази менше (при цьому населення України у 3 рази менше населення Росії). Лідер рейтингу – соціальна мережа connect.ua, що об'єднує біля 700 тис. українців, тобто 1,5% населення України. На порталі знаходиться більше 300 тис. відеороликів, 2 млн фотографій і сотні тисяч музикальних композицій. Мережа має унікальні функції: «жжот», знайомства, «підморгнути», розділ для фотографів, інтерактивну стрічку новин і багато іншого.

На другому місці – спілка професіоналів progeo.ua. Це перша українська соціальна мережа, де фахівці налагоджують ділові й особисті

контакти, розвиваються та створюють кар'єру. Сервіс є унікальною платформою для професійного розвитку завдяки сполученню різних послуг і сервісів, які доступні з одного ресурсу. Всі послуги є безкоштовними для користувачів.

Таблиця 2

Рейтинг і характеристика українських соціальних мереж станом на 01.01.2010 року

Місце у рейтингу	Соціальна мережа	Характеристика мережі
1.	connect.ua	Відео, фото, музика, знайомства, новини
2.	profeo.ua	Спілка професіоналів
3.	rubalka.com	Рибалка, полювання
4.	science-community.org	Вчені
5.	politiko.com.ua	Політика
6.	prweb.com.ua	Журналісти та PR-фахівці
7.	papamama.com.ua	Батьки
8.	café.beeline.ua	Абоненти Beeline
9.	friends.ua	Друзі, форуми, блоги
10.	my.most.ua	Спілкування за інтересами
11.	tuse.ua	Форуми, спілкування
12.	people.ukrhome.net	Автомобілі, нерухомість
13.	indonbass.com.ua	Знайомства, спілкування
14.	nafrontizmin.com	Зміни в Україні
15.	beta.enetri.com	Технології, програмування
16.	folk.in.ua	Блоги, спілкування
17.	autovisio.com.ua	Автомобілі
18.	mycontact.com.ua	Енергодарський чат
19.	strelka.com.ua	Заклади у містах
20.	ua.partnersinlearningnetwork.com	Педагоги, освіта
21.	social.azov-media.com	Українське Приазов'я
22.	oceni.com.ua	Товари, виробники, користувачі

За даними: delo.ua.

Третє місце займає інтерактивний портал rubalka.com. Ця соціальна мережа присвячена рибалці та полюванню. Її контент складає фото і відео з рибалки, особисті альбоми й блоги рибаків, їх форум, GPS карту річок і озер України, фотозвіти щодо рибалки та полювання тощо [11].

Співробітники підприємств та організацій у всьому світі користуються доступом до соціальних мереж у робочий час. Так, у Англії [12] на серпень 2010 року в цілому 55% британських службовців визнали, що користуються доступом до соціальних мереж на роботі та витрачають

на це значний час. Компанія Cisco повідомила, що у 2010 році 68% менеджерів та управлінського персоналу регулярно заходило в соціальні мережі з робочих місць [13]. Україна також не є винятком. За даними компанії «Appleton Mayer» на березень 2011 року 69% співробітників українських компаній щоденно використовували корпоративний доступ до Інтернет з особистою метою і тільки 7% - виключно за службовим обов'язком [14]. Серед онлайн-ресурсів, що використовують українські співробітники з особистою метою, лідирують інформаційні ресурси (31%) та соціальні мережі, персональні сайти і блоги (22%). При цьому, перші три місця займають соціальні мережі «В Контакте» (51%), odnoklassniki.ru (39%) і facebook.com (34%). Далі йдуть блог-сервіси livejournal.com (19%) і blogs.mail.ru (14%). Дослідження було проведено з 20.09.2010 р. до 25.03.2011 р.. У ньому прийняло участь 1000 приватних компаній (25114 працівників) з усіх видів бізнесу (малий – 38%, середній – 54% і великий - 8%) [14]. Пропозиції щодо використання соціальних мереж для розвитку підприємств наведено в [15,16]. Але, вони направлені, в основному, на мобільне просування визначеного продукту, послуги, бренду або підприємства та пошуковий маркетинг у соціальних мережах і не враховують потенціальні можливості використання людського потенціалу підприємств.

На погляд авторів, результати проведеного аналізу сучасного стану і тенденцій розвитку соціальних мереж в Україні та рівня їх відвідування українськими користувачами [1-16] дозволяють запропонувати наступні методологічні підходи до використання соціальних мереж в управлінні людським потенціалом українських підприємств для забезпечення їх стабільного розвитку:

- активне використання співробітників підприємств для отримання доступу до соціального капіталу, що акумулюється в соціальних мережах: надання співробітникам підприємств вільного доступу до соціальних мереж (підтримка замість контролю, заборони та блокування);
- формування на підприємствах робочих груп (продуктивних команд) з провідних ІТ-фахівців і соціологів (експертів) для реалізації проекту використання соціальних мереж в управлінні людським потенціалом: розробка тактик і стратегій, створення баз даних ділових і особистих контактів у соціальних мережах, проведення інструктажів і навчання, передача досвіду співробітникам підприємств тощо;
- забезпечення інтеграції локально-обчислювальних мереж підприємств у суспільні соціальні мережі: створення власних віртуальних представництв у соціальних мережах шляхом відкриття корпоративних профілів і сторінок, персональних тематичних блогів співробітників підприємств;
- поєднання офіційних сайтів підприємств з їх представництвами у

соціальних мережах: посилання на сайти у новинах груп, темах, фотоальбомах, обговореннях, публікаціях та блогах і розміщення на сайтах актуального та цікавого контенту, що згенеровано у соціальних медіа, розміщення у соціальних мережах цікавої інформації стосовно підприємств з посиланням на їх інформаційні ресурси: різного плану коментарі спеціалістів підприємств у блогосфері, корисні навчальні матеріали за напрямками діяльності підприємств, цікаву статистику та рейтинги підприємств тощо;

- формування трансформаційних лідерів із співробітників підприємств: нейроменеджмент, участь фахівців підприємств у тематичних обговореннях, регулярне висловлювання експертів підприємств у тематичних групах, публікації спеціалістів підприємств у Вікіпедії з посиланням на основний ресурс, створення експертами підприємств цікавих тематичних підкастів і акаунтів для відеоматеріалів, залучення підприємствами провідних експертів галузі до обговорення у соціальних мережах;

- створення довіри цільової аудиторії соціальних мереж до думок співробітників підприємств, як до надійних джерел інформації у галузі: комунікації біля бренду або продукції спільно з висловлюванням корисних і нових ідей, думок і сервісу, співробітництво з блогерами та журналістами для використання бренду підприємств у публікаціях в блогах, використання здібностей, навичок, досвіду, талантів і ресурсів членів продуктивної команди, інтеграція у соціальні мережі основних відділів підприємств: кадрів, реклами і маркетингу тощо, пошук необхідного персоналу, популяризація брендів підприємств, використання маркетингових медіаканалів;

- організація оперативного моніторингу даних щодо використання соціальних мереж в управлінні людським потенціалом підприємств: опитування, тестування, статистика та забезпечення інформаційної безпеки підприємств: рівні відповідальності, організаційні та технічні заходи.

Висновки. Таким чином, проведено аналіз сучасного стану і тенденцій розвитку соціальних мереж в Україні, визначено рівень відвідування соціальних мереж українськими користувачами та запропоновано методологічні підходи до використання соціальних мереж в управлінні людським потенціалом українських підприємств. Напрямом подальших досліджень автори вважають розробку конкретних методів використання соціальних мереж в управлінні людським потенціалом українських підприємств.

Література

1. Каталог сайтов социальных сетей [Електронний ресурс].-Режим

доступу: <http://communities.org.ua/catalog>.

2. Каталог социальных сетей [Электронный ресурс].-Режим доступа: <http://www.social-networking.ru>.

3. Интернет-эйфория. Потерянное десятилетие [Электронный ресурс].-Режим доступа: <http://newsland.ru/News/Detali/id/450080.php>.

4. В интернете больше 230000000 сайтов [Электронный ресурс].-Режим доступа: <http://newsland.ru/News/Detali/id/450015.php>.

5. Івченко Є.І. Конкурентоздатність підприємств: стан і тенденції розвитку інформаційного середовища [Текст]/Є.І. Івченко//Науковий вісник ПУСКУ (Серія «Економічні науки»).-2009.-№ 2 (33).-С.51-56.

6. GfK Ukraine: В Украине в 2009 г. количество пользователей Интернетом выросло на 37% [Электронный ресурс].-Режим доступа: <http://www.rbc.ua/rus/newsline/show/2010/02/24>.

7. Семья социальной сети «В контакте» ежедневно увеличивается на 5 миллионов человек [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://proua.com/jungle/tech/2010/04/15/064615.html>.

8. Война за Веб 2.0: кто кого «сделал» на финише 2009 [Электронный ресурс].-Режим доступа: <http://mmr.net.ua/news/newsid/18745.html>.

9. «Одноклассники.ру» - самая узнаваемая сеть в России, говорят социологи [Электронный ресурс].-Режим доступа: <http://proua.com/jungle/accident/2009/10/29/151921.html>.

10. Составлен рейтинг популярности социальных сетей рунета [Электронный ресурс].-Режим доступа: <http://proua.com/jungle/tech/2009/11/11/151619.html>.

11. Составлен первый рейтинг украинских социальных сетей [Электронный ресурс].-Режим доступа: <http://www.delo.ua/tehnologii/internet-biznes/2009/11/12>.

12. В Британии компании из-за соцсетей потеряли миллиарды фунтов [Электронный ресурс].-Режим доступа: <http://podrobnosti.ua/internet/2010/08/06/706483.html>.

13. Cisco: 68% IT-менеджеров посещают соцсети на работе [Электронный ресурс].-Режим доступа: <http://ain.ua/2010/06/30/28021.html>.

14. Украинцы тратят на интернет-серфинг большую часть рабочего времени [Электронный ресурс].-Режим доступа: <http://www.nr2/kyiv/2011/04/15/327295.html>.

15. Как использовать любовь сотрудников к социальным сетям на благо компании [Электронный ресурс].-Режим доступа: http://reat.ua/Statti/0_Index.php?idn=48589.

16. B2B компании: ориентация на социальный маркетинг [Электронный ресурс].-Режим доступа: <http://www.sostav.ua/2010/06/04/32014.php>.

Abstract

Ivchenko Ye. I., Shymanovska-Dianich L.M.

The use of social networks is in management of enterprises human potential

The analysis of the modern state and progress of social networks trends is conducted in a country. The level of visit of social networks is certain by users in Ukraine. The methodological going is offered near the use of social networks in the management of the Ukrainian enterprises human potential.