

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2021-76-13>
УДК 004.056

Зінченко Г.С.

студент,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Волощук В.В.

студент,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Лободзинська Т.П.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної кібернетики ФММ,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Zinchenko Galyna, Voloshchuk Vitalii, Lobodzynska Tetiana

National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПРАЦЕЗДАТНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ

THE IMPACT OF SOCIAL NETWORKS ON STAFF PERFORMANCE

Соціальні мережі – середовище для спілкування, де користувачі мають можливість оперативно обмінюватися інформацією, новинами, отримувати відповіді на питання, дивитися фото і відео, слухати музику. Підприємці мають можливість продавати свої товари через соціальні мережі і заробляти краудфандингом. Аналітичні дані з платформ соціальних мереж дають змогу компаніям і бізнесу визначитися зі схильностями, переконаннями та вподобаннями особи. Метою дослідження є діагностика впливу соціальних мереж на результативність і працездатність персоналу. У статті описано вплив соціальних мереж на життя людей, а також запропоновано інформацію щодо популярних мереж та висвітлено проблемні питання, запропоновано рішення щодо спілкування в компаніях за допомогою соціальних мереж без протиріччя правилам про працю та захисту даних.

Ключові слова: соціальні мережі, робочі відносини, працездатність, суспільство, користувачі.

Социальные сети – среда для общения, где пользователи могут оперативно обмениваться информацией, новостями, получать ответы на вопросы, смотреть фото и видео, слушать музыку. Предприниматели могут продавать свои товары через социальные сети и зарабатывать краудфандингом. Аналитические данные с платформ социальных сетей позволяют компаниям и бизнесу определиться со склонностями, убеждениями и предпочтениями личности. Целью исследования является диагностика влияния социальных сетей на результативность и работоспособность персонала. В статье описано влияние социальных сетей на жизнь людей, а также предложена информация о популярных сетях и освещены проблемные вопросы, предложены решения общения в компаниях с помощью социальных сетей без противоречия правилам работы и защиты данных.

Ключевые слова: социальные сети, рабочие отношения, трудоспособность, общество, пользователи.

Social networks are an environment for communication, where users have the opportunity to quickly exchange information, news, get answers to questions, watch photos and videos, listen to music. The Internet has embraced the whole world and all spheres of human activity. Entrepreneurs have the opportunity to sell their products through social networks and make money from crowdfunding. It is very important for a business to be present on social media: to find new customers, increase the loyalty of existing ones, become an expert in the industry, whose opinion is listened to and trusted – all this can be achieved by choosing the right promotion strategy on social networks. Analytical data from social networking platforms allow companies and businesses to determine a person's inclinations, beliefs and preferences. Correct use of the social network within the organization can increase the level of personnel involvement in the business process. And employee involvement in this process is akin to customer loyalty. As a result, he not only spends more time on tasks, but also does his job better, as he cares for the result. The purpose of the study is to diagnose the impact of social networks on the effectiveness and efficiency of staff. The article describes the impact of social networks on people's lives, as well as offers information on popular networks and highlights problematic issues, offers solutions for communication in companies through social networks without contradicting the rules of work and data protection. The article will be useful for company managers and their managers for the proper organization of the work process in the team, taking into account the development of social networks. In today's world, social networks are a combination of many possibilities, such as communicating with friends, reading publications, watching movies, the ability to share information, participate in discussions, create a community and much more, which fully allows you to call them a

great technological achievement. But there is also the other side of the coin. With the great possibilities comes the trouble. You can't argue that social networks are one continuous trouble, any more than you can say the same about computer games, for example. With a disciplined and correct approach, you can get some benefits and make your life easier. But there is always a risk that addiction to social networks will have a detrimental effect on your psyche.

Key words: social networks, labor relations, efficiency, society, users.

Постановка проблеми. Соціальні мережі – це мережі взаємин і контактів, які часто називають онлайн-спільнотами. Звичайні функції соціальних мереж включають створення профілю, який видно учасникам, фотоальбомів, списку контактів і друзів, отримання та відправлення повідомлень, оновлення статусу, блоги, ігрові програми і функцію пошуку. Щоб мінімізувати перешкоди для входу нових користувачів, зацікавленим сторонам часто надається безкоштовна реєстрація на вебсайті за допомогою підтвердження електронної пошти свого облікового запису. Однак у деяких мережах доступ можливий тільки за запрошенням від уже зареєстрованих користувачів або оператора мережі. Більшість соціальних мереж можна використовувати безкоштовно, тоді як інші можна використовувати без обмежень лише після подачі заявки на платне членство.

Соціальні мережі фінансуються за рахунок членських внесків, а також різних форм реклами і спонсорства, а у випадку ділових мереж – через пропозиції для постачальників кадрових послуг. Оскільки готовність користувачів платити зазвичай невисока, більшість операторів покладається на дохід від Інтернет-реклами. З іншого боку, мережі, які повністю відмовляються від реклами, спонсорства та використання даних про клієнтів, поки що навряд чи змогли б утвердитися. Оскільки оператори послуг мають доступ до соціального графу спільноти, тобто знають, який член спільноти підключений до інших учасників, у них є комерційно важлива інформаційна база, наприклад для реклами, орієнтованої на цільову групу.

Компанії і співробітники все частіше використовують соціальні мережі як у професійному, так і приватному житті. Це призводить до виникнення відповідних прав і обов'язків для роботодавців та працівників.

Соціальні мережі докорінно змінюють комунікативну поведінку, Інтернет стає інтерактивним. Кордони зникають, у тому числі між приватним життям, суспільним та роботою.

Вплив сайтів соціальних мереж на життя людей величезний, багато хто не до кінця усвідомлює масштаби цього явища, а сайти соціальних мереж уже є найпопулярнішим видом діяльності в Інтернеті. Нині зі 100 найбільш відвідуваних сайтів у світі 20 є класичними соціальними мережами, а ще 60 тією чи іншою мірою соціалізовані. Понад 80% компаній у всьому світі використовують у роботі соціальні медіа.

Сьогодні мережі завоювали велику аудиторію, яка залучає все більше фахівців із різних галузей. Деякі мережі забезпечують лише спілкування, інші пропонують інструменти роботи, але у всіх є спільна риса – будь-яка популярна соціальна мережа стала місцем роботи для багатьох мільйонів людей.

Люди, діяльність яких базується на спілкуванні, першими почали працювати в мережах. Це менеджери з продажу, Інтернет-маркетологи, дослідники та багато інших. За ними прийшли підприємці та спеціалісти з персоналу. Сьогодні користувачі різних галузей так чи інакше працюють у мережах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналітики компаній DataReportal, We Are Social і Hootsuite надали результати дослідження 2020 р., у якому брали участь 3,8 млрд осіб. З'ясовано, що в середньому в мережі людина проводить близько 40% свого активного життя і 6,43 години на добу. За іншими даними від компаній Sprout Social і Vambv, близько 40% співробітників заходять у соцмережі протягом робочого дня для перевірки акаунта і відволікаються від роботи. І це лише офіційні дані. Близько 82% співробітників дійсно вважають, що соціальні мережі змінюють робочі відносини (за результатами дослідження Harvard Business Review). Молоді люди (5% із загальної кількості опитаних у віці від 18 до 24 років) вважають використання соціальних мереж як право, і половина з них не працюватиме з компанією, у статуті якої прописано абсолютну заборону використовувати соцмережі в робочий час [5].

Для висвітлення ключового питання вивчено роботи Dr. Urs Egli, Dr. Gerlind Wisskirchen, Julia Glaser та детально розглянуто погляди М.В. Бородаєвої, які мають високі досягнення в дослідженні цієї теми.

Мета статті полягає у з'ясуванні впливу соціальних мереж, таких як Facebook, Twitter, Slideshare, LinkedIn тощо, на продуктивність діяльності працівників.

Виклад основного матеріалу. Кожен відомий бренд розвивається, і стартапери прагнуть до інтеграції із соцмережами заради реклами та просування. Але чи виступають соцмережі в очах рядових співробітників «абсолютним злом» або все ж можуть розглядатися як джерело ідей і креативних рішень?

Сьогодні доступ до соціальних мереж є майже у 96% населення нашої планети. Соціальні мережі, такі як Facebook, Google, стали невід'ємною частиною нашого життя: Facebook нині вважається більш вагомим, аніж Інтернет-гігант Google. Майже три чверті користувачів Інтернету активні у соціальних мережах, а у віковій групі до 30 років це стосується 85% користувачів. Близько половини з них проводять у своїй мережі до двох годин на день, а 11% навіть більше двох годин. Троє з десяти користувачів також отримують доступ до своїх мереж зі свого робочого місця. Соціальні мережі становлять небезпеку для роботодавців, наприклад розкриття конфіденційної інформації про компанію або нанесення шкоди репутації. Згідно з дослідженнями, проведеними в де-

кількох європейських країнах, майже 30% компаній забороняють своїм співробітникам використовувати соціальні мережі [6].

У роботодавця немає загального права вимагати від своїх співробітників реєстрації у Facebook або «Однокласниках». Однак якщо ці засоби масової інформації використовуються в діловому контексті з ініціативи роботодавця, наприклад у маркетингових цілях, роботодавець має право видавати інструкції щодо продуктивності та поведінки співробітника в компанії (Розділ 106 Торгових правил) [7].

Перші двадцять років електронного спілкування принесли два важливі засоби комунікації, які стали невід'ємною частиною повсякденного бізнесу: електронну пошту та електронне спілкування на вебсайті. Однак в останні роки технології дали змогу використовувати нові форми спілкування. Їхня основна характеристика – взаємодія. Інтернет-користувачі більше не обмежують себе споживанням контенту, відображуваного на зовнішніх вебсайтах, а хочуть брати активну участь.

Ця модель показує, що будь-яка соціальна мережа впливає на робочу силу організації, оскільки стає невід'ємною частиною їхнього життя. Організації використовують ці мережі для впливу на персонал, впливаючи на рівень мотивації, продуктивність, знання та навички. Зарубіжний досвід показує, що залежність від соціальних мереж може бути використана в робочих цілях. Наприклад, компанія IBM ще в 2010 р. випустила програмний пакет Connection. Важливою перевагою цієї програми є спілкування зі співробітниками в різних містах і регіонах. Пакет соціальних мереж встановлено і в інших великих компаніях. За словами керівника компанії EMC, соціальні мережі на робочому місці допомагають установити контакт між співро-

бітниками і дають можливість подолати страх того, як поставити професійне питання [8].

Соціальні мережі мають як переваги, так і недоліки щодо впливу на персонал. Переваги використання соціальних мереж очевидні: спілкування між колегами та спільна робота над рішеннями і проектами підвищує продуктивність праці та ефективність роботи всієї компанії.

Як бачимо, кількість та значущість переваг перевищує недоліки, тому компаніям, які оскаржують ефективність упровадження соціальних мереж у корпоративні комунікації, слід детально і глибоко проаналізувати ситуації щодо застосування та заборони застосування соцмереж, вивчити досвід компаній-користувачів та результати їхньої діяльності. На нашу думку, рішення за використання допоможе виявити ефективний, цінний персонал, а також талановитих працівників нового покоління, які можуть запропонувати інноваційні рішення та сміливі пропозиції щодо розвитку бізнесу.

Висновки. Соціальні мережі дали змогу використовувати велику кількість інформації, розвиватися, самовдосконалюватися й отримувати доходи. Використання соціальних мереж надає роботодавцям безліч можливостей: просування свого Інтернет-магазину, студії вебдизайну, товару та ін. Рекламу, спрямовану на цільову аудиторію, розширює інформацію про бізнес та призводить до збільшення кількості клієнтів, зацікавлених діяльністю компаній, що випускають продукцію, надають послуги, виконують роботи, та примножує лояльність постійних покупців.

У радикальних заходах урегулювання використання соціальних мереж зазвичай немає потреби, проте роботодавцю рекомендується встановити правила використання соціальних мереж співробітниками на ранній стадії.

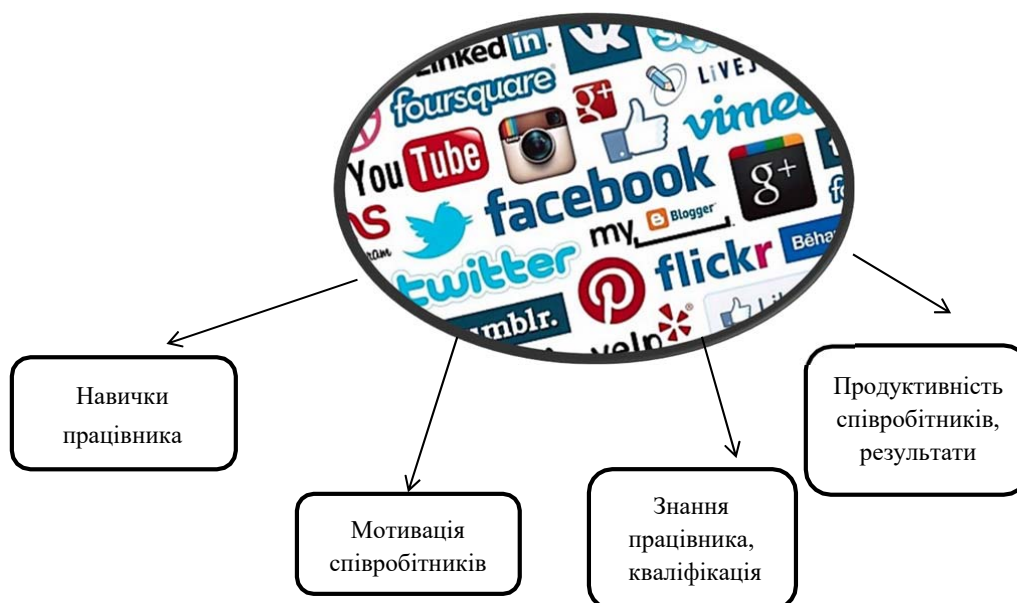


Рис. 1. Напрями впливу соціальних мереж на співробітників

Джерело: [9]

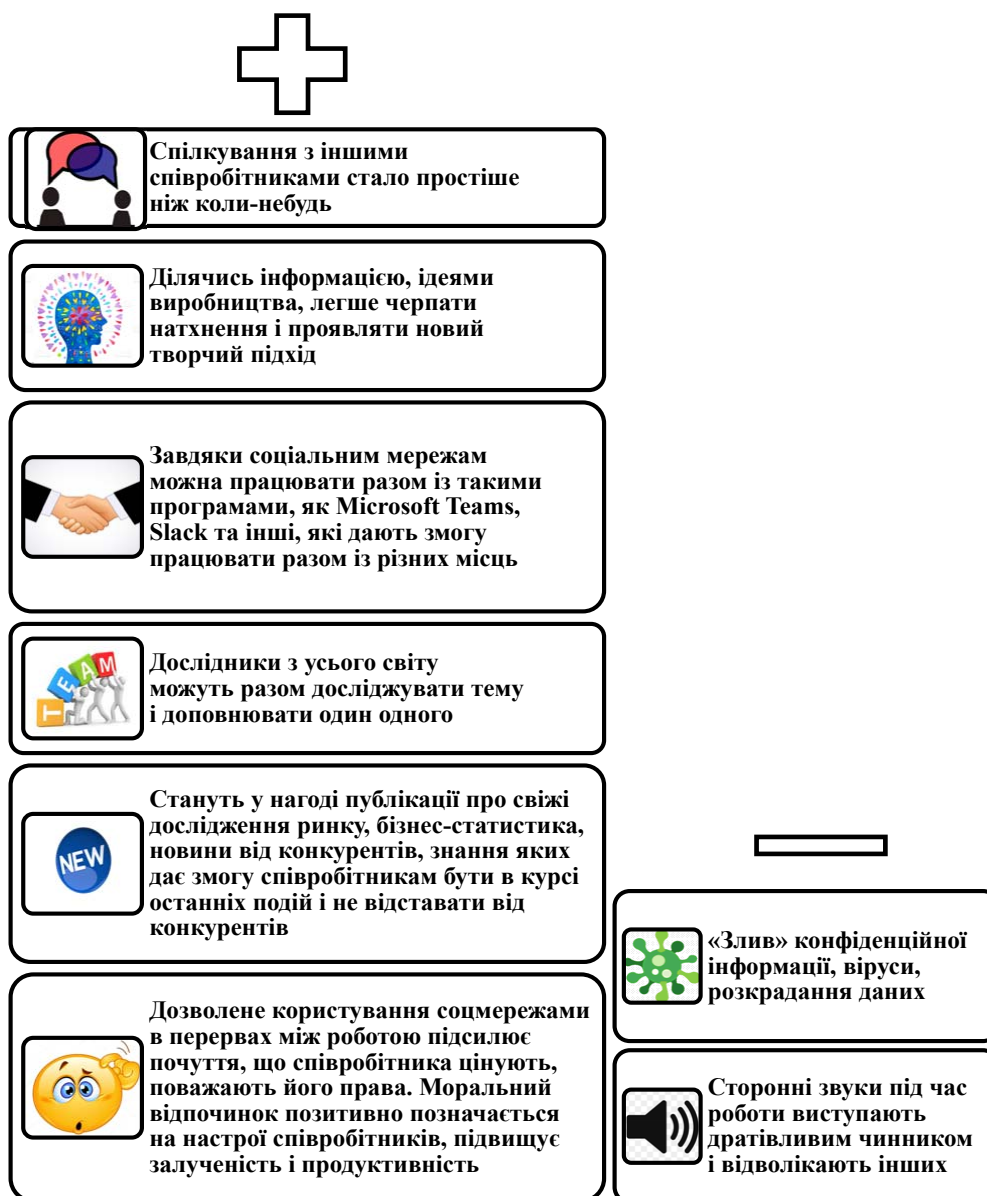


Рис. 2. Переваги і недоліки використання соціальних мереж щодо впливу на працездатність персоналу

Джерело: [10]

Список літератури:

1. Funke E. Soziale Netzwerke. *BWL*. 2018. URL: <https://bwl-wissen.net/definition/soziale-netzwerke> (дата звернення: 18.10.2021).
2. Социальная сеть. *Википедия*. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D0%B5%D1%82%D1%8C (дата звернення: 18.10.2021).
3. Dr. Urs Egli. Soziale Netzwerke und Arbeitsverhältnis. *Editions Weblaw*. 2011. URL: https://www.epartners.ch/assets/images/publications/jusletter_soziale_netzwerke.pdf (дата звернення: 18.10.2021).
4. Семенов Н. Все о социальных сетях. Влияние на человека. Часть 1. *SECL Group*. 2021. URL: <https://seclgroup.ru/article-vse-o-socialnyh-setjah-vlijaniye-na-cheloveka.html> (дата звернення: 18.10.2021).
5. Социальные сети на рабочем месте. *Premium Management*. 2021. URL: <https://premiummanagement.com/blog/socialnye-seti-na-rabochem-meste> (дата звернення: 18.10.2021).
6. Dr. Gerlind Wisskirchen. Rechtlich betrachtet: soziale Netzwerke am Arbeitsplatz. Dr. Gerlind Wisskirchen, Julia Glaser. *Caritas*. 2012. URL: <https://www.caritas.de/neue-caritas/heftarchiv/jahrgang2012/artikel/rechtlich-betrachtet-soziale-netzwerke-a> (дата звернення: 18.10.2021).

7. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами. *Міністерство економіки України*. 2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07#Text> (дата звернення: 18.10.2021).

8. Бородаева М.В., Булда Д.А. Влияние социальных сетей на результативность труда персонала / Сибирский государственный аэрокосмический университет. 2011. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sotsialnyh-setey-na-rezultativnost-truda-personala/viewer> (дата звернення: 18.10.2021).

9. Зображення отримано з URL: <https://1757140519.rsc.cdn77.org/blog/wp-content/uploads/sites/2/2019/03/retele-e1552924190849.jpg> (дата звернення: 19.10.2021).

10. Тема В. Social Media: Vorund Nachteile der Online-Plattformen. *Chip*. 2020. URL: https://praxistipps.chip.de/social-media-vor-und-nachteile-der-online-plattformen_118635 (дата звернення: 19.10.2021).

References:

1. Funke E. (2018), Soziale Netzwerke. *BWL*. Available at: <https://bwl-wissen.net/definition/soziale-netzwerke> .

2. Social network. *Wikipedia*. Available at: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D0%B5%D1%82%D1%8C.

3. Dr. Urs Egli (2011), Soziale Netzwerke und Arbeitsverhältnis. *Editions Weblaw*. Available at: https://www.epartners.ch/assets/images/publications/jusletter_soziale_netzwerke.pdf .

4. Semenov N. (2021) „Everything about social networks. Influence on a person. *SECL Group*. Available at: <https://seclgroup.ru/article-vse-o-socialnyh-setjah-vlijaniye-na-cheloveka.html>.

5. Social media in the workplace. *Premium Management*. Available at: <https://premiummanagement.com/blog/socialnye-seti-na-rabochem-meste>.

6. Wisskirchen Dr.G., Glaser J. (2012). Rechtlich betrachtet: soziale Netzwerke am Arbeitsplatz. *Caritas Deutschland*. Available at: <https://www.caritas.de/neue-caritas/heftarchiv/jahrgang2012/artikel/rechtlich-betrachtet-soziale-netzwerke-a>.

7. On approval of the Rules of retail trade in non-food products. *Ministry of Economy of Ukraine*. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07#Text> .

8. Borodaeva M., Bulda D. (2011). The impact of social networks on the performance of staff. Siberian State Aerospace University. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sotsialnyh-setey-na-rezultativnost-truda-personala/viewer>.

9. Picture. Available at: <https://1757140519.rsc.cdn77.org/blog/wp-content/uploads/sites/2/2019/03/retele-e1552924190849.jpg>.

10. Themen V. (2020) Social Media: Vorund Nachteile der Online-Plattformen. *Chip*. Available at: https://praxistipps.chip.de/social-media-vor-und-nachteile-der-online-plattformen_118635.