

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОРПОРАТИВНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Е.Ю. Трофименко

Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск, Россия

Статья посвящена корпоративным социальным сетям. В современном мире необходим постоянный доступ к интернету. Современные компании имеют собственные сайты в интернете, аккаунты в социальных сетях тематические порталы и многое другое, но все это направлено на развитие только внешних коммуникаций, поэтому назрела необходимость использовать интернет для развития и улучшения внутренних коммуникаций. Современные тенденции рынка информационных технологий требуют от компаний гибкости в организации бизнес-процессов. Корпоративные социальные сети помогают компаниям решить эту задачу и, при грамотном использовании, повышают продуктивность работы сотрудников.

В статье рассмотрены различные подходы к обоснованию появления такого явления как корпоративная социальная сеть и дано её определение. Рассмотрена разница между корпоративными социальными сетями и порталами. Выявлены причины, почему корпоративные социальные сети пользуются большой популярностью среди сотрудников, а также отмечены возможности социальных сетей в работе в сравнении с корпоративными порталами и интранетами. Выделены преимущества и риски использования корпоративных социальных сетей. Корпоративная социальная сеть, в отличие от других инструментов профессионального взаимодействия внутри компании, дает возможность быстрой генерации новых идей через открытое совместное обсуждение и увеличивает вовлеченность сотрудников, принадлежащих к различным подразделениям и занимающих различные должности в организационной иерархии, в процессы компании. Рынок корпоративных социальных сетей начал активно развиваться. Лидерами по использованию корпоративных сетей в России стали банки и предприятия из сферы ритейла.

Ключевые слова: корпоративная социальная сеть, мессенджеры, контент, интранет.

В современном мире невозможно и дня прожить без телефона, планшета, компьютера. Нам постоянно необходим доступ к интернету. С его помощью можно быстро узнать, что происходит в мире, посмотреть интересующую нас информацию, но чаще всего мы проводим свое время, общаясь в различных мессенджерах и социальных сетях. Всего 10 лет назад активных пользователей социальных сетей было около 10 % от числа проживающих на территории России. С каждым годом процент стремительно увеличивался. По статистике, в 2017 году 45 % пользуются хотя бы одной социальной сетью почти каждый день, а 62 % пользуются хотя бы раз в неделю. Максимальный уровень – 91 %, зафиксирован в группе от 18–25 лет. А от 25 до 34 лет 69 % постоянно пользуются социальными сетями. Тяга к социальным сетям имеет не только психологический характер. Она проявляется и на уровне физиологии благодаря двум веществам, производимым нашим мозгом: дофамину и окситоцину [1].

Раньше ученые полагали, что дофамин – это гормон удовольствия, однако сейчас они убеждены, что этот нейромедиатор отвечает за наши желания. Выработку дофамина стимулирует непредсказуемость, тизерность получаемой информации, а также возможность получения вознаграждения. Все это в избытке присутствует в социальных сетях.

После 10 минут пребывания в социальных сетях также увеличивается на 13 % уровень оксито-

цина в крови человека. Окситоцин способствует снижению уровня стресса, возникновению чувства любви, доверия, сочувствия. Все эти ощущения мы испытываем, находясь в социальных сетях.

Многие современные компании уже давно завели собственные сайты в интернете, аккаунты в социальных сетях, различные тематические порталы и многое другое. Но все это направлено на развитие только внешних коммуникаций компании. Теперь стоит задача, как использовать постоянно растущую популярность интернета для развития и улучшения внутренней коммуникации, как обеспечить информационную поддержку сотрудников, а также оптимизировать различные рабочие процессы, тем самым принося бизнесу только пользу. На данный момент уже существуют различные варианты – это корпоративные порталы и интранеты, но большинство из них либо не пользуются популярностью у сотрудников компаний, либо просто не прижились и ими никто не пользуется. На почве этого созрел весьма логичный вопрос, если самым большим спросом пользуются именно социальные сети и мессенджеры, то почему нельзя сделать то же самое только для бизнеса, для компаний. По данным исследовательской компании Gartner, в США каждая вторая компания уже пользуется корпоративными социальными сетями [2]. На российском рынке корпоративные социальные сети тоже набирают популярность, но не настолько быстрыми темпами, хотя как инструмент внут-

ренней коммуникации они могли бы решить множество проблем, стоящих перед компаниями: от формирования грамотной информационной базы вплоть до повышения эффективности работы в несколько раз.

Современные тенденции рынка информационных технологий – мобильность сотрудников, возрастающее количество удаленно работающего персонала, требуют от компаний гибкости в организации бизнес-процессов. Корпоративные социальные сети помогают компаниям решить эту задачу и, при грамотном использовании, повышают продуктивность работы сотрудников.

Что такое корпоративная социальная сеть, наиболее полно раскрывает следующее определение. Корпоративная социальная сеть (КСС) – это портал для определенной целевой аудитории компании, построенный по принципу социальной сети и включающий расширенный функционал для общения и взаимодействия между участниками. Корпоративная социальная сеть может разрабатываться как для сотрудников компании, так и для ее внешней аудитории – партнеров, дилеров и пр. Как правило, доступ в корпоративную социальную сеть закрыт для внешних пользователей. КСС являются результатом деятельности разработчиков программного обеспечения и служат для организации внутрикорпоративного общения, обмена информацией и даже как инструмент HR-брендинга.

Появление такого инструмента внутренних коммуникаций можно объяснить и с точки зрения трудовой психологии, и с точки зрения менеджмента.

Формирование комфортных психологических условий и привязанности к предприятию зависит от того, насколько коллектив сплочен и не противодействуют ли друг другу малые коллективы. Корпоративность в коллективе является одним из важнейших условий успешного функционирования предприятия. В практической трудовой деятельности человек проходит несколько психологических этапов: профессиональный выбор, профессиональная адаптация и самоидентификация, формирование собственного пространства на рабочем месте, налаживание отношений с коллективом и другие [3]. Во всем этом может помочь корпоративная социальная сеть, в первую очередь, она необходима самим сотрудникам для поддержания психологически комфортных условий труда.

В сфере менеджмента лучшими считаются японцы – основоположники системы менеджмента качества и концепции кайдзен [4]. Один из основных элементов кайдзен – командная работа. Работа в команде предполагает постоянный обмен информацией, взаимное обучение, своевременное выполнение своих обязанностей и прочее. Именно японцами в середине прошлого века и был заложен концептуальный фундамент корпоративных социальных сетей, ведь они быстро поняли, что

эффективно работает та компания, где счастливые и довольные сотрудники. Вообще человеческий капитал можно рассматривать, как основной актив организации, способный учиться, изменяться, вводить новое и создавать дух творчества. Компании должны делать инвестиции в этот актив, чтобы обеспечить себе выживание и рост.

В 1990-е годы начали формироваться первые социальные (Theglobe.com, GeoCities, Tripod.com, Classmates.co) онлайн-сообщества, где пользователи могли общаться друг с другом. Они имели простые в использовании инструменты публикации информации. Бизнес-сообщество не смогло быстро сориентироваться и использовать сайты социальных сетей для достижения своих целей. В начале 2000 годов социальные сети начинают широко использоваться коммерческими организациями для привлечения новых клиентов и увеличения объема продаж, а также разрабатываются первые интранеты с отдельными социальными модулями. Первая российская корпоративная социальная сеть DaOffice появилась в 2010 году.

Как уже говорилось ранее, помимо корпоративных социальных сетей еще существуют корпоративные порталы, интранеты и интранеты с социальными модулями. Они есть практически у каждой компании, которая серьезно относится к развитию внутренних коммуникаций и хранению информационной базы. При этом есть весьма значительные отличия между данными инструментами внутренней коммуникации и корпоративными социальными сетями. По-сути, интранет – это инструмент, решающий исключительно бизнес-задачи, но социальных функций не выполняющий, существует две технологии его построения в компаниях: ЕСМ-системы и корпоративные порталы. Корпоративный портал (социальный интранет) – помимо того, что подразумевает наличие базы данных, объединяет информационные системы и системы бухгалтерского учета, управления проектами, файловыми ресурсами, портал частично решает и социальные функции. Разработчики предлагают большое количество вариантов порталов, самыми популярными из которых являются Microsoft SharePoint, DeskWork, WSS Portal, IBM, WebSphere Portal, Oracle WebCenter Portal.

Разница между корпоративными социальными сетями и порталами:

1. Главное отличие в том, что для существования портала необходим модератор (администратор), которой генерирует группы, наполняет портал контентом, открывает доступ к тем или иным файлам. Эта особенность может сделать портал не слишком мобильным, не способным оперативно реагировать на нужды и интересы пользователей. В КСС же контент создается самими пользователями. Такой подход практически полностью отражает настоящие интересы сотрудников и связи между ними. Коммуникации направлены снизу

вверх, а не сверху вниз как в случае с порталами. Размещается не «избранный» контент, прошедший несколько проверок, а большой объем информации, реальная база корпоративных знаний. Администратор всё же нужен и в корпоративной социальной сети, но скорее для ее технического обслуживания, а не для создания контента.

2. У портала нет возможности для свободного общения пользователей, он существует со всем для других целей. Общение – один из самых главных инструментов для построения хороших отношений между коллегами и создания благоприятных условий труда. Общаться можно и через портал, и через почту, но психология человека устроена таким образом, что он никогда не будет свободно общаться через официальный рабочий инструмент, где каждый разговор и каждая переписка должны преследовать определенную цель. Сотрудник чувствует себя в рамках и его угнетает, что от любого его действия в портале ждут результат.

3. У корпоративной социальной сети удобный и понятный интерфейс и функционал. Не надо долго привыкать, учиться использовать, запоминать, что и где находится. Это делает ее более удобной в использование, в отличие от портала.

На сегодняшний день на рынке представлены корпоративные порталы с функциями социальной сети – Yammer, Jive, CyberCloud, Битрикс 24, Microsoft SharePoint, Podio. Среди чисто социальных сетей для бизнеса выделяют – Facebook Workplace, DaOffice, отечественные «Пряники» и LOQUI BUSINESS. В основном все приложения платные, цена зависит либо от количества сотрудников компании и выбранного тарифа, либо от того, на какое время приобретен пакет услуг и вариант его реализации. Почти все перечисленные корпоративные порталы и социальные сети имеют одинаковые возможности – создание личной страницы сотрудника, формирование рабочих групп и групп по интересам, ведение микроблога, обмен документами, сообщениями и изображениями, поиск людей, групп и текстов, формирование и использование базы знаний, возможность участвовать в обсуждениях и отмечать понравившиеся публикации коллег. Многие используют геймификацию, награждая своих сотрудников за активность и выполнения заданий в сети.

Функционал КСС тоже не сильно отличается, в основном это:

– Календарь. На календаре отмечены даты всех совещаний, планерок и важных встреч. Сотруднику удобно ориентироваться и планировать свои действия.

– Информационная лента. Своего рода новости из жизни главного офиса и филиалов, причем каждый сотрудник имеет возможность публиковать их самостоятельно. Для совместной работы есть ленты по отделам, в которых можно делиться рабочей информацией, вести обсуждения, предлагать идеи.

– Публикация контента. Сотрудники сами решают, что им выкладывать и в какой форме.

– Уведомления и напоминания. Руководство доносит до сотрудников важную и актуальную информацию, а сотрудники, в свою очередь, всегда в курсе последних событий в компании.

– Инструменты для обсуждения. Совместное обсуждение не редко позволяет сотрудникам решить поставленные задачи в несколько раз быстрее. В чатах, блогах, отзывах и комментариях сотрудники общаются по самым разным вопросам и поводам, делятся наработками и результатами.

– Доступ к контактной информации. Найти конкретного сотрудника можно не только по его имени, но и по должности или филиалу. Функция незаменима для новичков, поскольку позволяет им легче ориентироваться в компании.

Разница всех приложений в том, что некоторые лучше подойдут для больших компаний, некоторые, наоборот, для маленьких, у некоторых приложений нет мобильной версии или просто не адаптированы для российского рынка, некоторые приложения слишком дорогие, некоторые могут интегрироваться с другими программами. Например, как у IBM Connections интеграция с Microsoft Office и это позволяет редактировать документы прямо из сети.

Исследования Ipsos для Microsoft показали, что около 40 % сотрудников различных организаций уверены, что социальные сети будут способствовать эффективному взаимодействию с коллегами, а 31 % готовы даже тратить собственные деньги за такую возможность. У использования корпоративных социальных сетей есть множество преимуществ по сравнению с использованием порталов и интранетов [5].

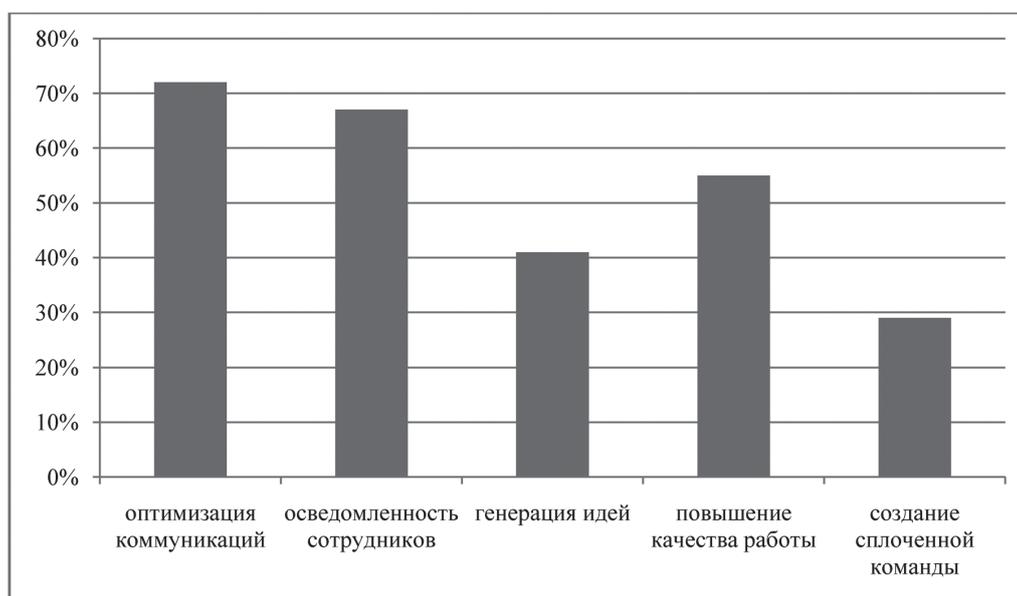
КСС дают возможность быстрой генерации новых идей через открытое совместное обсуждение и увеличивают вовлеченность сотрудников в процессы компании. По данным Агентства внутренних коммуникаторов рост уникальных идей/предложений, поданных сотрудниками, увеличивается на 48 %, рост доли внедренных идей на 25 %, рост заинтересованности сотрудников на 18–25 %. Минимизируют затраты рабочего времени сотрудников на поиск необходимой информации и помогают адаптации новых сотрудников. Сокращение на 15 % затрат на адаптацию и обучение новых сотрудников и снижение на 7 % увольнений только пришедших сотрудников из-за трудностей адаптации [6].

McKinsey Global Institute в своем исследовании пришли к тому, что использование корпоративных социальных сетей повышает скорость обмена информацией на 77 %. Удовлетворенность сотрудников увеличивается на 41 %. Предоставляются возможности для удаленной совместной работы и мотивации персонала, а также для повышения лояльности сотрудников. Расходы на связь

снижаются на 60 %, в то время как расходы на командировки сокращаются на 44 %, доступ к знаниям внутренних экспертов становится проще на 52 % [7].

HeadHunter провел для Microsoft в России онлайн-опрос среди 138 российских компаний, посвященный практике использования корпоративных социальных сетей. Исследование показало, что 25 % из числа компаний – участников опроса уже используют корпоративные социальные сети, еще 18 % респондентов используют закрытые группы в социальных сетях. Более половины компаний, внедривших корпоративные социальные сети, утверждают, что получили положительные результаты от их использования. В опросе приняли участие сотрудники HR-отделов, руководители подразделений и высшее руководство компаний различных регионов России.

Результаты опроса представлены на рисунке.



Результаты опроса российских компаний

Более 50 % предприятий, использующих корпоративные социальные сети, отметили значительное повышение качества работы персонала. Около 30 % компаний отмечают положительное влияние корпоративных социальных сетей на процесс создания сплоченной команды сотрудников [8].

Наличие корпоративной социальной сети в компании воспринимается как часть корпоративной культуры, как свидетельство того, что руководство заинтересовано в подчиненных и стремится создать для них комфортные условия. С помощью КСС можно устраивать онлайн-конференции и семинары в сети как альтернативный вариант очным мероприятиям, на которые компании нередко тратят значительные средства. С точки зрения психологии КСС помогают снизить уровень стрес-

са, сотрудник в любой момент может обратиться за помощью к коллегам и узнать все необходимое, и при этом его не будут отвлекать от работы другие социальные сети, потому что свою потребность в общении он уже удовлетворил и с пользой для рабочего процесса. Преимущества использования КСС представлены в таблице.

Корпоративная социальная сеть, в отличие от других инструментов профессионального взаимодействия внутри компании, не насаждается «сверху вниз», не «придумывается» сисадмином в силу его обязанностей, а существует и развивается гармонично – в одной социальной плоскости со всеми сотрудниками, принадлежащими к различным подразделениям и занимающими различные должности в организационной иерархии. Внедряя этот продукт, вы даете всем вашим сотрудникам право голоса.

Как бы ни были хороши социальные сети, они

не пользуются большой популярностью, если вернуться к исследованию Ipsos для Microsoft, то можно сказать, что российские работодатели в принципе поддерживают использование своими сотрудниками интернет-сервисов, но только таких, как электронная почта, видеоконференции, ленты новостей, облачные сервисы и интранеты. В исследовании принимали участие компании из 32 стран мира, где количество персонала насчитывает не менее 100 специалистов, которые каждый день используют ноутбук, смартфон, планшет и персональный компьютер для работы. На данный момент в 34 % организаций запрещено использование социальных сетей, а в 29 % запрещено использование микроблогов, хотя многие участники исследования уверены в том, что корпоративная социальная сеть – полезный инструмент для эффективной работы.

Преимущества использования ККС

ККС дает возможности бизнесу	ККС решает проблемы сотрудников
<ul style="list-style-type: none"> • Стирает границы • Выявляет персональные интересы • Укрепляет команду • Мгновенно информирует • Дает обратную связь • Повышает лояльность • Отражает настроение внутри коллектива • Кросс-маркетинг • Позволяет управлять мнением • Развивает и обучает персона 	<ul style="list-style-type: none"> • База знаний • Участие в группах по интересам • Прямое общение • Мозговые штурмы • События и корпоративные возможности • Донесение своих мыслей и идей • Быть в курсе событий • Создание личных событий, мест, товаров и услуг • Самовыражение • Геймификация

Это связано с тем, что работодатели беспокоятся о том, что сотрудники будут много времени проводить в ККС без толку, отвлекаясь от работы и при этом мешать работать остальным.

Действительно, существуют определенные риски, связанные с решением использовать корпоративные социальные сети. Могут возникать ситуации, когда у проекта ККС был успешный старт, все заметили очевидную пользу и активно начали пользоваться соцсетью, выкладывать материал, писать сообщения, но потом резко забросили и потеряли весь интерес. Это вина не соцсети, и не вина сотрудников. В такой ситуации виноваты начальники отделов, менеджеры высшего звена. Они перестают пользоваться ККС, потому что и так с легкостью могут обсудить всю информацию с друг другом и сотрудники тоже начинают сомневаться в её важности и необходимости. Или ситуации, когда корпоративная социальная сеть может стать просто социальной. Сотрудники могут забыть и начать общаться не только о работе, выкладывать контент, который не имеет никакого отношения к компании и бизнесу, тогда толку от ККС нет никакого. Сотрудники также тратят свое рабочее время впустую в интернете, только теперь под официальным предлогом. Чтобы подобных ситуаций не складывалось, нужно назначать ответственных за соцсети, поскольку отличительная особенность ККС – отсутствие модераторов (администраторов), то просто необходим человек из коллектива, который бы во время мог заметить изменения в контенте и исправить ситуацию

Создание корпоративных социальных сетей позволяет повысить уровень вовлеченности сотрудников в работу, что, в частности, сокращает

текучку кадров, а также позволяет руководству получать информацию со всех концов организации, принимая верные управленческие решения. Сотрудники, которые уже привыкли к общению в социальных сетях и мессенджерах, ждут от компаний, что и внутрикорпоративные коммуникации будут такими же простыми и удобными.

Несмотря на некоторые трудности при внедрении корпоративных социальных сетей, аналитики из компании Gartner считают, что распространение и применение соцсетей будет стремительно расти.

Основным толчком к развитию корпоративных социальных сетей будет не что иное, как забота о собственном коллективе. Наиболее продвинутые руководители прекрасно понимают, что они просто не в силах запретить соцсети на рабочем месте. Процесс их использования сложно проконтролировать, так лучше уж тогда позволить сотрудникам пользоваться корпоративной социальной сетью, которая не просто дает преимущества обычных соцсетей, но и повышает эффективность работы. Переход к быстрому общению – фактор, способствующий развитию корпоративных социальных сетей. Электронная почта в основном используется для пересылки официальной информации, а общение, включая деловое, постепенно переходит в сети и мессенджеры. Рынок корпоративных социальных сетей начал активно развиваться. Лидерами по использованию корпоративных социальных сетей в России стали банки и предприятия из сферы ритейла. В ближайшие два-три года за ними потянутся и менее решительные фирмы и еще столько же времени потребуется для того, чтобы внедрить корпоративные социальные сети и в самые консервативные компании.

Литература

1. Пресс-выпуск № 3577. – <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116691>
2. https://www.gazeta.ru/tech/2013/05/28_a_5360225.shtml
3. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. – СПб.: Питер, 2004. – 824 с.
4. Имаи М. Кайдзен. Ключ к успеху японских компаний. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 274 с.
5. <https://news.microsoft.com/ru-ru/issledovanie-microsoft-sotsial-ny-e-servisy-po/>
6. <https://inside-pr.ru/zhurnal/portaly-i-seti/korp-seti-i-blogi/item/2916-korporativnaya-sotsialnaya-set>
7. <https://www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/the-social-economy> «The Social Economy: Unlocking Value and Productivity Through Social Technologies»
8. <https://news.rambler.ru/community/22599056-microsoft-issledovala-polzu-ot-sotsialnyh-setey-dlya-rossiyskih-kompaniy/?updated>

Трофименко Елена Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), trofimenkoei@susu.ru

Поступила в редакцию 6 сентября 2018 г.

DOI: 10.14529/em180318

THE USAGE OF CORPORATE SOCIAL NETWORKS AT RUSSIAN ENTERPRISES

E. Yu. Trofimenko

South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation

The article is devoted to corporate social networks. In the modern world, you need constant access to the Internet. Modern companies have their own sites on the Internet, social network accounts, thematic portals and much more, but all this is aimed at the development of only external communications, so there is a need to use the Internet to develop and improve internal communications. Modern trends in the information technology market require companies flexibility in the organization of business processes. Corporate social networks help companies solve this problem and, with proper use, increase the productivity of their employees. The article considers various approaches to substantiating the emergence of such a phenomenon as a corporate social network and its definition is given. The difference between corporate social networks and portals is considered. The reasons why corporate social networks are very popular among employees are revealed, as well as the opportunities of social networks in work in comparison with corporate portals and intranets. The advantages and risks of using corporate social networks are highlighted. Corporate social network, unlike other tools of professional interaction within the company, enables the rapid generation of new ideas through open joint discussions and increase the involvement of employees belonging to different divisions and occupying various positions in the organizational hierarchy in the company's processes. The market of corporate social networks began to develop actively. The leaders in the use of corporate networks in Russia are banks and enterprises from the retail sphere.

Keywords: corporate social network, messengers, content, intranet.

References

1. *Press-vypusk* [Press Release], no. 3577. Available at: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116691>
2. Available at: https://www.gazeta.ru/tech/2013/05/28_a_5360225.shtml
3. Armstrong M. *Praktika upravleniya chelovecheskimi resursami* [Practice of human resource management]. St. Petersburg, 2004. 824 p.
4. Imai M. Kajdzen. *Klyuch k uspehu yaponskih kompaniy* [The key to success of Japanese companies]. Moscow, 2018. 274 p.
5. Available at: <https://news.microsoft.com/ru-ru/issledovanie-microsoft-sotsial-ny-e-servisy-po/>
6. Available at: <https://inside-pr.ru/zhurnal/portaly-i-seti/korp-seti-i-blogi/item/2916-korporativnaya-sotsialnaya-set>
7. Available at: <https://www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/the-social-economy> «The Social Economy: Unlocking Value and Productivity Through Social Technologies»
8. Available at: <https://news.rambler.ru/community/22599056-microsoft-issledovala-polzu-ot-sotsialnyh-setey-dlya-rossiyskih-kompaniy/?updated>

Elena Yu. Trofimenko, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, South Ural State University, Chelyabinsk, trofimenkoei@susu.ru

Received September 6, 2018

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Трофименко, Е.Ю. Использование корпоративных социальных сетей на российских предприятиях / Е.Ю. Трофименко // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2018. – Т. 12, № 3. – С. 155–160. DOI: 10.14529/em180318

FOR CITATION

Trofimenko E.Yu. The Usage of Corporate Social Networks at Russian Enterprises. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Economics and Management*, 2018, vol. 12, no. 3, pp. 155–160. (in Russ.). DOI: 10.14529/em180318