

**Использование социальных сетей в рабочем процессе: результаты
пилотажного исследования**

Научный руководитель – Батырева Мария Владимировна

Селезнева Татьяна Алексеевна

Студент (бакалавр)

Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия

E-mail: Selezneva1996@mail.ru

XXI век наполнил социальную жизнь высокими технологиями и различными Интернет-коммуникациями, разнообразие которых привело к возникновению новых способов и сфер для применения коммуникационных технологий. Социальные сети и Интернет-платформы сегодня становятся настолько популярными и мобильными, что используются и в личной жизни, и в профессиональной сфере. В России более 53% населения хотя бы раз в сутки выходят в сеть Интернет (по данным исследования ФОМ) [2]. Посредством социальных сетей продвигают людей и заведения, проекты и сообщества, продают и покупают, консультируют и получают помощь. Другими словами, возникла новая социальная практика - использование социальных сетей в качестве инструмента деловых коммуникаций. Это касается ведения не только онлайн-бизнеса, но и вполне реального в условиях офисной организации рабочего процесса.

Проблема исследования состоит в необходимости изучения практики применения социальных сетей как инструмента деловой коммуникации и разработки практических рекомендаций, направленных на более эффективное их применение в данном качестве.

Объект исследования - сотрудники Федеральной риэлторской компании «Этажи», предмет - мнение сотрудников о роли социальных сетей и об их эффективности в организации рабочего процесса.

Цель - выявление роли социальных сетей в процессе деловой коммуникации и факторов, влияющих на эффективность их использования.

Под социальными сетями в данном исследовании будет пониматься «объединение социальных позиций, т.е. социальных акторов и их взаимосвязи» [1, с.142]. Это могут быть и корпоративные интернет-порталы, и массовые социальные сети.

В ходе исследования проводился социологический опрос работников Федеральной риэлторской компании «Этажи» методом случайного отбора респондентов. В опросе приняло участие 155 работников.

В ходе исследования было выявлено, что сотрудники используют корпоративную социальную сеть и массовые социальные сети и в рабочие, и в выходные дни. В среднем для рабочих целей сотрудники используют социальные сети ежедневно от 1 до 2 часов в день.

Преобладающие виды деятельности при использовании социальных сетей у работников компании «Этажи» следующие: обмен информацией, создание объявлений, создание рекламной продукции, обработка различных запросов и ведение клиентской базы, что напрямую связано со спецификой деятельности организации и прямых должностных обязанностей опрошенных сотрудников. Как средство деловой коммуникации социальные сети, как и реальные коммуникации, могут осуществляться в трех формах - монологической, диалогической и полилогической посредством различных сервисов.

Более того, анализ преобладающих видов деятельности показывает, что социальные сети решают задачи экстренного обобщения информации для руководства, быстрого дублирования нужной информации, а также увеличивают степень осведомленности работников о деятельности организации, ее планах, ориентации и положении во внешней среде, что

положительно сказывается на процессах интеграции, точном выполнении распоряжений руководства и т.д.

Около половины респондентов скорее удовлетворены своей работой в социальных сетях, то есть социальные сети как формальный канал связи функционируют, в целом, нормально. Общением же в социальных сетях удовлетворены практически 80% работников и только 8% не удовлетворены, что говорит об еще более налаженной работе неформального канала связи в компании.

Что касается оценок эффективности использования социальных сетей в рабочем процессе, то почти 90% процентов респондентов находят их очень эффективными (36%) и скорее эффективными (53%).

Также респондентам было предложено выбрать вид коммуникации (реальный или виртуальный) для различных форм деятельности. В результате было выявлено существенные различия в следующих позициях: через онлайн-коммуникацию более 70% респондентов скорее пригласят коллегу на обед, станут вести статистику предприятия и узнают нужную информацию, тогда как лично скорее проконсультируют клиента (более 70% опрошенных), уволят сотрудника (91%). Другие предложенные варианты деятельности были выбраны респондентами в равном соотношении как для онлайн, так и для реальной коммуникации.

Таким образом, в настоящее время границы между реальной и онлайн-коммуникацией размываются. Работники в равной степени могут выбирать тот или иной вид коммуникации в зависимости от решаемой проблемы, сложившейся ситуации и условий. Это говорит о том, что как вертикальные, так и горизонтальные каналы коммуникации работают эффективно. Более того, налажена взаимосвязь с внешней средой благодаря разнообразию форм коммуникации.

Выявлено, что социальные сети значительно упрощают процесс коммуникационного обмена, причем как на горизонтальных, так и на вертикальных уровнях коммуникации. Более того, социальные сети как средство коммуникации создают больше возможностей для улучшения функционирования формальных и неформальных каналов коммуникационных связей, а также повышают степень взаимодействия организации с внешней средой.

В целом, сотрудники достаточно эффективно используют социальные сети в организации личного рабочего процесса. В связи с этим можно порекомендовать создавать больше курсов для обучения работников работе на ПК для улучшения уровня владения компьютером и обучающих семинаров об использовании корпоративной платформы.

Исследование показало, что существует необходимость дальнейшего изучения роли социальных сетей в жизни общества, поскольку динамика их проникновения в личную и профессиональную сферы достаточна велика.

Источники и литература

- 1) Ефимов, Е.Г. Социология социальных интернет-сетей (историко-теоретические аспекты) / Е.Г. Ефимов, И.А. Небыков // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2013. – №9. – С.140-158.
- 2) ФОМ. Интернет в России: динамика проникновения. Лето 2016 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://fom.ru/SMI-i-internet/13021> (дата обращения: 27.11.2016)