

PERSONALISTIKA A BUDOUCNOST SOCIÁLNÍCH SÍTÍ V ČR

HUMAN RESOURCES AND FUTURE OF SOCIAL NETWORKS IN THE CZECH REPUBLIC

Lucie Böhmová, Antonín Pavlíček

Abstract: *The article is focused on social networks development in the Czech Republic and their influence on HR in organizations during the process of recruitment. The aim is to research, if the social networks could replace job boards as jobs.cz, prace.cz etc. Next aim of the thesis is to compare the form - how the companies offer new/vacant jobs on internet. Another focus is to discover how the HR specialists evaluate the use of social networks to help the recruitment of new employees and what their experience with this way of recruiting is.*

Keywords: *Human resources, Social networks, Job boards, Recruitment.*

JEL Classification: *M51.*

Úvod

Dřívější postupy v mezilidské komunikaci i v podnikání jsou doplňovány moderními nástroji, v poslední době např. sociální sítěmi. Původně byly sociální sítě převážně prostorem pro komunikaci mezi přáteli a navazování nových kontaktů. Dnes dochází k nárůstu zájmu o sociální sítě ze strany podnikatelského sektoru. Společnosti se zde propagují, nabízejí své produkty, udržují kontakt s klienty a nejnověji také hledají své zaměstnance. Sociální sítě se stávají významnou alternativou vůči doposud tradičnímu vyhledávání zaměstnanců přes pracovní portály (v ČR např. jobs.cz).

Cílem firmy je sice uspořít finance a čas při výběru zaměstnanců, ale na druhé straně by úspory neměly mít vliv na kvalitu potencionálních zaměstnanců, kterým mohou být právě již zmíněné sociální sítě, neboť o jedinci poskytují v mnoha ohledech více informací, než personalista může při pohovoru s kandidátem zjistit. V USA je selekce zaměstnanců přes sociální sítě běžnou praxí. V České republice se jedná o výzvu relativně novou.

Práce je zaměřená na sociální sítě a jejich vliv na HR (Human Resources) v organizacích při výběru nových zaměstnanců.

1 Sociální sítě již neslouží původnímu účelu

Sociální sítě začínají být využívány k jiným účelům než k těm, pro které byly původně vytvořeny. Typické je to pro Facebook a Twitter. Dle Qualmana: „Sociální mediální platformy, jako jsou Facebook, YouTube a Twitter zásadně mění způsoby jakým se chovají zákazníci a firmy. A to především tím, že spojují miliony lidí nástrojem okamžité komunikace.“ [1] Pro firmy, které se na sociálních sítích etablovaly, představuje nelehký úkol propojit tak odlišné obory jako je IT, zákaznické služby, marketing, management do jedné smysluplné komunikace. Musí přijít s novými postupy, rolmi a zodpovědnostmi, metrikami, strategií, zodpovědět na výzvy a právní otázky, které mohou vyvstat, viz Wollan a Smith. [2]

Sociální sítě tedy pronikají do různých oborů a oblast Human resources není výjimkou. Článek hledá odpovědi, zda mají šanci plně proniknout do oboru personalistiky a stát se plnohodnotným nástrojem pro hledání práce a výběr zaměstnanců. Případně zda jsou schopny obor HR posunout v nějakém směru kupředu nebo dokonce i nahradit velmi populární nástroje, jimiž jsou pracovní portály jako jobs.cz, prace.cz apod., které v současnosti oboru HR dominují.

Je ovšem jisté, že potenciál sociálních sítí pro oblast HR je velký. Například Breithbarth [3] ve své knize poukazuje na výhody otevření profilu na LinkedIn, přičemž zdůrazňuje, že nestačí mít jen profil, ale je třeba s ním i kvalitně pracovat.

2 Metody

Naše práce vychází nejen z teoretických základů, ale především z empirického výzkumu, který byl rozdělen do dvou vzájemně propojených částí:

- Analýza současných možností inzerce,
- dotazníkové šetření.

Analýzu současných možností inzerce reprezentuje tabulka Tab. 1, která srovnává tři způsoby online inzerce pracovních míst – pracovní portály, sociální sítě a webové stránky firmy. Pracovním portálům dlouhodobě dominuje server jobs.cz, proto byl vybrán jako vhodný zástupce celé skupiny. Sociální sítě reprezentuje Facebook (FB), LinkedIn a Twitter.

Dotazníkový průzkum byl proveden prostřednictvím stránky vyplnto.cz v období 18. 03. 2012 - 14. 04. 2012. Odkaz na dotazník byl rozeslán přímo personalistům v různých odvětvích v rámci ČR. Dotazník jsme šířili i na sociálních sítích LinkedIn a Facebook, v diskusních fórech a skupinách zaměřených na HR.

Celková návratnost byla 61,8 %. Z toho 77,9% pochází z e-mailu, 12,6% z LinkedInu a z Facebooku 2,3%. Ostatní zdroje jsou zanedbatelné. Jako ochranný prvek proti kumulaci odpovědí od jednoho respondenta, byla využita podmínka unikátní IP adresy.

Výzkumu se účastnilo 206 žen, čili 72,28% a 79 mužů, tedy 27,72%. Polovina respondentů spadá do věkové kategorie 25 - 34 let. Přibližně ¼ respondentů tvoří skupinu lidí ve stáří 35 - 44 let. 13,5% zastupují jedinci ve věku 45 - 54 let. Zbytek tvoří osoby ve věku 18 - 24 let a starší 55- ti let. Dle dělení velikosti firem na malý, střední a velký podnik a mikropodnik, v nichž respondenti pracují, je jejich poměrové zastoupení v dotazníku téměř vyrovnané. Obory a města, z kterých dotazovaní pochází, jsou z velké části ovlivněny tím, kam byl dotazník rozeslán. Proto je nejvíce zastoupena Praha, téměř ze 70%. Obory jako poradenství, zprostředkování, oceňování, informační technologie a služby celkem tvoří 43%. Výsledky výzkumu uvádíme ve 4. části práce.

3 Rozbor problému

3.1 Způsoby inzerce

Hledání kandidáta inzerce v papírové podobě lze v současné době již považovat takřka za archaismus. Statistika společnosti Cisco to jednoznačně potvrzuje. Ve zprávě Connected World Technology Report [4] přináší výsledky ukazující, jak se proměňuje přístup mladé generace k informacím a práci s moderními technologiemi.¹ Mladí lidé jsou ochotni

¹ Do každé z nich bylo zapojeno 1400 respondentů ze 14 zemí. V prvním případě šlo o univerzitní studenty a v druhém

přistoupit na nižší plat, pokud jim zaměstnavatel umožní volný přístup k sociálním sítím. „Potřeby a preference nové generace zaměstnanců ovlivní vývoj pracovního trhu – to, jak se jednotlivé společnosti těmto trendům přizpůsobí, ovlivní v budoucnu jejich konkurenceschopnost v boji o kvalifikované zaměstnance," řekl k výsledkům studie Jiří Devát, generální ředitel společnosti Cisco. [4]

Přestože aktuální nezaměstnanost v ČR je 6,7% [5], což teoreticky znamená statisíce volných pracovníků, bohužel kvalitních a dostatečně kvalifikovaných lidí je nedostatek. A protože klasická tištěná inzerce již nepostačuje, personalista musí sáhnout právě po moderních online metodách.

Existuje šest hlavních možností, jak ve virtuálním prostředí může personalista hledat kandidáty:

- Pracovní portály,
- agregátory pracovních nabídek,
- úřady práce,
- webové stránky konkrétních firem v záložce "volná místa",
- specializovaná diskusní fóra,
- sociální sítě.

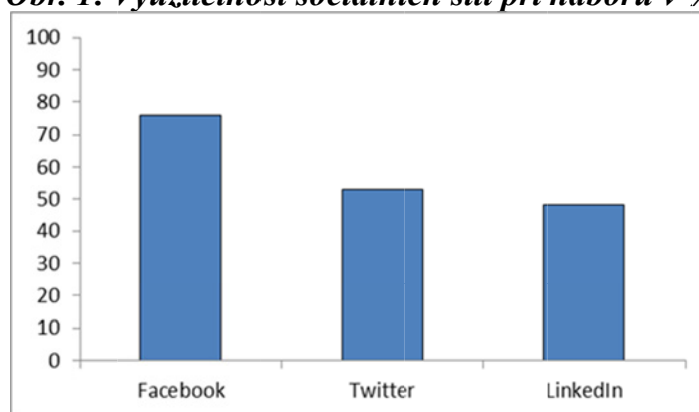
Sociální sítě jsou prostorem s velkým potenciálem pro HR a i čeští personalisté je začínají v poslední době objevovat. Dokládají to i výsledky studie, kterou realizovala společnost LMC na vzorku 234 českých personalistů, podle které sociální sítě typu Facebook nebo LinkedIn pracovníčně využívá 24 % dotázaných, 27 % z nich je užívá pouze k osobním účelům. 44% personalistů sociální sítě nevyužívá, protože by tím ztráceli čas. Zbýlých 11 % respondentů zvažuje nad použitím komunitních sítí do budoucna. [6]

Společnost Mashable [7] potvrzuje důležitost osobní prezentace uchazeče na internetu, především na sociálních sítích. Kromě kvalitního životopisu, který zašle uchazeč o práci zaměstnavateli, rozhoduje u přijímacího řízení také profil na sociálních sítích a jeho tzv. internetová stopa², kterou zanechává při každodenním působení a komunikaci na webu. Tyto aktivity mohou ovlivnit pozvání k pohovoru nebo dokonce přijetí do budoucího zaměstnání. 91% zaměstnavatelů lustruje uchazeče na internetu, velká část navíc ověřuje jejich on-line identitu na sociálních sítích. Z výzkumu vyplývá, že personalisté využívají pro zjištění doplňujících informací o uchazeči především následující zdroje: Facebook (76%), Twitter (53%) a také LinkedIn (48%), viz Obr. 1.

případě šlo o profesionály z praxe mladší 30 let.

² Těž digitální stopa - soubor informací, které za sebou uživatel internetu nechává ve formě např. příspěvků v diskusích, v sociálních sítích atd.

Obr. 1: Využitelnost sociálních sítí při náboru v %



Zdroj: Upraveno dle [7]

Personalisté přesto pracují se sociálními sítěmi jako se zajímavým doplňkovým nástrojem náboru. Hledají zde různé podrobnosti z profesního i soukromého života kandidátů, především pak v dnešní době reference a pracovní zkušenosti. [8]

„Rok 2011 byl rokem sociálních médií“ touto úvahou začíná světově uznávaný poradce v oblasti řízení lidských zdrojů a současný profesor managementu na San Francisco State University John Sullivan svůj článek na serveru ere.com, v němž shrnul 10 nejsilnějších trendů v oblasti náboru a řízení talentů pro rok 2012. [9] Mezi ně patří i posílení vlivu sociálních médií, která budou obsahovat stále relevantnější data. Také firemní programy doporučování talentů se více prováží se sociálními médii.

Odborný server ere.net publikoval předpověď pěti trendů, které lze v letošním roce očekávat v náboru pracovních sil. Nejdůležitějším předpokládaným trendem z pohledu sociálních sítí je vyhledávání a nábor zaměstnanců takzvaně just-in-time. „Trend přesunu vyhledávání zaměstnanců od statických databází k sociálním médiím bude nadále sílit. Tradiční databáze a talentové pooly budou nahrazeny online fóry a komunitami. Celé náborové kampaně bude možné realizovat v řádu dní nebo týdnů.“ [9]

I přes nástup sociálních sítí ale zůstávají pracovní portály dlouhodobě jedničkou pro nabízející i poptávající na trhu práce. V krátkodobém horizontu se tato pozice nezdá být ohrožena. Tento fakt lze ilustrovat na výsledcích studie společnosti Factum Invenio, která říká, že 80 % internetové populace vyhledává pracovní příležitosti prostřednictvím internetu. Z toho téměř pětina uživatelů míří na sociální síť a celých 75 % uchazečů hledá informace o nabídkách přímo na specializovaných pracovních portálech Jobs.cz a Práce.cz. [6]

Problémem sociálních sítí je mnoho různých kandidátů, u kterých však není jisté, zda práci skutečně poptávají a zda stojí právě o pozici v dané firmě. Výhodou specializovaného on-line prostoru, kterými jsou pracovní portály je to, že se zde koncentrují ti, kdo skutečně práci hledají. V loňském roce (2011) inzerovalo na dvou hlavních pracovních portálech na českém trhu zhruba 8 tisíc zaměstnavatelů. [6]

4 Empirický výzkum

4.1 Dotazníkové šetření

Cílem dotazníkového šetření byla analýza současného názoru a zkušeností personalistů v oblasti nábory pomocí sociálních sítí v porovnání s klasickými způsoby, jako je inzerce na pracovních portálech.

Dotazník obsahoval 20 otázek, které byly rozděleny do dvou logických celků. První část se věnovala využitelnosti, hodnocení a porovnávání sociálních sítí v nábory s pracovními portály. Obsahovala jak uzavřené, tak otevřené otázky, ve kterých respondenti mohli zhodnotit a vyjádřit svůj názor na sociální sítě a na pracovní portály, stejně tak uvést i svou osobní zkušenost. Druhá část měla identifikační charakter. Účelem této části bylo co nejpřesněji definovat respondenty po všech stránkách.

Výsledek dotazníkového šetření jasně ukázal na dominanci pracovních portálů v ČR, ale zároveň zřetelně evidoval vzestup sociálních sítí a především fakt, že jsou napevno etablovány na českém pracovním trhu.

Konkrétní výsledky jsou pak tyto: Závěr z otázky „Jak vyhledáváte nové zaměstnance?“ je, že personalisté³ hledají nejvíce pomocí inzercí na pracovním portálu (jobs.cz, práce.cz, správe.cz a jiné) a to konkrétně ze 77.78%, což je oproti možnosti „Zveřejněním pozice na sociální síti (Facebook, LinkedIn, Twitter a jiné)“ téměř třikrát tolik (25.07%), viz Obr. 2.

Obr. 2: Jak vyhledáváte nové zaměstnance?



Zdroj: [10]

Z dotazníku také vyplynulo, že personalisté, kteří sami používají sociální sítě ve svém osobním životě, pak daleko více inklinují k využívání sociálních sítí i pro pracovní účely. V tomto konkrétním případě, pro selekci kandidátů.

Výzkum dále ukazuje, že personalisté z velkých firem si ve valné většině myslí, že sociální sítě mají budoucnost a to ať už jako doplněk, či hlavní způsob hledání kandidátů. Důvodem může být skutečnost, že velké firmy jsou často součástí nadnárodních řetězců.

³ Pojmem personalisté v tomto výzkumu rozumíme osoby, které mají určité kompetence a rozhodovací pravomoc při nábory zaměstnanců.

A pokud pochází řetězce ze zámoří, tak mohou být jejich zaměstnanci i v ČR ovlivněni celkovou firemní kulturou. I personalisté, kteří doposud nepřijali, žádného zaměstnance na základě kontaktu ze sociálních sítí, profily kandidátů alespoň občas sledují.

Dotazníkové šetření poukázalo zjištění, že personalisté, jejichž firma je na sociálních sítích a zároveň organizuje recruitment po sociální síti, jsou nejčastěji ve věku od 18 do 34 let. Potvrzuje se tak předpoklad, že mladší generace má tedy k sociálním sítím a k moderním technologiím blíže, než ta starší.

4.2 Porovnání jednotlivých způsobů online inzerce

Analýza současných možností online inzerce ukazuje výhody sociálních sítí oproti pracovním portálům a webovým stránkám. Mezi nejdůležitější patří např. cena, kdy je možná inzerce zdarma, rychlost (okamžité zobrazení) a digitální stopa. Personalisté si výhody sociálních médií uvědomují. Potvrzují to výsledky dotazníkové šetření v otázce „Jaké výhody sociálních sítí vnímáte při náboru zaměstnanců?“, viz Obr. 3.

Tab. 1: Porovnání jednotlivých způsobů online inzerce

	pracovní portál (jobs.cz)	FB	LinkedIn	Twitter	webové stránky firmy
inzerce	ano	ano	ano	ano	ano
prohlížení CV	ano	ne	ano	ne	ne
doplňující informace o uchazeči	ne	ano	ano, ale velmi omezeně	ano	ne
cena (za inzerát)	2500 – 7900 Kč	zdarma	příspěvek do skupiny zdarma, inzerát 2700 - 4300 Kč	zdarma	zdarma
typ pracovníků	linioví, střední management, vysokoškoláci	mladí lidé	specialisté, top a střední management	specialisté	lidé, aktivně hledající práci
výhody	velký počet odpovědí, vyhledávání v databázi CV, téměř neomezeně dlouhý inzerát	zobrazení sdíleného obsahu a tzv. digitální stopy, zvýšení návštěvnosti firemní FB stránky	zobrazení CV, možnost si přečíst reference a podívat se na okruh přátel a zájmových skupin	snadné oslovení specialistů i ze světa	odpovědi aktivních jedinců, kteří mají zájem o konkrétní firmu
nevýhody	cena, velké množství nerelevantních odpovědí	nejistota, že na inzerát někdo odpoví, nedůvěra v FB	aktivitu musí vynaložit personalista	omezený počet znaků, v ČR málo používaný	omezená šířitelnost a nízká odezva na inzerát

Zdroj: autoři

Obr. 3: Jaké výhody sociálních sítí vnímáte při náboru zaměstnanců?



Zdroj: [10]

Závěr

Personalistika je dynamicky se rozvíjejícím oborem. I přes to, že zatím nemá dlouhou historii, můžeme pozorovat několik vývojových stádií. Podobně jsou na tom i sociální sítě, jejichž historie je přibližně stejně dlouhá právě jako u oboru HR. Došlo k průniku obou odvětví a je pravděpodobné, že se budou v následujících letech čím dál tím více přibližovat a propojovat.

Sociální sítě už nahradily v internetové komunikaci např. chat ICQ či blogy. Twitter částečně nahradil krátké textové zprávy, v jejichž délce byl i naprogramován. Sociální sítě dávno neslouží pouze k zábavě, komerční využití nezadržitelně nastupuje. Nejedná se výhradě o reklamu, ale i o získávání informací a využití pro HR, především pro nábor zaměstnanců.

Sociální sítě tento trend evidují a začaly se mu obratně přizpůsobovat. Ty největší, mezi které řadíme Facebook, LinkedIn, i Twitter vyvinuly nové nástroje pro efektivní propojení s trhem práce. Prvenství ve vztahu k HR drží LinkedIn, sociální síť pro profesionály, která je svou podstatou předurčená k využití pro personalistiku. Facebook je sice největší sociální sítí, což je do jisté míry i jeho problémem. Hojně je využíván především ze strany personalistů, kteří se chtějí dozvědět o zájemci na pracovní místo více než jim sdělí LinkedIn, případně motivační dopis či životopis. Twitter taktéž vyvíjí nové způsoby, jak umožnit setkání nabídky a poptávky na trhu práce.

V zahraničí jsou sociální sítě využívány jako běžný prostředek, pro hledání zaměstnanců, i když je samozřejmé, že touto cestou nelze hledat všechny typy profesí. V České republice je využívání sociálních sítí v personalistice na počátku, ale už teď je patrný jejich velký potenciál.

Na základě výzkumu a získaných sekundárních dat se domníváme, že sociální sítě nejsou schopny plně nahradit webové stránky firem ani pracovní portály. Webové stránky jsou pro velké společnosti dostatečným prezentačním kanálem volných pozic a také významnou úsporou financí. Nelze tedy očekávat, že by se tohoto nástroje v budoucnu vzdaly. Situace pracovních portálů je obdobná. Významným důvodem je především fakt, že například dělnické profese jsou pro nábor na sociálních sítích nevhodné. Na pracovních portálech ovšem lze s úspěchem tyto pracovníky nalézt. Vymizení pracovních portálů nelze minimálně v krátké budoucnosti očekávat.

Přesto nárůst významu sociálních sítí je nesporný. Personalisté v nich vidí budoucnost a někteří je již s úspěchem využívají. Sociální média budou vhodným alternativním prostředkem a předpokládáme, že dojde k souběžnému fungování všech zmíněných nástrojů náboru.

Poděkování

Tento článek byl zpracován s podporou výzkumného projektu: IGA VŠE č. F4/16/2012 „Význam a vliv sociálních sítí na formování informační společnosti a sociálně-ekonomického prostředí“ vedeným Ing. PhDr. Antonín Pavlíček, Ph.D.

Reference

- [1] QUALMAN, E. *Digital Leader: 5 Simple Keys to Success and Influence*. McGraw-Hill; 1 edition, 2011. ISBN 978-0071792424.
- [2] WOLLAN, E., ZHOU, C., SMITH, N. *The Social Media Management Handbook: Everything You Need To Know To Get Social Media Working In Your Business*. Wiley; 1 edition, 2011. ISBN 978-0470651247
- [3] BREITBARTH, W. *The Power Formula for LinkedIn Success: Kick-start Your Business, Brand, and Job*. Greenleaf Book Group Llc, 2011. ISBN 978-1608320936.
- [4] CISCO. 2011. *Connected World Technology Report*. Cisco.com. [Online] 2011. [Citace: 12. 07. 2012.] Dostupné na WWW: <<http://www.cisco.com/web/CZ/about/news/2011/071111.html>>.
- [5] ČSÚ. 2012. *Statistika nezaměstnanosti vydaná 03. 02. 2012*. Český statistický úřad. [Online] 2012. [Citace: 29. 08. 2012.] Dostupné na WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/zamestnanost_nezamestnanost_prace>.
- [6] Jobs.cz. 2010. *Pracovní portály vedou nad sociálními sítěmi*. Jobs.cz. [Online] 2010. [Citace: 02. 06. 2012.] Dostupné na WWW: <<http://www.jobs.cz/poradna/novinky/aktualni-clanek/article/pracovni-portaly-vedou-nad-socialnimi-sitemi/>>.
- [7] Mashable.com. 2011. *Social networks study*. Mashable.com. [Online] 2011. [Citace: 11. 06. 2012.] Dostupné na WWW: <<http://mashable.com/2011/10/23/how-recruiters-use-social-networks-to-screen-candidates-infographic/>>.
- [8] BÁRTOVÁ, K. 2010. *Sociální sítě – moderní cesta k nové práci*. E15.cz. [Online] 2010. [Citace: 12. 06. 2012.] Dostupné na WWW: <<http://zpravy.e15.cz/kancelar/kariera-a-vzdelani/socialni-site-moderni-cesta-k-nove-praci-280962>>.
- [9] HRnews. 2012. *Co čeká nábor v roce 2012?* HRnews.cz. [Online] 2012. [Citace: 02. 06. 2012.] Dostupné na WWW: <<http://www.hrnews.cz/lidske-zdroje/personalni>>.

-marketing-id-148675/co-ceka-nabor-v-roce-2012-id-1524952>.

- [10] BÖHMOVÁ, L. Sociální sítě a jejich využití v náboru zaměstnanců (výsledky průzkumu). VypInTo.cz [Online] 2012. [Citace: 20. 05. 2012.] Dostupné na WWW: <<http://socialni-site-a-jejich-vyuzi-2.vypInTo.cz>>.

Kontaktní adresa

Ing. Lucie Böhmová

Vysoká škola ekonomická, Fakulta informatiky a statistiky, Katedra systémové analýzy
nám. W. Churchilla 4, 130 67 Praha 3, ČR

E-mail: lucie.bohmova@vse.cz

Tel. číslo: 608 804 462

Ing. PhDr. Antonín Pavlíček, Ph.D.

Vysoká škola ekonomická, Fakulta informatiky a statistiky, Katedra systémové analýzy
nám. W. Churchilla 4, 130 67 Praha 3, ČR

E-mail: antonin.pavlicek@vse.cz

Tel. číslo: 608 737 872

Received: 31. 08. 2012

Reviewed: 25. 10. 2012

Approved for publication: 04. 04. 2013