

ОЦЕНКА СОИСКАТЕЛЯ С ПОМОЩЬЮ ПРОФАЙЛИНГА СТРАНИЦЫ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ

EVALUATION OF THE APPLICANT BY PROFILING A PAGE ON A SOCIAL NETWORK

ПОЛУЧЕНО 25.01.2024 ОДОБРЕНО 29.01.2024 ОПУБЛИКОВАНО 25.04.2024

УДК 159.9 DOI 10.12737/2305-7807-2024-13-2-77-82



ГАСПАРОВИЧ Е.О.

Канд. пед. наук, доцент кафедры «Управления персоналом и психологии», ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет им. первого Президента РФ Б.Н. Ельцина», г. Екатеринбург

GASPAROVICH E.O.

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Department of Personnel Management and Psychology, Ural Federal University, Ekaterinburg

e-mail: geo1605@yandex.ru



ДУДИНА А.Н.

Магистрант 2 курса кафедры «Управления персоналом и психологии», ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет им. первого Президента РФ Б.Н. Ельцина», г. Екатеринбург

DUDINA A.N.

2st year of Master's Degree Student, Department of Personnel Management and Psychology, Ural Federal University, Ekaterinburg

e-mail: dudina_a.n@mail.ru

Аннотация

В настоящий момент многие компании рассматривают кандидатов без опыта работы. Все объективные сведения для оценки соискателя отсутствуют, но при этом почти каждый человек находит свою первую работу. При отсутствии базовых характеристик при приеме на работу кадровым службам необходимо подходить к оценке кандидата с других сторон. Одним из способов составления портрета кандидата является анализ его страницы в социальных сетях. Социальные сети могут служить хорошим источником информации об увлечениях, интересах, прошлых проектах соискателя. Для качественной оценки социальных сетей применяется технология профайлинга.

Теоретический анализ, представленный в исследовании, показал, что имеется многообразие методик профилирования людей, применяемых в различных сферах, включая кадровые службы. Наиболее перспективной технологией является оценка соискателя с помощью цифрового профайлинга.

В ходе исследования была выявлена проблема составления полного портрета кандидата при условии отсутствия в резюме базовых характеристик для оценки (опыт работы, стаж, приобретенные навыки и достижения).

Новизна исследования заключается в том, что технология профайлинга соцсетей не имеет широкого распространения среди кадровых служб.

Практическая значимость применения профайлинга соцсетей заключается в том, что именно на основе данной технологии рекрутер может сделать первичный вывод о соискателе, который не имеет опыта работы.

Ключевые слова: оценка кандидатов, профилирование соискателя, профайлинг соцсетей, подбор персонала, страница в социальной сети.

Abstract

At the moment, many companies are considering candidates without work experience. There is no objective information to evaluate the applicant, but at the same time almost everyone finds their first job. In the absence of basic characteristics when hiring, HR services need to approach the evaluation of the candidate from other sides. One of the ways to make a portrait of a candidate is to analyze his page on social networks. Social networks can serve as a good source of information about hobbies, interests, and past projects of the applicant. Profiling technology is used for qualitative assessment of social networks. The theoretical analysis presented in the study showed that there is a variety of methods of profiling people used in various fields, including personnel services. The most promising technology is the evaluation of the applicant using digital profiling.

In the course of the study, the problem of compiling a complete portrait of a candidate was identified, provided that there are no basic characteristics for evaluation in the resume (such as work experience, seniority, acquired skills and achievements).

The novelty of the study lies in the fact that the technology of social media profiling is not widely used among HR services.

The practical significance of the use of social media profiling lies in the fact that it is on the basis of this technology that a recruiter can make a primary conclusion about an applicant who has no work experience.

Keywords: candidate evaluation, applicant profiling, social media profiling, recruitment, social network page.

АКТУАЛЬНОСТЬ И НОВИЗНА ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМАТИКИ СОСТАВЛЕНИЯ ПОЛНОГО ПОРТРЕТА СОИСКАТЕЛЯ С ПОМОЩЬЮ ТЕХНОЛОГИИ ПРОФАЙЛИНГА

Каждый человек в жизни проходит этап поиска работы в первый раз. У таких кандидатов нет трудовой книжки, характеристики с прошлого места работы и стажа. *Актуальность* исследования в области технологии подбора кан-

дидатов без опыта работы продиктована отсутствием определения выпускников вузов в определенные компании, а также повсеместной цифровизацией. *Проблема* составления полного портрета соискателя представляет огромную значимость при подборе персонала, а также оказывает влияние на работу кадровых служб. *Целью* исследования является анализ технологии цифрового профайлинга и обоснование актуальности данного метода, который способствует эффективному составлению профиля кандидата с «пустым» резюме. *Задачи* исследования: провести оценку рынка труда России; проанализировать компоненты профилирования

личности по странице в соцсети; рассмотреть юридические аспекты использования технологии цифрового профайлинга; определить эффективность внедрения технологии на примере предприятия.

Новизна исследования заключается в том, что технология профайлинга соцсетей не имеет широкого распространения среди кадровых служб, хотя является эффективным способом оценки кандидата.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВА ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМАТИКИ СОСТАВЛЕНИЯ ПОЛНОГО ПОРТРЕТА СОИСКАТЕЛЯ С ПОМОЩЬЮ ТЕХНОЛОГИИ ПРОФАЙЛИНГА

В качестве теоретико-методологической основы исследования проблематики составления портрета соискателя без опыта работы изучены научные методологические труды, методические разработки ведущих отечественных и зарубежных авторов. Рассматривают профайлинг как способ оценки кандидатов большое количество российских ученых: Ветрова Т.В. [2], Галанова Е.В. [5], Латынов В.В. [10], Петракова Е.Е. [13] и др. В данный момент отмечается увеличение изучения вопроса, связанного с цифровыми технологиями профайлинга. В работах таких авторов как Гусев А.Н. (технология многоуровневого анализа голоса) [7], Филатов А. (разработка «СерчИнформ») [17], Ледовая Я.А. [11], рассмотрены современные методики автоматизированного профайлинга.

Следует отметить работы польского ученого М. Косински, который говорит о том, что искусственный интеллект способен определить по внешности человека огромное количество характеристик личности, в том числе политические взгляды.

Многие ученые проводят анализ внедрения цифрового профайлинга как эффективного способа подбора кандидатов. А. Кулик [9] сообщает о том, что «эйчар-профайлер» — это ценный специалист, который может грамотно укомплектовать штат, знает индивидуальные принципы мотивации для каждого сотрудника и способен составить его профайл личности.

Выявление гендерных особенностей профайлинга раскрывается в исследовании Гаспарович Е.О., Коваленко Т.К., Токарева А.Г. [3]. Специфика профайлинга в работе с лицами с ограниченными возможностями здоровья освещена в исследовании Усковой Е.В., Котовой Е.М. [4].

Проанализировав работы в области профайлинга, можно сделать вывод, что данная методика широко применяется в работе кадровых служб, а наиболее перспективным направлением ее развития является цифровизация данной технологии.

ОБОСНОВАНИЕ АКТУАЛЬНОСТИ ЦИФРОВОГО ПРОФАЙЛИНГА

В настоящее время термин «профайлинг» подразумевает «комплекс методов и методик оценки и прогнозирования поведения человека на основе анализа наиболее информативных признаков, характеристик внешности и поведения» [5, с. 5]. Профайлинг в социальных сетях также оценивает человека, позволяет сформировать его портрет, а также предугадать поведение на основе таких характеристик, как геолокация, лайки, репосты, фотографии и т.д. Профайлинг в социальных сетях можно условно разделить на несколько групп: массовый профайлинг и сегментирование (полезно в области маркетинга и прикладных бизнес-задач, позволяет

определить целевую аудиторию); индивидуальный профайлинг и сбор информации (помогает охарактеризовать по тому или иному критерию человека, какую информацию можно собрать о человеке. В основном используется в области кадровой безопасности); фейсбук-психодиагностика (профилирование человека на основе его странички в соцсети).

Большинство компаний стремятся набрать в свой коллектив квалифицированных специалистов, обладающих опытом и знаниями. Они предъявляют высокие требования к кандидатам на этапе подбора персонала. Но у каждой организации есть своя специфика работы. Например, некоторые будут обращать внимание на возраст соискателя, который важен в таких сферах, как аниматор в детские комнаты или продавец-консультант в магазин молодежной одежды. Такие компании готовы рассмотреть молодых кандидатов, не имеющих опыта работы. Рассмотрим рынок вакансий без опыта работы. На данный момент таких предложений довольно много, самыми популярными являются: менеджер по продажам, продавец-консультант, сотрудник call-центра, курьер и официант. В основном данные должности связаны с обслуживанием и коммуникацией с клиентами компаний.

Количество населения России в возрасте от 18 до 24 лет на 2022 г., по данным государственной статистики, составляет 12,4% числа людей трудоспособного возраста [16]. Компания HeadHunter в 2020 г. проводила опрос, в котором приняло участие более 7 тысяч соискателей. Половина опрошенных начали работать в 17 лет и раньше [12]. Согласно результатам опроса, проведенного порталом для поиска работы SuperJob в 2021 г., 44% россиян устраиваются на первую работу до совершеннолетия. Наиболее активная группа поиска работы находится в возрастном диапазоне от 18 до 21 года и составляет 42% [14]. Таким образом, можно сделать вывод, что категория людей, впервые устраивающихся на работу, находится в диапазоне от 18 до 24 лет.

XXI в. является веком технологий и цифровизации. Согласно мировым исследованиям в 2020 г. почти 60% населения планеты могут выходить в интернет. Россия входит в топ-15 стран, наиболее зависимых от интернета. Средний показатель по России — 7 часов 17 минут в день нахождения в режиме онлайн [6].

Социальные сети сейчас — это глобальные платформы, с помощью которых люди не только общаются, но и транслируют свои ценности, привычки и увлечения. Выборка социальных сетей, наиболее популярных в России, представлена на рисунке.

Как можно заметить, самой популярной сетью является ВКонтакте с показателем 75,3%. По данным отчета Вконтакте за 2022 г., дневная аудитория в России составляет 51,1 млн человек [6]. Довольно близко находится WhatsApp с разницей всего 4%. Исходя из диаграммы, можно заметить, что наименее популярной социальной сетью является TikTok.

Таким образом преобладающей социальной сетью в России является ВКонтакте. Обратимся к социально-демографическим показателям данной соцсети. Согласно отчету платформы ВК, наибольшее количество времени ВКонтакте проводят пользователи до 24 лет [6]. Учитывая, что возрастной диапазон соискателей без опыта работы находится от 18 до 24 лет, можно сделать вывод, что ВК — наиболее подходящая социальная сеть для оценки странички кандидатов, впервые ищущих работу.

Для большинства вакансий важным этапом отбора является сбор дополнительных сведений о кандидате [8, с. 22]. Рекрутер, просматривая соискателей на порталах по поиску сотрудников, часто сталкивается с большим количеством

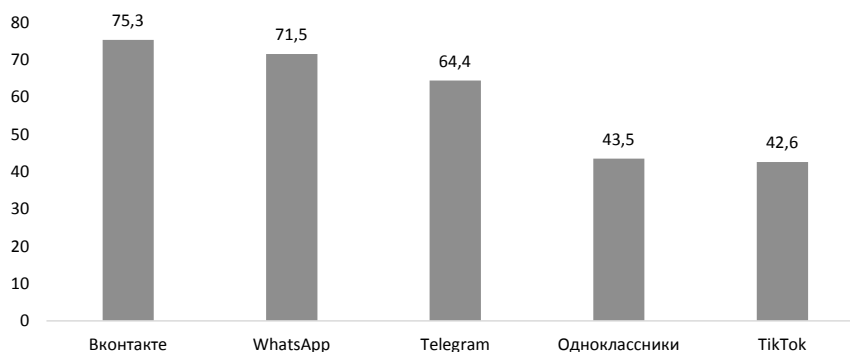


Рис. Частота использования соцсетей в России 2023 г., %

так называемых «пустых» резюме. В таких резюме соискатели обычно указывают основную информацию о себе: ФИО и контактный телефон. Практически все резюме этой категории содержат фразу «без опыта работы». Некоторые соискатели прикрепляют личную фотографию, но такой способ привлечения внимания используют не все. Рекрутеру довольно сложно выбрать кандидата в огромном количестве пустых резюме, которые отличаются только именами соискателей. Приглашение каждого такого кандидата на собеседование является неэффективным использованием рабочего времени сотрудника кадровой службы. В то же время кандидат без опыта стремится найти свою первую работу и заинтересован в том, чтобы его заметили. Но так как в резюме он не может описать свои профессиональные достижения на рабочем месте, ему нужно использовать другие методы. Например, прикрепить к резюме свою страницу в соцсети. Страница в социальной сети является настоящим цифровым портретом личности. Рекрутер может найти важную информацию о кандидате, которая не указана в резюме.

Профайлинг социальных сетей — это процесс сбора, анализа и использования данных пользователей для создания профилей, которые отражают их личные характеристики, интересы и поведение в сети. Цифровой профайлинг является неотъемлемой частью работы кадрового специалиста. Опрос, проведенный hh.ru, показал, что 84% работодателей проверяют страницы в соцсетях, что говорит о широком распространении данной технологии в сфере подбора персонала.

ОЦЕНИВАЕМЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРИ АНАЛИЗЕ СТРАНИЦЫ В СОЦСЕТИ

Совокупность таких характеристик, как посты, фотографии, личная информация на странице, социальная активность и лайки пользователя, «служат дополнительным источником для поиска конгруэнтности представленным соискателем резюме, составления предварительного профиля личности конкретного пользователя как потенциального кандидата предприятия, его сотрудника или клиента» [5, с. 61].

Рассмотрим, что именно можно анализировать в соцсетях.

1) Время, проведенное в сети. В данной категории можно анализировать такие показатели, как количество заходов за интервал времени (по результатам исследований, у людей, заходящих в соцсети больше 12 раз в сутки, более высокий уровень тревожности); наиболее частое время захода в сеть (человек может быть максимально активен в разное время суток, что частично показывает его привычки); количество мобильного и десктопового трафика (позволяет оценить, какое устройство человек использует для соцсетей).

2) Геолокация. Классические приложения собирают большое количество информации о передвижениях пользователя. Для анализа могут быть интересны паттерны передвижения; места, где наибольший процент логинов (например, парк или какое-либо кафе); маршруты передвижения; места максимального постинга (в каких локациях пользователей выкладывает наиболее количество постов).

3) Лайки. В форме лайка люди в соцсетях могут высказать свое одобрение или несогласие с чем-либо. Наиболее распространенные характеристики: кому, когда, с какой периодичностью человек ставит лайк; какому контенту/пользователю/группе (благодаря этому пункту можно оценить интересующую пользователя тематику); посты/картинки/группы (характеристики отмеченных постов, каким темам они посвящены); тегирование лайка (позволяет определить, чему посвящен лайк. Например, какой тип музыки предпочитает пользователь — тяжелый рок/латинская музыка / классическая).

4) Личная информация. Наиболее широкая категория для анализа. К ней можно отнести: персональную информацию (дата рождения, место проживания, родственники); фотографии (наличие или отсутствие личных фотографий, ракурс и фон); образование и дополнительное образование (например, музыкальное или хореографическое); карьерный путь; отношение и социальный статус (количество друзей); интересы (фильмы, аудиозаписи, видео); социальные связи; группы и паблики (есть ли подписки на запрещенные тематики). Также интересным для анализа является конгруэнтность показателей (например, если в статусе пользователя сообщается о том, что любит кошек, то в видеозаписях, отмеченных постах и группах, у него обязательно найдется контент, связанный с кошками).

5) Посты и тексты. Также присутствует большое количество характеристик: периодичность постов; размер текстов и кому они посвящены; какие слова использует автор чаще всего (сленг или официальный стиль); количество репостов и лайков на постах.

Таким образом, можно сделать вывод, что существует огромное количество параметров, которые можно проанализировать благодаря профайлингу в социальных сетях и составить наиболее полное представление о кандидате.

Не все из перечисленных характеристик можно оценить без помощи компьютерных программ. Помимо использования собственных сил рекрутер может воспользоваться как платными, так и бесплатными помощниками анализа страницы в социальной сети. К таким относятся Feedspry, анализирующая контент по лайкам и комментариям; программа VK LikeChecker, сканирующая социальную сеть ВКонтакте и выдающая отчет по публикациям, которые пользователь отметил как «понравившиеся» за определенный период времени; алгоритм SocialDataHub, собирающий все открытые

данные из социальных сетей и дающий достаточно полный цифровой профиль пользователя.

Персональные данные являются важным объектом человеческой жизни. Большинство населения стремится сохранить данные о себе в безопасности. Многие пользователи социальных сетей не воспринимают свои страницы как активные площадки для поиска работы, оставляя их закрытыми или не освещая аспекты своего образования. Но данная тенденция идет на спад [15, с. 50]. Так как социальные сети не являются общедоступным источником персональных данных, чтобы обрабатывать информацию, полученную из них, необходимо получать прямое согласие. Для того чтобы профайлинг социальных сетей отвечал требованиям законодательства, соискатель должен дать свое согласие на предоставление личной информации о себе. Согласно статье 9 ФЗ «О персональных данных» «согласие на обработку персональных данных может быть дано субъектом персональных данных или его представителем в любой позволяющей подтвердить факт его получения форме» [1]. Следовательно, если соискатель самостоятельно принимает решение прикрепить в резюме ссылку на свою личную страницу в соцсети, то он дает согласие на обработку персональных данных.

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ ПРОФАЙЛИНГА СОЦСЕТЕЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Для более четкого анализа проблемы рассмотрим ее на конкретном предприятии — сети квестов «А». Организация реализует зрелищно-развлекательную деятельность: проведение квестов и перфомансов для разных возрастных категорий. Приоритетными задачами организации являются создание новых проектов, поддержание сервиса и качества предоставляемых услуг на стабильно высоком уровне. Специфика индустрии развлечений состоит в том, что рынок этих услуг является одним из самых динамичных и развивающихся, готовый всегда удовлетворить быстрорастущие потребности потребителей. В связи с этим сотрудники, работающие на предприятиях досуговой сферы, это, по большей части, молодые люди, активно следящие за трендами в мире, при этом нет учебных заведений, которые бы обучали таким профессиям, да и специфика работы предполагает обучение на месте.

По данным кадрового специалиста в сети квестов, для 97% сотрудников данная организация является первым местом работы. Таким образом, можно сделать вывод, что большинство резюме, просматриваемых рекрутером, относятся к категории «пустых». Но так как компании нужны молодые и творческие сотрудники, преимущественно до 25 лет, рекрутеру необходимо искать дополнительную информацию о кандидатах. Именно технология цифрового профайлинга может повысить эффективность подбора сотрудников.

Рассмотрим применение технологии профайлинга на этапе подбора персонала на должность актера в сеть квестов. Задача актера не только перевоплощаться в различные образы в зависимости от сценария, но также коммуницировать с игроками на рабочем месте и консультировать потенциальных клиентов по телефону. На моменте выбора кандидатов по резюме рекрутер может найти страницу кандидата в социальной сети и провести первичный профайлинг. Если у выбранного на должность человека множество фотографий в разнообразных образах, с разных ракурсов, то можно сказать, что кандидат не стесняется выражать себя в разных стилях. Люди с высоким уровнем экстраверсии, как правило, чаще используют групповые фото (например,

фотографии себя с другими) в качестве обложки профиля, и эти люди также имеют больший круг общения в офлайн-мире. Экстраверты — это общительные люди, которые удовлетворяют свои потребности в общении с людьми. Для организации, целью которой является постоянная поддержка и консультирование своих клиентов, очень важно иметь сотрудников, для которых разговор как лично, так и по телефону не вызывает трудностей. Если же у кандидата, наоборот, всего одна фотография или картинка, то скорее всего, этому человеку будет не только довольно сложно показать себя перед другими в смешной роли, но и частое общение станет отталкивающим от работы фактором. Таким образом, рекрутер только по наличию и содержанию фотографий может определить степень готовности человека к должности.

Помимо фотографий на странице в социальной сети может быть указана дополнительная информация про увлечения и хобби кандидата. Например, человек публикует записи о том, как они с друзьями играют в настольные игры или ежемесячно ходят на различные викторины. Конкретно для сети квестов это важный показатель. Целевая аудитория квестов в реальности — это люди, которые любят головоломки и загадки, необычные факты, интересуются разными аспектами жизни. Точно такими же словами можно описать любителей настольных игр. Рекрутер после собеседования и принятия на должность такого кандидата удовлетворит не только потребности персонала в самореализации, но и цели компании. Если ролевые и настольные игры являются хобби, то такому человеку будет в радость поделиться увлечением с другими. Это не является его должностной обязанностью, но он может организовать вечер игр внутри коллектива, попробовать различные форматы и концепции. После тестовых игр с коллегами сотрудник способен провести мероприятие с такой же тематикой, но уже для клиентов компании. Благодаря этому, у организации появится новый способ привлечения дополнительной аудитории, создания уникальных событий, которых еще нет на рынке, а сотрудник сможет развиваться в своем увлечении.

Для оценки эффективности внедрения технологии цифрового профайлинга были взяты данные за два года по приему и выбытию сотрудников (см. таблицу).

Таблица

Сравнение показателей по персоналу за 2021 и 2022 гг.

	2021 год	2022 год
Количество резюме	944	968
Количество приглашений	561	288
Количество собеседований	316	241
Количество принятых сотрудников	15	16
Количество уволившихся	7	4

Проанализировав показатели из таблицы, можно сделать вывод, что в 2021 г. количество приглашений из всех откликов было почти 60%, что говорит о массовой рассылке приглашений на интервью. До этапа собеседования доходило 56% приглашенных. Если сравнивать показатели с 2022 г., то можно заметить, что количество приглашений сократилось почти на 30%, так как рекрутер стал использовать методы цифрового профайлинга. На собеседования были приглашены только кандидаты, которые действительно были заинтересованы в данной вакансии. Количество проведенных собеседований в процентном соотношении выросло и составило 83%. Можно сделать вывод, что рекрутер с помощью технологии анализа страницы в соцсети из числа всех соискателей смог выбрать кандидатов, которые целенаправленно отправили в резюме в данную компанию, а не в еще 20 организаций.

Проведя анализ научных трудов, методик и технологий цифрового профайлинга, а также на основе современных социально-экономических условия была обоснована актуальность использования системы профилирования соискателя по странице в социальной сети. Данная технология поможет рекрутеру эффективно использовать свое рабочее время, приглашая на собеседования только потенциально заинтересованных кандидатов. К тому же, благодаря цифровому профайлингу специалист может составить более четкий профиль соискателя, не имевшего ранее опыта работы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» (ред. 06.02.2023).
2. *Ветрова Т.В., Статный В.М.* Место профайлинга в системе наук о человеке. Виды и отрасли профайлинга // *International journal of professional science*. 2019. № 12. С. 13–21 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mesto-profaylinga-v-sisteme-nauk-o-cheloveke-vidy-i-otrasli-profaylinga> (дата обращения: 02.11.2023).
3. *Гаспарович Е.О., Коваленко Т.К., Токарева А.Г.* Гендерные особенности профессиональной мотивации карьерных ориентаций на разных этапах профессионального пути // *Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России*. — 2018. — Т. 7, № 3. — С. 23–28. — DOI 10.12737/article_5b50923c02a5c2.01767413. — EDN XWCGTZ.
4. *Гаспарович Е.О., Ускова Е.В., Котова Е.М.* Организационная культура и социальная ответственность вуза как факторы успешной адаптации студентов с ограниченными возможностями здоровья // *Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России*. — 2020. — Т. 9, № 1. — С. 42–47. — DOI 10.12737/2305-7807-2020-42-47. — EDN AVSFVF.
5. *Галанова Е.В.* Профилирование личности на основе анализа ее аккаунта в социальных сетях // *Инновационная наука*. 2019. № 2. С. 58–61 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/profilirovanie-lichnosti-na-osnove-analiza-ee-akkaunta-v-sotsialnyh-setyah> (дата обращения: 02.11.2023).
6. Годовой отчет VK за 2022 год: ключевые достижения. Официальный сайт. URL: <https://vk.com/company/ru/investors/results/#annualReports> (дата обращения: 03.11.2023).
7. *Гусев А.Н.* Об использовании многоуровневого анализа голоса при производстве комплексных экспертных исследований / А.Н. Гусев, Я.А. Бондаренко // *Эксперт-криминалист*. — 2020. — № 4. — С. 12–15. URL: <https://www.nemesysco.com/wp-content/uploads/2020/06/possibilities-and-advantages-of-using-Layered-Voice-Analysis-LVA.pdf> (дата обращения: 02.11.2023).
8. *Илларионова Е.С.* Изменение ожиданий участников процесса найма и отбора персонала в связи с появлением цифровых инструментов // *Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России*, 12 (2), 20–23. DOI 10.12737/2305-7807-2023-12-2-20-23
9. *Кулик А.* Анализ личности по социальным сетям как эффективный метод подбора кадров / Личный блог А. Кулик. URL: <https://anna-kulik.ru/analiz-lichnosti-po-socialnym-setyam-kak-effektivnyj-metod-podbora-kadrov/?ysclid=lojt8yq8cd37600498> (дата обращения: 03.11.2023).
10. *Латынов В.В., Овсянникова В.В.* Прогнозирование психологических характеристик человека на основании его цифровых следов // *Психология. Журнал ВШЭ*. 2020. № 1. DOI: 10.17323/1813-8918-2020-1-166-180 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prognozirovanie-psihologicheskikh-harakteristik-cheloveka-na-osnovanii-ego-tsifrovyyh-sledov> (дата обращения: 04.11.2023).

11. *Ледовая Я.А., Тихонов Р.В., Боголюбова О.Н.* Социальные сети как новая среда для междисциплинарных исследований поведения человека // *Вестник СПбГУ. Серия 16: Психология. Педагогика*. 2017. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-kak-novaya-sreda-dlya-mezhdistsiplinarnyh-issledovaniy-povedeniya-cheloveka> (дата обращения: 04.11.2023).
12. Первая работа до 18 лет? // *HeadHunter: [сайт]*. — 2020. — URL: <https://ekaterinburg.hh.ru/article/27860?ysclid=locngqkes991023155> (дата обращения: 02.11.2023).
13. *Петракова Е.Е.* Исследование практики применения инструментов кадрового профайлинга на предприятии / Е.Е. Петракова // *Вестник Коми республиканской академии государственной службы и управления. Теория и практика управления*. — 2021. — № 4 (34). — С. 77–83. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_48197116_47258431.pdf (дата обращения: 03.11.2023).
14. Раньше всех начали трудиться россияне, которые сегодня работают курьерами, официантами и диспетчерами / Исследовательский центр портала Superjob.ru // *Superjob.ru: [сайт]*. — 2021. — URL: <https://www.superjob.ru/research/articles/113093/ranshe-vseh-nachali-truditsya-rossiyane/> (дата обращения: 03.11.2023).
15. *Скрипиченко Л.С.* Интернет как средство поиска работы и персонала // *Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России*, 11 (4), 48–52. DOI 10.12737/2305-7807-2022-11-4-48-52
16. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Официальный сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 03.11.2023)
17. *Филатов А.* Автоматизированный профайлинг как новый HR-инструмент // *HR по-русски: блог для менеджеров по персоналу*. URL: <https://yandex.ru/turbo/h/hr-elearning.ru/avtomatizirovannyj-profayling-kak-hr-instrument/> (дата обращения: 30.10.2023).

REFERENCES

1. Federal'nyj zakon ot 27.07.2006 №152-FZ (red.06.02.2023) «O personal'nyh dannyh».
2. *Vetrova T.V., Statnyj V.M.* Mesto profajlinga v sisteme nauk o cheloveke. Vidy i otrasli profajlinga // *International journal of professional science*. 2019. № 12. S. 13–21. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mesto-profaylinga-v-sisteme-nauk-o-cheloveke-vidy-i-otrasli-profaylinga> (data obrashcheniya: 02.11.2023).
3. *Gasparovich E.O., Kovalenko T.K., Tokarea A.G.* Gendernye osobennosti professional'noj motivacii kar'ernyh orientacij na raznyh etapah professional'nogo puti // *Upravlenie personalom i intellektual'nymi resursami v Rossii*. — 2018. — Т. 7, № 3. — С. 23–28. — DOI 10.12737/article_5b50923c02a5c2.01767413. — EDN XWCGTZ.
4. *Gasparovich E.O., Uskova E.V., Kotova E.M.* Organizacionnaya kul'tura i social'naya otvetstvennost' vuza kak faktory uspehnoj adaptacii studentov s ogranichennymi vozmozhnostyami zdorov'ya // *Upravlenie personalom i intellektual'nymi resursami v Rossii*. — 2020. — Т. 9, № 1. — С. 42–47. — DOI 10.12737/2305-7807-2020-42-47. — EDN AVSFVF.
5. *Galanova E.V.* Profilirovanie lichnosti na osnove analiza ee akkaunta v sotsial'nyh setyah // *Innovacionnaya nauka*. №2. S. 58–61. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/profilirovanie-lichnosti-na-osnove-analiza-ee-akkaunta-v-sotsialnyh-setyah> (data obrashcheniya: 02.11.2023).
6. *Godovoj otchet VK za 2022 god: klyuchevye dostizheniya.* Oficial'nyj sajt. URL: <https://vk.com/company/ru/investors/results/#annualReports> (data obrashcheniya: 03.11.2023).
7. *Gusev A.N.* Ob ispol'zovanii mnogourovnevnogo analiza glosa pri proizvodstve kompleksnyh ekspertnyh issledovanij /

- A.N. Gusev, YA.A. Bondarenko // *Ekspert-kriminalist*. — 2020. — № 4. — S. 12–15. URL: <https://www.nemesysco.com/wp-content/uploads/2020/06/possibilities-and-advantages-of-using-Layered-Voice-Analysis-LVA.pdf> (data obrashcheniya: 02.11.2023)
8. Illarionova E.S. *Izmenenie ozhidaniy uchastnikov processa najma i otbora personala v svyazi s povavlениem cifrovyykh instrumentov. Upravlenie personalom i intellektual'nymi resursami v Rossii*, 12 (2), 20–23. DOI 10.12737/2305-7807-2023-12-2-20-23
 9. Kulik A. *Analiz lichnosti po social'nym setyam kak effektivnyy metod podbora kadrov*. /Lichnyy blog A.Kulik/ URL: <https://anna-kulik.ru/analiz-lichnosti-po-socialnym-setyam-kak-effektivnyy-metod-podbora-kadrov/?ysclid=lojt8yq8cd376000498> (data obrashcheniya: 03.11.2023).
 10. Latynov V.V., Ovsyannikova V.V. *Prognozirovaniye psichologicheskikh harakteristik cheloveka na osnovanii ego cifrovyykh sledov* // *Psichologiya. ZHurnal VSHE*. 2020. № 1. DOI: 10.17323/1813-8918-2020-1-166-180 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prognozirovaniye-psichologicheskikh-harakteristik-cheloveka-na-osnovanii-ego-tsifrovyykh-sledov> (data obrashcheniya: 04.11.2023).
 11. Ledovaya YA.A., Tihonov RV., Bogolyubova O.N. *Social'nye seti kak novaya sreda dlya mezhdisciplinarnyykh issledovaniy povedeniya cheloveka* // *Vestnik SPbGU. Seriya 16: Psichologiya. Pedagogika*. 2017. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-kak-novaya-sreda-dlya-mezhdisciplinarnyykh-issledovaniy-povedeniya-cheloveka> (data obrashcheniya: 04.11.2023).
 12. *Pervaya rabota do 18 let?* // *HeadHunter: [sajt]*. — 2020. — URL: <https://ekaterinburg.hh.ru/article/27860?ysclid=locngqkes991023155> (data obrashcheniya: 02.11.2023).
 13. Petrakova E.E. *Issledovanie praktiki primeneniya instrumentov kadrovogo profajlinga na predpriyatii* / E.E. Petrakova // *Vestnik Komi respublikanskoj akademii gosudarstvennoy sluzhby i upravleniya. Teoriya i praktika upravleniya*. — 2021. — № 4 (34). — S. 77–83. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_48197116_47258431.pdf (data obrashcheniya: 03.11.2023).
 14. *Ran'she vsekh nachali trudit'sya rossiyane, kotorye segodnya rabotayut kur'erami, oficiantami i dispatcherami* / *Issledovatel'skiy centr portala Superjob.ru* // *Superjob.ru: [sajt]*. — 2021. — URL: <https://www.superjob.ru/research/articles/113093/ranshe-vseh-nachali-truditsya-rossiyane/> (data obrashcheniya: 03.11.2023).
 15. Skripnichenko L.S. *Internet kak sredstvo poiska raboty i personala* // *Upravlenie personalom i intellektual'nymi resursami v Rossii*, 11 (4), 48–52. DOI 10.12737/2305-7807-2022-11-4-48-52
 16. *Federal'naya sluzhba gosudarstvennoy statistiki (Rosstat). Oficial'nyy sayt*. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (data obrashcheniya: 03.11.2023)
 17. Filatov A. *Avtomatizirovannyj profajling kak novyj HR-instrument* // *HR po-russki : blog dlya menedzherov po personalu*. URL: <https://yandex.ru/turbo/h/hr-elearning.ru/avtomatizirovannyj-profajling-kak-hr-instrument/> (data obrashcheniya: 30.10.2023).

Жуков М.

HEADHUNTER. УСПЕХ НЕИЗБЕЖЕН. КАК СТАРТАП СТАЛ ЛИДЕРОМ ОНЛАЙН-РЕКРУТМЕНТА И ИЗМЕНИЛ РЫНОК ТРУДА

М.: Альпина PRO, 2024, 168 с.

«Это Миша. Он теперь будет вместо меня. Он нормальный. Не переживайте».

Так в 2008 г. создатель компании HeadHunter Юрий Вировец представил команде нового генерального директора Михаила Жукова. Последующие 15 лет Жуков делом доказывал, что не просто рядовой управленец, а блестящий лидер. Под его руководством сервис стал ведущей российской компанией интернет-рекрутмента. В книге «HeadHunter. Успех неизбежен» автор делится опытом и рассказывает, как ему и его команде это удалось.

До HeadHunter Михаил Жуков долгое время работал в IT, но вскоре понял, что не готов связать свою профессиональную судьбу с «железом». Ему был интересен человеческий капитал, поэтому он, недолго думая, принял предложение взять бразды управления платформой в свои руки, хоть и не имел большого опыта в рекрутменте. В книге Жуков рассказывает, на какие принципы опирался, выстраивая стратегию развития компании, как принимал смелые решения в острых ситуациях и справлялся с неоднозначной реакцией команды. Читатель этой книги не только узнает секреты и лайфхаки из личного опыта одного из самых успешных российских менеджеров, но и поймёт, почему HeadHunter — это про любовь.

