

Социальные сети в системе трудовых отношений.

Для раскрытия сути концепции социальных сетей как механизма регуляции рыночных отношений, обратимся к трудам К. Поланьи, разработавшего теорию хозяйствования как институционально оформленного процесса. К. Поланьи рассматривал хозяйство как институциональный процесс взаимодействия человека с окружающей средой на основе трех базовых способов распределения ресурсов: обмен, перераспределение и репродуктивность, т.е. перемещение между соответствующими точками в симметричных группах.

Сетевой подход является одним из основных подходов в современной экономической социологии. В его основе лежит понятие «укорененности», введенное К. Поланьи и развитое М. Грановеттером.

Сетевая укорененность - это сложившаяся практика экономического поведения в сетях межличностных отношений, порожденных отношениями доверия. В сфере социально-трудовых отношений сетевой подход базируется на положении о том, что структурная позиция работодателей и сопряженные с ней отношения определяют стратегии и практики действий наемных работников. Сетевая структура неразрывно связана с институциональными образованиями, вокруг них она строится и может сама принимать форму института. Сетевые отношения помогают бороться с неопределенностью, препятствуют распространению оппортунизма, позволяют осуществлять успешные экономические трансакции при условии ограниченной рациональности действующих лиц.

Сетевые подходы нашли свое применение в разных областях социологии рынков и теории хозяйственных организаций. Так, они широко используются при анализе рынков труда. Неоднократно отмечалось, что люди чаще ищут работу и успешнее ее находят через личные неформальные контакты, нежели путем прямого обращения на предприятия и использования формальных объявлений о вакансиях; связи помогают не только находить работу, но и успешно продвигаться по служебным лестницам, делать карьеру. При этом, чем более квалифицированными являются работники, тем вероятнее, что они прибегнут к такого рода личным контактам. Наконец, более эффективными являются не сильные связи (strong ties) с родственниками и близкими друзьями, а, напротив, слабые связи (weak ties) с коллегами и знакомыми (согласно позиции М. Грановеттера). Слабые связи помогают не замыкаться в узком кругу, по которому циркулирует одна и та же информация. Они выводят на другие кластеры сети, пролагая путь к новым контактам и дополнительным источникам информации.

Сетевой подход трактует взаимосвязи между участниками рынка как совокупность симметричных и однозначно определенных контактов. Между тем, во-первых, позиции участников чаще всего неравновесные. Существуют серьезные различия в объеме мобилизуемых ими властных ресурсов (способности к организации и проведению своих интересов) и социальных навыков (способности побуждать других агентов к сотрудничеству). Во-вторых, сетевые связи имеют разное содержательное наполнение. Они многозначны и могут по-разному интерпретироваться хозяйственными агентами в зависимости от текущей ситуации или культурных контекстов. Сетевые структуры, таким образом, выступают как своего рода «скелет» рынка. А его «плоть и кровь» образуют институты. Отметим, что в рамках экономической теории рынок трактуется, прежде всего, как совокупность институциональных форм. В своем исходном определении институты понимаются как правила поведения и способы поддержания этих правил. А сами правила понимаются как регулятивные принципы, подкрепленные легитимными правовыми или социальными нормами, которые либо разрешают какой-либо способ действия, либо запрещают его. Стало также общепринятым утверждение о том, что институты одновременно ограничивают и стимулируют повседневные действия хозяйственных агентов. Рыночные институты, как правило, погружены в более широкие социальные контексты, получают подкрепление и обоснование в определенной культуре.

Социальные сети различаются своей *конфигурацией*, которая может быть описана набором *операциональных* параметров. К таким параметрам, позволяющим дифференцировать и классифицировать разные сети, относятся: плотность сети; степень централизации сети; гомогенность (однородность) сети; сила социальных связей; теснота связей; замкнутость связей; устойчивость связей.

Плотность сети - наиболее простой показатель, измеряемый числом агентов сети и количеством связей между ними. Более плотной считается сеть, в которой число взаимосвязанных агентов больше.

Централизация сети определяется тем, в какой мере связи агентов данной сети кластеризуются вокруг единого центра (или нескольких центров), в качестве которого могут выступать ведущие предприятия или бизнесы (малые, средние, крупные). Центральное расположение того или иного агента является одним из важных индикаторов его властных позиций в данном организационном поле. Оно означает, что потоки материальных и информационных ресурсов идут через данного агента, который имеет преимущества в управлении такими потоками. С этой точки зрения, сеть делится на следующие сегменты:

- 1) центр сети, включающий ключевые узлы связей;

- 2) полупериферия сети, включающая вторичные узлы связей;
- 3) периферия сети, охватывающая отдельных агентов, располагающихся на ее границах.

Гомогенность или однородность сети – особое свойство сети. Так, сеть может состоять из однотипных агентов, но может включать разные типы организаций – продавцов и покупателей, инвесторов и инфраструктурные агентства. В сети также могут входить представители органов государственной власти и силовых структур, которые призваны, в терминах М.Вебера, «утверждать формальный порядок».

Теснота социальных связей понимается как их интенсивность и измеряется количеством контактов или сделок, совершенных с одними и теми же партнерами в течение определенного периода времени. В отличие от плотности сети, которая фиксирует число самих ее агентов, этот параметр указывает наличие или отсутствие среди них постоянных партнеров.

Если теснота связей характеризует количественную сторону взаимоотношений между агентами сети, то *сила социальных связей* касается, скорее, качественной стороны. Она определяется структурной близостью между участниками рынка в организационном поле. Так, участники могут иметь между собой постоянные контакты, но особенно от них не зависеть. Иначе говоря, связь может быть сколь угодно тесной, но при этом слабой – агенты могут легко ее разорвать ради установления другой связи.

Сильной связью следует считать связь между близкими организациями, ресурсная зависимость между которыми велика и не может быть с легкостью разорвана без нарушения нормальных потоков ресурсов

Устойчивость сети зависит от длительности деловых контактов с контрагентами и воспроизводства всей сетевой конфигурации во времени. Чем чаще происходят изменения в составе участников рынка, перемещения отдельных связей и узловых сплетений, тем неустойчивее и гибче становятся сетевые структуры

Сети могут обладать разной степенью *замкнутости*. Они считаются открытыми (разомкнутыми) и закрытыми (замкнутыми) в зависимости от того, насколько сводимы друг к другу образующие их контакты.

Позиции участников рынка в сетевых структурах могут обладать разной степенью структурного подобия и структурной эквивалентности. *Структурное подобие* – это ситуация, при которой сравниваемые участники рынка связаны с одними и теми же типами контрагентов, т.е. имеют сходную структуру связей. Эта ситуация не столь редкая, например, для конкурирующих производителей одного и того же продукта: у каждого имеются свои поставщики и дистрибьюторы, но типовой состав партнеров фактически не

различается

В свою очередь *структурная эквивалентность* – это разновидность структурного подобия, при котором участники рынка связаны с теми же самыми партнерами, т.е. структура их связей не только сходна, но и одинакова.

Случайные связи между автономными участниками рынка являются крайней формой рыночных связей. Их значительная часть имеет более устойчивый и структурный характер, нежели моменты случайности. Структурные элементы рынка включают в себя хозяйственные ресурсы, представленные разными формами капитала, организационные структуры в виде предприятий и бизнесов, а также деловые связи между ними.

В соответствии с теорией сегментирования рынка выделяют *первичный* и *вторичный* сегмент рынка труда. *Первичный сегмент рынка труда* в основном обладает высоким классом и высоким статусом работ, высокой заработной платой, хорошими предложениями со стороны работодателей в плане режимов рабочего времени и условий труда. *Вторичный сегмент рынка труда* характеризуется низкоквалифицированными работами, не требующими длительного обучения; работами которые можно постичь в процессе ученичества.

На современном белорусском рынке труда представлены следующие *формальные каналы* трудоустройства, использующие при трудоустройстве помощь формальных (официальных) посредников, - трудоустройство посредством государственной службы занятости, кадровых агентств, рекламы в СМИ, рекламных объявлений в Интернет, распределение после окончания учебных заведений. Прямой набор через отделы кадров также относится к *формальным каналам* трудоустройства, так как базируется на индивидуальной инициативе соискателей и не использует ресурсы социальных сетей, хотя и осуществляется без участия формальных (официальных) посредников в традиционном понимании.

К *неформальным каналам* трудоустройства, характеризующимся отсутствием формальных посредников при трудоустройстве и использованием ресурсов социальных сетей, относятся: рекомендации знакомых, рекомендации родственников и рекомендации деловых партнеров.

Государственная служба занятости (далее - ГСЗ) является системой специальных органов и организаций государственного управления, осуществляющих реализацию политики занятости населения и социальной защиты временно незанятых граждан.

Анализ банка вакансий ГСЗ свидетельствует о направленности данного канала на вторичный сегмент рынка труда (до 85 % вакансий – для рабочих). Однако анализ характеристик наличных вакансий выявил, что наличие рабочих мест, которые длительное

время (более трех месяцев) не заполняются и при этом имеют уровень оплаты труда ниже МПБ, ставит вопрос об их целесообразности. ГСЗ должно внимания перераспределению работников первичного сектора труда. В условиях инновационного развития Беларуси спрос внутренних рынков труда предприятий переориентируется на высококвалифицированные категории работников, т.е. работников первичного сегмента.

Повышение роли служб занятости как канала трудоустройства должно осуществляться за счет усиления таких функций, как информационная (создание республиканских электронных баз данных относительно качественно-количественной структуры безработных и вакансий); распределительная (дифференциация безработных по социально-профессиональным характеристикам на основании спроса предприятий); согласования экономических интересов (согласование социальных и экономических аспектов квотного приема на работу лиц из слаботзащищённых категорий населения); образовательная (организация профессиональной подготовки, повышения квалификации и переподготовки в соответствии с изменяющимся спросом предприятий).

Кадровые агентства - это юридические лица либо индивидуальные предприниматели, занимающиеся трудоустройством граждан (как белорусских, так и иностранных) на территории Республики Беларусь и за рубежом. Согласно законодательным актам обязаны предоставлять в органы внутренних дел и комитеты по труду и социальной защите статистическую отчетность о результатах хозяйственной деятельности (в том числе и о количественно-качественных характеристиках трудоустроенных). Однако данные статистической отчетности о деятельности кадровых агентств в открытом публичном доступе отсутствуют.

Контент-анализ рекламных материалов кадровых агентств выявил, что на белорусском рынке труда они ориентированы на обслуживание *первичного* сегмента. Указывают на оптимальное выполнение социальных функций за счет точного подбора работников и рабочих мест в соответствии с требованиями и запросами работодателей и наемных работников. Часто позиционируют себя на контрасте с государственными службами занятости.

Например, рекламные тексты кадровых агентств, представленные как аналитический обзор ситуации на рынке труда, строятся так: «Постепенно уходит в прошлое практика приема на работу сотрудников по принципу наличия диплома, по рекомендации знакомых или просто на основе интуиции и опыта начальника отдела кадров. Сегодня уже ни одно предприятие не может позволить себе нанимать случайных людей, если оно задумывается о будущем. Непросто найти людей, обладающих большим потенциалом к развитию. Как избежать лишних затрат, которые уже несет Ваше

предприятие, пока идут поиски и вакантное место пустует? Выход, конечно, есть. Консультанты по персоналу, кадровые агентства ведут целенаправленный поиск таких специалистов и владеют методиками и приемами отбора наиболее подходящих для определенных вакансий кандидатов. *Службы занятости решают социальные задачи - трудоустроить, кадровые агентства работают с конкретными заказчиками - подбирают персонал».*

Кадровые агентства как канал трудоустройства на белорусском рынке труда находятся в стадии становления. Как правило, занимаются трудоустройством руководителей высшего и среднего звена, экономистов, юристов, секретарей-референтов, бухгалтеров, инженеров, менеджеров, то есть высококвалифицированных работников и управленческого персонала.

В ГСЗ представлены все вакансии рынка труда, в том числе «непопулярные» вакансии рабочих и разнорабочих. Сведения о вакантных рабочих местах в ГСЗ соискатель получает бесплатно. Во всех территориальных службах занятости г. Минска в открытом доступе находятся компьютерные базы данных о вакантных рабочих местах на предприятиях (организациях) г. Минска, и любой желающий бесплатно может прийти и получить информацию. Кадровые агентства за предоставляемую информацию взимают плату либо с тех, кто ищет наемного работника (с предприятия, организации, стоимость услуг составляет 15-20% от годового фонда заработной платы подбираемого сотрудника), либо с тех, кто ищет работу (с обратившихся граждан). Однако несовершенство законодательной базы привело к тому, что наравне с кадровыми агентствами, нацеленными на эффективное и долгосрочное функционирование на рынке труда, появляются кадровые агентства, недобросовестно выполняющие свои функции по трудоустройству. Оплата информации о вакансии не предоставляет соискателю никаких законодательных гарантий того, что это не виртуальное, а реально существующее вакантное место. Во-первых, информация о данной вакансии продается всем желающим, и Вы не знаете, скольким соискателям она уже была продана. Во-вторых, Вы достоверно не знаете, когда информация о данной вакансии поступила на рынок труда, и возможно, данное рабочее место уже давно занято. В-третьих, Вы не знаете, существует ли данное вакантное рабочее место в реальности, или оно виртуально. Во всех этих моментах Вам на сегодняшний день остается полагаться лишь на добросовестность кадрового агентства.

Кадровые агентства представляют относительно новый институт посредничества и не получили достаточного распространения. *Ориентированы на обслуживание первичного сегмента рынка труда.* Малочисленность кадровых агентств, отсутствие у них опыта работы и наработанной клиентской базы, непроработанность законодательства,

регулирующего их деятельность, а также дороговизна их услуг по сравнению с использованием СМИ и служб занятости снижает их эффективность в качестве канала трудоустройства на белорусском рынке труда.

Реклама в СМИ. Рекламные объявления в Интернет. Поиск работы через средства массовой информации (рекламные объявления в СМИ, Интернете) относится к *формальным каналам* трудоустройства, использующим при трудоустройстве помощь формальных институциональных посредников - СМИ, публикующих на своих печатных или web-страницах объявления о вакансиях. Однако роль формального посредника в данном случае относительно «обезличена» и менее значительна, чем при трудоустройстве через службу занятости. Данный канал функционирует преимущественно как информационный посредник, как некая база данных, или доска объявлений (особенно это касается виртуальных бирж труда и досок объявлений). Предполагает индивидуальную активность соискателя, заключающуюся как в личной подаче объявлений, резюме о поиске работы, так и изучении и анализе опубликованных объявлений о вакансиях.

Традиционные печатные издания (прежде всего газеты) обслуживают как первичный, так и вторичный сегменты рынка труда. Однако происходит *дифференциация СМИ по обслуживаемым сегментам рынка труда*: СМИ, ориентированные на специализированную профессиональную аудиторию (бухгалтерские, юридические, финансовые, компьютерные и т.п. издания), нацелены на обслуживание *первичного* сегмента (там представлены вакансии, требующие определенного уровня профессионально-квалификационной подготовки, опыта работы, специализированных навыков и т.д.). В СМИ, позиционирующих себя только как посредник на рынке труда (только информация о вакансиях и тех, кто ищет работу), представлены вакансии как первичного, так и вторичного сегментов. Однако преобладают вакансии *вторичного* сегмента *внутреннего* рынка труда, вакансии на рабочие места с временной занятостью и разовыми работами. Среди вакансий первичного сегмента в данных СМИ велика доля так называемых «виртуальных» рабочих мест (например, «менеджер по персоналу; по продажам в быстрорастущую компанию»), что фактически ведет к вовлечению рабочей силы в финансовые пирамиды и отвлечению ее из процесса общественного производства.

Использование Интернет в качестве канала трудоустройства, в отличие от рекламных объявлений в СМИ, позволяет экономить временные ресурсы соискателя, так как даже для публикации бесплатного объявления должно пойти некоторое время. На сегодняшний день Интернет в качестве канала трудоустройства на белорусском рынке труда динамично развивается, однако объявления в сети Интернет содержат, прежде всего, информацию для высококвалифицированных работников, имеющих доступ в Ин-

тернет и обладающих навыками работы на компьютере; ориентированы в первую очередь на обслуживание работников *первичного* сегмента рынка труда.

Использование Интернет и СМИ в процессе поиска работы способствует осуществлению альтернативного выбора для кандидатов. На сегодняшний день СМИ являются более эффективным и распространенным каналом трудоустройства на рынке труда, чем Интернет. Происходит дифференциация СМИ по обслуживаемым сегментам рынка труда. Интернет как канал трудоустройства в большей мере ориентирован на обслуживание *первичного* сегмента рынка труда. Белорусские предприятия недостаточно активно осваивают электронные ресурсы, не создают свои сайты, и даже имеющиеся web-страницы не используют в должной мере как каналы найма работников.

Распределение после окончания учебных заведений. Система распределения выпускников учебных заведений была одним из основных перераспределительных механизмов на советском рынке труда. С развитием рыночных отношений система связей между учебными заведениями и предприятиями оказалась разорванной. На сегодняшний день институт распределения выпускников учебных заведений находится в стадии становления, отрабатываются механизмы функционирования и согласования интересов *внутреннего* рынка труда предприятий и системы высшего и среднего специального образования.

Использование данного формального канала трудоустройства часто *поддерживается использованием* таких каналов как обращение к знакомым и родственникам (неформальный), а также прямым обращением к нанимателю (формальный).

На белорусском рынке труда распределение после окончания учебного заведения является обязательным для выпускников бюджетной формы обучения. Однако согласование требований к соискателю и ожиданий соискателя этот канал обеспечивает по одному формальному критерию: наличие документа о соответствующем специальном образовании и наличие вакансии, требующей документ о соответствующем специальном образовании. Для более полного согласования собственных ожиданий и требований со стороны нанимателя, выпускники-соискатели используют индивидуальную активность и ресурсы своих социальных сетей. Используя данные каналы, выпускники самостоятельно обеспечивают себя рабочим местом и запросом со стороны работодателя. Использование распределения после окончания учебного заведения в качестве *единственного и самостоятельного* канала в большей степени соответствует ожиданиям выпускников, не претендующих на престижные места с высоким уровнем оплаты.

Приведенные данные свидетельствуют о том, что проблема трудоустройства

молодежи по окончании учебного заведения остается актуальной. В целях повышения эффективности занятости населения необходимо, по мнению экономистов, развернуть государственную систему подготовки и переподготовки кадров по приоритетным направлениям технического прогресса с учетом потребностей реформируемой экономики

Необходимо ликвидировать разрыв между профессиональным образованием, прежде всего высшим, и требованиями рынка труда. Повышение образовательного уровня работников должно быть увязано с экономическим ростом на основе технологической модернизации и приоритетного развития сферы услуг. Неадекватный учет изменяющейся конъюнктуры на рынке труда при определении масштабов и структуры подготовки специалистов снижает эффективность системы распределения выпускников учебных заведений в качестве перераспределительного механизма на рынке труда.

Прямой набор через отделы кадров (непосредственное обращение к работодателю) относится к формальным каналам трудоустройства без участия формальных (официальных) посредником, базирующийся на индивидуальной инициативе соискателей и не использующий ресурсы социальных сетей. В случае минималистского рынка труда, отделы кадров часто осуществляют набор работников методом прямого обращения, они ограничивают свою деятельность рассмотрением заявок от кандидатов, пришедших «с улицы». Для распространения среди населения информации о вакансиях, без привлечения формальных посреднических структур, предприятия помещают объявления на доске объявлений при входе в свои здания, магазины - на входных дверях и т.д.

На крупных и средних предприятиях *внутренний* рынок труда характеризуется большой емкостью (большой численностью занятых), так как доля рабочих, согласно технико-технологическим требованиям производственного процесса, существенно превышает долю управленческого персонала. Для удовлетворения спроса на рабочую силу данные предприятия используются различные каналы трудоустройства. Высокая частота использования данного канала свидетельствует о достаточной эффективности согласования требований к соискателям и ожиданий соискателей.

Рекомендации знакомых. Рекомендации родственников. К неформальным каналам трудоустройства, характеризующимся отсутствием формальных посредников при трудоустройстве и использованием ресурсов социальных сетей, относятся обращения к знакомым и родственникам при трудоустройстве (на уровне коллективных хозяйствующих субъектов - предприятий, организаций - используется также обращение к деловым партнерам). Трудоустройство с помощью знакомых и родственников опирается на существующие социальные связи, «сетевую укоренённость» и социальный капитал соискателей. Социальная связь рассматривается социологами и социальными

психологами как совокупность осознанных и неосознанных, необходимых и случайных, устойчивых и спонтанных зависимостей одних социальных субъектов от других

Одной из социальных проблем функционирования рынка труда является неполнота информации как о продавцах, так и о покупателях рабочей силы, средством ее решения служит задействование социальных связей в поиске работников и мест работы, позволяющее получить предварительную информацию. Социальные связи (дома, на работе и т.д.) являются распространенным и эффективным каналом трудоустройства. Более того, используемые формальные каналы трудоустройства (вакансии в СМИ, службах занятости и т.д.) пропускаются через фильтры неформального обсуждения (с родственниками, друзьями, соседями) и получают социальную оценку. Информация, передаваемая по социальным сетям, играет важную роль в процессе *сегментации работодателей*. Человек, ищущий работу, подразделяет своих потенциальных нанимателей на сегменты, как по характеристикам предлагаемых рабочих мест (условия труда, размер заработной платы и т.д.), так и по данным самого предприятия (объективным - размер предприятия, форма собственности, финансовое положение и субъективным - репутация, известность, надежность).

Социальные связи подразделяются на «*сильные связи*» (strong ties) - с близкими друзьями и родственниками и «*слабые связи*» (weak ties) - с дальними знакомыми и коллегами. «Слабые» связи являются более эффективным в процессе трудоустройства, нежели «сильные» за счет значительного расширения масштабов привлекаемой информации. «Сильные» связи (в первую очередь семейные) могут быть более эффективны в экстремальных случаях, например, когда нет запаса времени на поиск работы. Масштабы и структура накопленного социального капитала и социальных сетей, наряду с накоплением профессионального опыта, - серьезный фактор продвижения на рынке труда. Чем больше таких сетевых связей, чем выше их «качество», тем большими возможностями обладает работник с точки зрения горизонтальной и вертикальной мобильности.

Роль социальных сетей дифференцирована для различных возрастных групп. Для молодежи использование социальных связей при трудоустройстве более значимо, чем в других возрастных группах. Объем социального капитала молодежи относительно низок. Часть из них либо не имеет профессии, либо опыта работы по приобретенной специальности. Их личный социальный капитал, необходимый для трудоустройства, пока не велик, так как часть бывших одноклассников еще учится, часть сама ищет работу. Соответственно, более быстрое и успешное вхождение на рынок труда молодежи обеспечивается задействованием ресурсов социальной сети.

Чисто рыночный механизм распределения ресурсов далеко не всегда эффективен. В частности он не обеспечивает доверия между участниками рынка; а доверие необходимо в ситуации высокой неопределенности, присущей любой экономической деятельности. И оно может возникнуть и укрепиться только в контексте продолжающихся социальных отношений. Эти отношения не подрывают рыночного характера сделок, скорее, они усиливают его, облегчая передачу конфиденциальной информации, которая практически недоступна другими способами. М. Грановеттер и Р. Сведберг отмечают, что рынки встроены в социальные сети, организации и институты. При *нормальном функционировании рынка труда*, практика использования рекомендаций не замещает требований, предъявляемых к уровню квалификации, и не является механизмом дискриминации. Они могут дать *преимущество*, но лишь *при прочих равных условиях*, т.е., после того, как будут учтены те характеристики кандидатов на рабочие места, на которые можно формально опираться при найме. В этом случае социальные отношения работают как *поддерживающая рыночный обмен структура*, дополняющая рыночные отношения работников и нанимателей, порождая тем самым «резонансный» тип экономического поведения. Однако когда рекомендация, связь становится единственно определяющим фактором трудоустройства, фактически превращаясь в протекцию, не поддерживая, а *замещая рыночный обмен*, это ведет к развитию таких негативных социальных последствий на рынке труда, как закрытость определенных сегментов рынка, «блат», «клановость» и т.д. Тогда социальные отношения подменяют, *замещают собой* рыночные отношения работников и нанимателей, порождая «диссонансный» тип экономического поведения, что особенно характерно для транзитивных экономик.

Роль социальных сетей (механизм действия на рынке труда) можно представить в виде континуума, одним из полюсов которого является исключительно информационное посредничество - предоставление информации, а другим полюсом - непосредственное участие в принятии решения о найме сотрудника.

Наниматель зачастую не знает производительный потенциал вновь принимаемых работников, к тому же производительность, например, работников умственного труда, а также их вклад практически не поддаются измерению. Вследствие этого, при найме на работу наниматели вынуждены полагаться на так называемые формальные и неформальные индикаторы, или характеристики соискателей: наличие документа о специальном образовании, знание и опыт работы, коммуникабельность и деловые качества, дисциплинированность и ответственность. Результативность труда руководителей и, нередко, специалистов существенно зависит от наличия связей и знакомств работников вне предприятия (*социальных сетей*). При найме новых работников

определенную роль играет и механизм личных рекомендаций.

РЕПОЗИТОРИЙ БГПУ