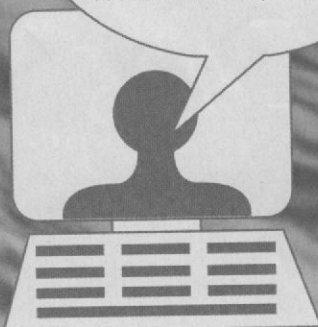


# Черная дыра

YouTube  
Broadcast Yourself™

**27%** населения  
Земли, или 1,8 млрд.  
человек, «зависли» в  
социальных сетях

Источник: Worldwide Independent Network



# а соцмедиа

Западные работодатели бьют тревогу: повальное увлечение сотрудников общением в соцсетях превращается в «черную дыру» для рабочего времени, снижает эффективность и грозит компаниям убытками. В Украине ситуация не столь катастрофична, однако многие организации уже ограничили доступ к **социальным медиа** для персонала

**К**рупнейшие немецкие концерны выбирают политику «асоциальности». Volkswagen, Porsche и Daimler, банк Commerzbank, крупнейший немецкий производитель цемента HeidelbergCement, энергетическая компания E.ON и химический концерн Linde заблокировали на компьютерах своих сотрудников доступ к таким социальным медиа, как Facebook, Twitter и YouTube. Одна из причин запрета — снижение производительности труда.

По данным ИТ-компании Morse за 2009 год, ежегодный ущерб британских компаний от использования персоналом социальных сетей оценивается более чем в \$2,2 млрд. Более половины опрошенных офисных работников страны признались в том, что регулярно в личных целях заходят на сайты социальных сетей в рабочее время и проводят там в среднем около 40 минут в неделю. По данным сайта интернет-статистики alexa.com, наиболее популярная в мировом масштабе социальная сеть Facebook удерживает каждого пользователя на своих страницах в среднем по 40 минут в день. Компания Peninsula из Великобритании, занимающаяся проблемами трудового законодательства, подсчитала, что британцы недорабатывают более 233

млн. часов рабочего времени каждый месяц. Это время они тратят на общение в социальных сетях. Совокупно для компаний это означает потери более \$263 млн. в день. Цифры, личный опыт и интернет-гуру говорят об одном и том же. «Использование социальных сетей превращается в «черную дыру» для рабочего времени сотрудников», — подчеркивает эксперт компании Morse Филипп Вискс.

**Украинская лояльность** Опрос исследовательского холдинга «Ромир» показал, что 65% украинских работодателей пока что не ограничивают доступ к социальным медиа для своих работников. Только 19% признали, что вход на сайты соцсетей с офисных компьютеров у них запрещен. Несмотря на то, что среди опрошенных «Инвестгазетой» компаний оказалось больше таких, которые негативно относятся к использованию социальных медиа, полностью блокируют доступ к ним не все. К примеру, в «Renault Украина» отношение руководства к социальным сетям отрицательное, но прямого запрета на их использование нет. Впрочем, компании с иностранным капиталом все же больше тяготеют к техническому запрету пользования соцсетями. Из некоторых украинских офисов таких компаний на «Одноклассники» сегодня»

**40%** взрослого населения мегаполисов Украины используют социальные сети

Источник: данные опроса социологической компании «Первая рейтинговая система»



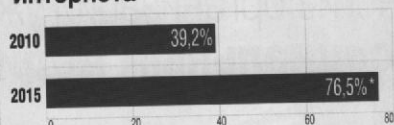


ня уже не зайти. «Доступ к большинству социальных сетей с рабочих компьютеров сотрудников заблокирован», — рассказывают в «Джапан Табакко Интернешнл» (ЖТИ). Исключением является профессиональная сеть LinkedIn и «read-only»-доступ к ЖЖ. Доступ к соцсетям в этой компании заблокирован в целях повышения эффективности труда, чтобы персонал не отвлекался на «путешествия» в интернете. В «Рабен Украина» (международный логистический оператор, Нидерланды) доступ к социальным медиа также ограничен. Но не на сто, а так же, как и в ЖТИ, на 99 процентов: сотрудники могут пользоваться корпоративными страничками на Facebook и Twitter для обмена новостями на уровне группы. «Работоспособность персонала при открытом доступе в социальные сети существенно падает», — поясняют в «Рабен Украина».

В группе компаний АХА в Украине доступ к соцсетям для сотрудников также закрыт. Это произошло после того, как руководство измерило время, проведенное работниками в интернете, и в частности — в социальных сетях. На сегодняшний день доступ к сете-



Доля пользователей социальных сетей среди общего числа пользователей интернета



\*Прогноз J'son & Partners Consulting

или Facebook, не говоря уже об «Одноклассниках» или «ВКонтакте». Так что как бы ты ни хотел, но в LinkedIn будешь проводить время с пользой для дела. Хотя работодателям стоит быть осторожными, ведь LinkedIn еще является и потенциальной базой хедхантеров для поиска квалифицированного персонала.



Наибольший вред бизнесу, по мнению западных работодателей, приносят такие социальные ресурсы, как **Facebook, Twitter и YouTube**. В этих сетях сотрудники проводят слишком много времени, что негативно сказывается на их работе

вым ресурсам имеют только несколько департаментов, в том числе департамент маркетинга и коммуникаций, однако и здесь целесообразность использования соцсетей находится в зоне контроля. «Мы отслеживаем целесообразность использования сотрудниками соцсетей, в том числе запрашиваем у IT-службы статистику по времени, потраченному на социальные ресурсы. Потом проводим анализ и делаем выводы, которые могут влиять на оценку работы сотрудника по итогам квартала», — рассказывает директор департамента маркетинга и коммуникаций Группы компаний АХА в Украине Нонна Рыжая, хотя признает, что соцсети иногда помогают получить свежую информацию и просто «перезагрузиться». В Группе компаний АХА в Украине считают целесообразным для персонала тратить на общение в соцсетях до 10% рабочего времени. В компа-

нии Smart Building IT-отделом также проводится мониторинг использования социальных сетей. «Когда мы заметили, что сотрудники много времени проводят в соцсетях, то ограничили доступ к определенным ресурсам, например, к таким, как «ВКонтакте», — говорит директор по развитию бизнеса компании Елена Правило.

Пожалуй, единственная сеть, которая наделена индульгенцией практически всеми компаниями, это LinkedIn. Эта сеть воспринимается как сугубо деловая, не способная снизить эффективность работы. Это и не удивительно, ведь сеть используется исключительно как деловой ресурс, полезный для поиска нужных контактов, обсуждения в профессиональных сообществах актуальных вопросов. Стоит отметить, что в данной сети не так уже и принято «чатиться по поводу и без», что отличает ее от Twitter

«Если сотрудник проводит весь рабочий день в социальной сети, даже делового характера, это может насторожить работодателя. В нашем бизнесе (подборе руководителей среднего и высшего управленческого звена) деловые социальные сети — один из очень полезных ресурсов, так как он дает возможность знакомиться с опытными профессионалами, которые не находятся в активном поиске работы», — рассказывает Ульяна Мороховская, консультант практики «Управление человеческими ресурсами» компании «Хадсон» в Украине. Пользователи LinkedIn недаром стремятся выложить о себе максимум презентабельной информации, обзавестись рекомендациями коллег и партнеров, что представляет собой отличный CV-profile для HR-специалистов.

Многие опрошенные нами украинские работодатели соглашаются с мне-

нием консультанта компании Morse Филипа Вика, который считает, что Twitter — даже хуже, чем кроссворд, который через полчаса заканчивается и сотрудник приступает к работе, тогда как социальным сетям конца и края нет. При этом бум социальных медиа в нашей стране лишь начинается. В Европе первая страничка для одноклассников Classmates.com была открыта для посетителей в 1995 году. В России и Украине первые подобные проекты — «ВКонтакте» и «Одноклассники» — появились в 2006 году. Сегодня Европа и Америка запрещают использование соцсетей в стенах офисов, в то же время бурный период роста аудитории этих ресурсов приостановился. В Украине наоборот. Анализ любого сайта интернет-статистики показывает повышенную динамику роста числа

и некоторые банки. Для ПриватБанка, например, Facebook — один из каналов продаж услуг и один из каналов общения с клиентами. Причем большинство сотрудников банка имеют личные аккаунты. Специалисты финучреждения создают аккаунты и группы, посвященные финансовым услугам, продуктам, новым разработкам, рассказали «Инвестгазете» в пресс-службе ПриватБанка.

Социальные сети можно использовать как эффективную промоплощадку, это перспективное направление продвижения продуктов и услуг. Однако корпоративный блоггинг в Украине пока лишь зарождается. Странички украинских компаний в соцсетях можно искать долго и безуспешно, а те, что там присутствуют, представлены довольно слабо. К примеру, в Facebook страничка

52% юзеров хотя бы раз вступили в группу (клуб) поклонников того или иного бренда.

Фактор активного «спроса на соцсети» со стороны сотрудников корпораций — значительный шаг в развитии корпоративного блоггинга. Ведь с понижения соцсетей как явления, а также полезного инструмента коммуникаций на уровне простых юзеров начинается развитие этого направления, что впоследствии влечет за собой и развитие корпоративных коммуникаций в соцсетях. Как отмечают в компаниях, опрошенных «Инвестгазетой», развивать культуру общения в соцсетях можно и без вреда для эффективности работы, при этом вовлекая сотрудников и повышая их лояльность к компании. «Человек больше вовлечен в бизнес, если у него на работе есть друзья либо приятели, — рассказывают в ЖТІ. — Именно поэтому на ресурсах «Одноклассники» и «ВКонтакте» сотрудниками ЖТІ были созданы группы, объединяющие только персонал компании». Такой же подход исповедуют и в ПриватБанке, где есть свое корпоративное комьюнити, в рамках которого общается персонал финучреждения. Вроде бы и внешняя сеть, но суть общения сводится к корпоративному. Такой подход может сыграть компаниям на руку. С одной стороны, не придется запрещать соцсети как факт, с другой, параллельно повышать вовлеченность персонала в бизнес.

Вопору говорить еще об одном HR-тренде. Даже считая общение в соцмедиа вредным для работы, многие работодатели уже оценивают наличие в резюме соискателя информации об имеющихся аккаунтах в соцмедиа, а также анализируют «социальные профили» соискателей на вакантные должности в компании. «Иногда рекрутеры и HR-менеджеры по собственной воле находят в социальных сетях аккаунты потенциальных сотрудников, дабы узнать их с другой стороны. Порой фотографии в «Одноклассниках» скажут о личности соискателя гораздо больше, нежели он сам на собеседовании», — говорит Сергей Дидковский, специалист по связям с общественностью Международного кадрового портала hh.ua. Положительные профили кандидатов в LinkedIn, Facebook и других социальных сетях нередко добавляют баллы в пользу соискателя в ходе принятия решения о приеме на работу. ■

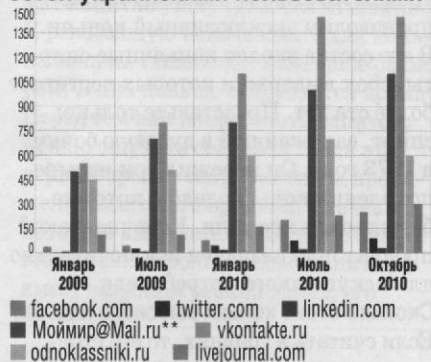
ЮЛИЯ ГЕЙДЮНАС

## Самые популярные социальные медиа и блог-платформы в мире и Украине

Социальная сеть, блог-платформа	Уникальных посетителей (пользователей) в мире, млн.	Из них из Украины, млн. пользователей
facebook	540	2,2
YouTube	490	Н.д.
twitter	98	1,1
LinkedIn	42	0,32
gmail.ru	37	6,2
В КОНТАКТЕ	28	6,1
ОДНОКЛАССНИКИ	19	3,2
MAIL.RU	18	2,3

Источник: 1000 самых посещаемых сайтов, doubleclick ad planner, Google, по состоянию на сентябрь 2010 года

## Динамика роста посещаемости социальных сетей украинскими пользователями\*



\*В таблице отражено количество уникальных посетителей сайта в день на дату, тысяч посетителей

\*\*Статистика показана для портала Mail.ru в целом

Источники: 1000 самых посещаемых сайтов, doubleclick ad planner, Google, ноябрь, 2010

пользователей соцсетей по сравнению с мировыми трендами. Так что об ощущении вреде социальных медиа для украинского корпоративного сектора говорить пока рано, тем более, рано под- считывать убытки от чрезмерной активности сотрудников в таких сетях.

**О пользе соцсетей** Наряду с заинтересованностью сотрудников в общении в соцмедиа использование социальных сетей корпорациями с целью промоушена своей продукции и услуг пока что оставляет желать лучшего. На сегодняшний день одними из самых активных пользователей социальных сетей в украинской корпоративной среде являются IT-компании

сети супермаркетов техники «Фокстрот» не имеет ни одного «друга». Та же самая ситуация и с сетью супермаркетов «Эльдорадо». Хотя в Twitter «Эльдорадо» ведет себя довольно активно. Создав микроблог в конце мая, компания сформировала аудиторию из более 500 человек. При этом, по словам сотрудников компании, на тви-страничке бывает около 1000 разовых посетителей в день. Страничка «Великой Кишени» на Facebook хоть и заведена, но пока пустует. В то же время о роли социальных медиа в повышении продаж говорит ряд исследований, проведенных как в Украине, так и за рубежом. Исследование холдинга «Ромир» за декабрь 2009 года, например, отмечает, что около