

## Έρευνα Stedima: Η χρησιμοποίηση των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης (social networks) από στελέχη επιχειρήσεων

Γιώργος Ντάκος, Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος, Χαρχαντής Αθανάσιος  
STEDIMA S.A. [www.stedima.gr](http://www.stedima.gr)

### Εισαγωγή

Τα αποτελέσματα πρόσφατης διαδικτυακής έρευνας που εκπόνησε η Stedima το Μάρτιο 2010, σχετικά με τη χρήση των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης από στελέχη επιχειρήσεων. Η έρευνα βασίστηκε σε ερωτήματα που μας επέτρεψαν να κάνουμε συσχετισμούς και να εξάγουμε ενδεικτικά συμπεράσματα για ζητήματα όπως:

- ✓ Γνώση και εφαρμογή των social networks στην εργασία
- ✓ Λόγοι χρησιμοποίησής τους ή μη μέσα στις εταιρείες
- ✓ Πολιτικές απαγόρευσης από τις εταιρείες
- ✓ Οφέλη και μειονεκτήματα από τη χρήση τους

### Ταυτότητα της έρευνας

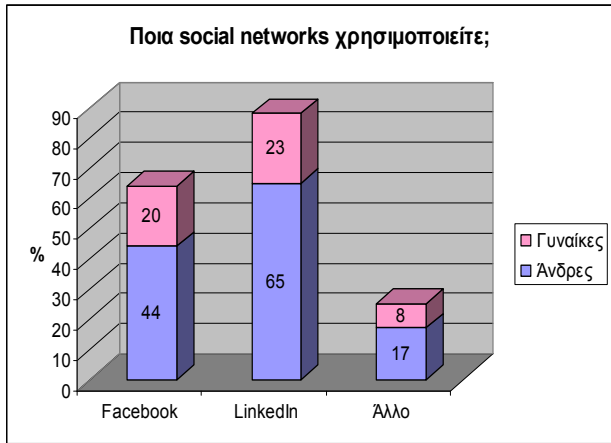
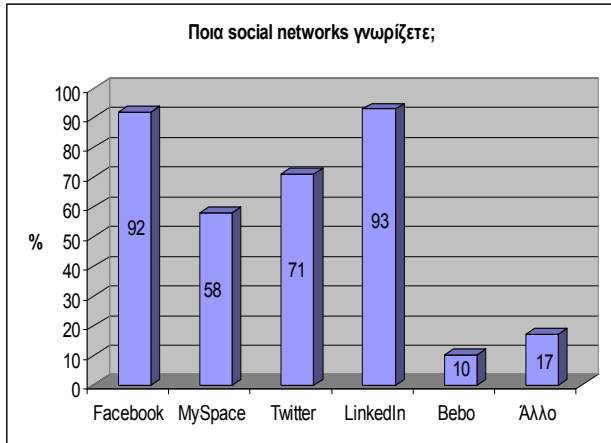
Η έρευνα συμπεριέλαβε πάνω από 300 άτομα και επιλέχθηκε από χρήστες του linkedin, ώστε να υπάρχει εξοικείωση και εμπειρία στα εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης. Υπό την έννοια αυτή το δείγμα δεν θεωρείται ως αυστηρά τυχαίο ούτε και αντιπροσωπευτικό, δείχνει όμως τις τάσεις και τη συμπεριφορά στελεχών επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν τα εργαλεία αυτά. Το δείγμα ήταν επίσης προσανατολισμένο προς άτομα με εργασιακή εμπειρία παρά σε νέους χωρίς εργασιακή εμπειρία. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι στην έρευνα περιλαμβάνονται έμπειρα στελέχη με αρκετά χρόνια εργασιακής εμπειρία σε σημαντικές θέσεις ευθύνης, από τα περισσότερα τμήματα των επιχειρήσεων, ενώ αρκετοί από τους συμμετέχοντες στο δείγμα εργάζονται σε θέσεις Γενικού διευθυντή ή Οικονομικού διευθυντή. Σημειώνεται τέλος ότι η έρευνα και τα αποτελέσματά της αποτυπώνουν τάσεις και θέτουν προβληματισμούς δίχως να φιλοδοξούν να εξάγουν στατιστικά τεκμηριωμένα συμπεράσματα. Το προφίλ του δείγματος είναι το ακόλουθο :

<b>Φύλλο</b> Ανδρες: 74% Γυναίκες: 26%	<b>Ηλικία</b> Έως 35: 24% 35-45: 49% > 45: 27%	<b>Μεταπτυχιακό</b> Ναι: 80% Όχι: 20%
<b>Τωρινή εργασία</b> Ελληνική επιχείρηση: 34% Πολυεθνική : 37% Ελληνική πολυεθνική: 21% Προσωπική : 7% Δημόσιος τομέας : 1%	<b>Τομέας τωρινής εργασίας</b> General Management: 20% Finance: 23% Marketing: 21% Sales: 12% Production: 7%	Supply Chain: 1% HR: 9% IT: 7%

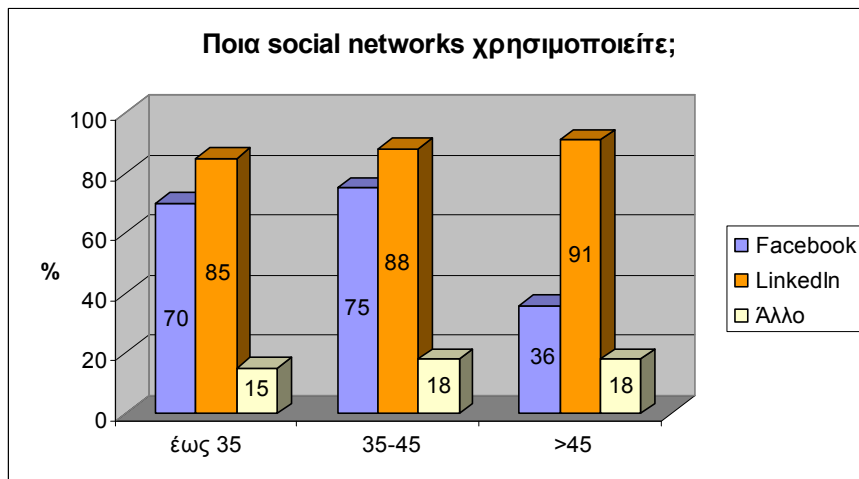
### Επιλογή συγκεκριμένου δικτύου και συχνότητα χρήσης

Τα περισσότερα στελέχη, γνωρίζουν το Facebook, το LinkedIn, το Twitter και το MySpace. Στην πράξη όμως, χρησιμοποιούνται κατά κύριο λόγο τα Facebook, από το 65% σχεδόν όλων

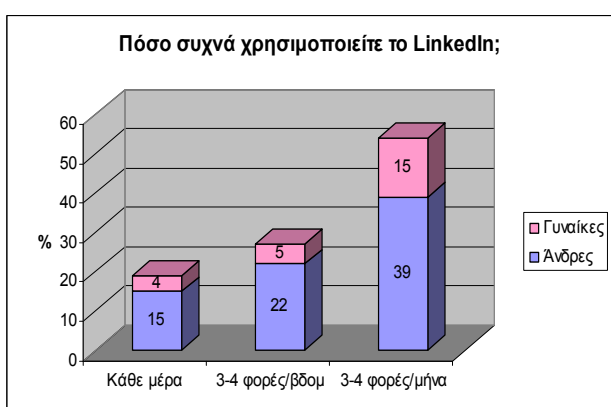
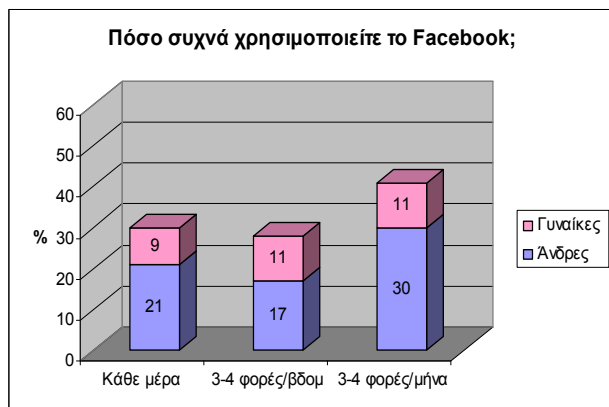
των στελεχών του δείγματος, και το LinkedIn, από το 88%. Ένας στους 4 χρησιμοποιεί και άλλα δίκτυα



Επίσης, παρατηρούμε πως ένα εργαλείο όπως το Facebook που έχει περισσότερο κοινωνικό και όχι επαγγελματικό χαρακτήρα, χρησιμοποιείται πιο πολύ από νέους και η χρήση φθίνει στα άτομα ηλικιών άνω των 45 ετών. Το LinkedIn αντίθετα χρησιμοποιείται από στελέχη όλων των ηλικιών.



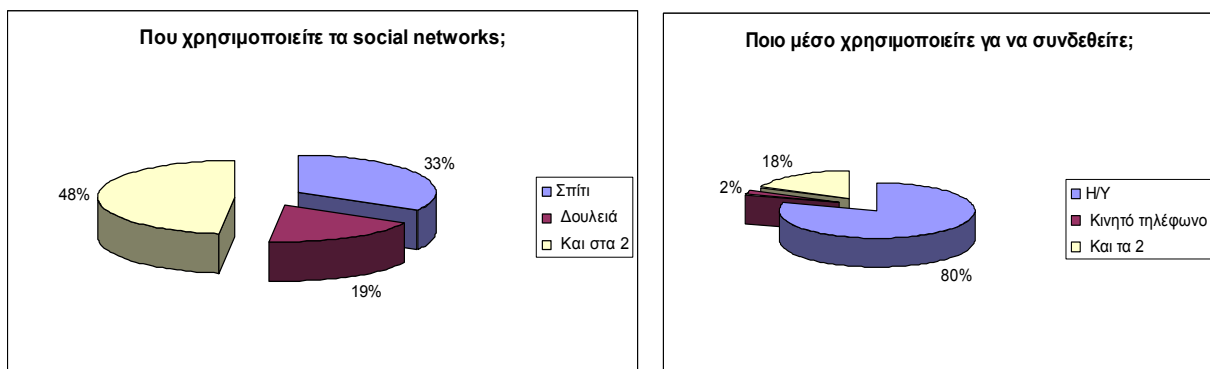
Όσον αφορά τη συχνότητα χρήσης των social networks, εστίασαμε στα Facebook και LinkedIn καθώς αυτά χρησιμοποιούνται συχνότερα.



Το μεν Facebook χρησιμοποιείται συχνότερα, με το 30% των στελεχών να κάνουν καθημερινή χρήση και επίσης ένα ποσοστό κοντά στο 30% το χρησιμοποιούν τουλάχιστον 3-4 φορές τη βδομάδα, δηλαδή σχεδόν καθημερινά. Ένα περίπου 40% αναφέρει λιγότερο συχνή χρήση, 3-4 φορές το μήνα. Το LinkedIn αντίθετα χρησιμοποιείται αραιότερα από το Facebook. Η πλειοψηφία των στελεχών (55%) το χρησιμοποιούν 3-4 φορές το μήνα, ενώ ο 1 στους 5 καθημερινά, και ένα ποσοστό 27 % σχεδόν καθημερινά. Η σχετική χρήση μεταξύ ανδρών και γυναικών, εμφανίζει τις γυναίκες στελέχη να είναι συχνότεροι χρήστες του Facebook. Υπερδιπλάσιο ποσοστό γυναίκες, περί το 20% να χρησιμοποιούν καθημερινά ή σχεδόν καθημερινά το Facebook, παρά το LinkedIn, με μόλις 9% . Τα αντίστοιχα ποσοστά ανδρών στελεχών με καθημερινή ή σχεδόν καθημερινή χρήση είναι ισοβαρή μεταξύ Facebook / LinkedIn ( 38% / 37%).

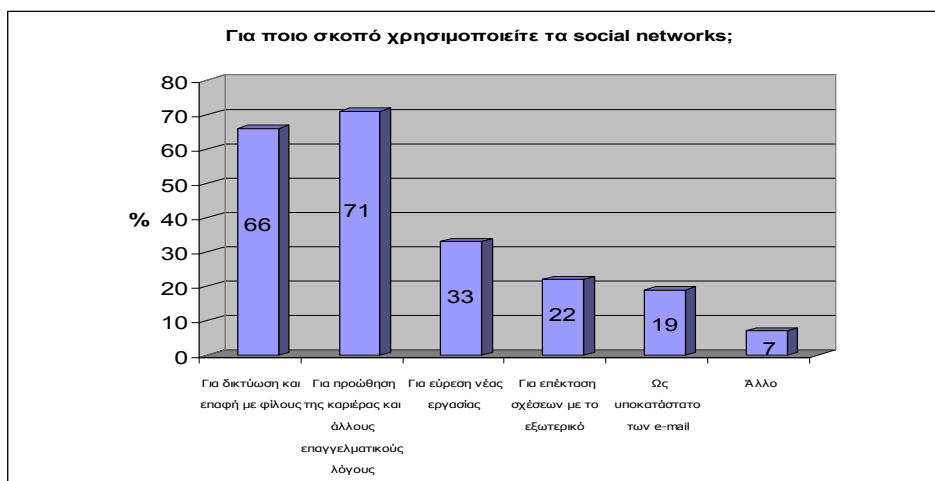
### Μέσο σύνδεσης και τόπος χρήσης

Ένα σχεδόν 50% των στελεχών κάνει χρήση των social networks και στο σπίτι και στη δουλειά, ενώ ο 1 στους 3 μόνο στο σπίτι, και ο 1 στους 5 μόνο στη δουλειά. Το μέσο χρήσης είναι ο ηλεκτρονικός υπολογιστής (80%). Ενδιαφέρον παρουσιάζει η διείσδυση του κινητού τηλεφώνου ως μέσου σύνδεσης, καθώς ένα 20% δηλώνει ότι το χρησιμοποιεί.



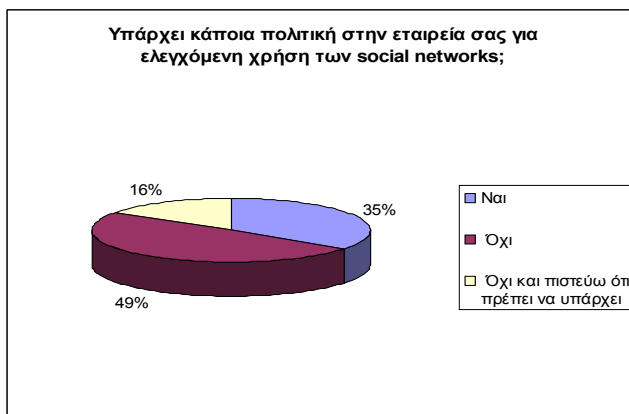
### Τα social networks στην εργασία

Η προώθηση της καριέρας και γενικά η επαφή με άτομα του εργασιακού χώρου φαίνεται πως είναι ο κύριος λόγος (71%)για τον οποίο τα στελέχη κάνουν χρήση των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης. 1 στους 5 τα χρησιμοποιεί ως μέσο επαφής με το εξωτερικό, και παρόμοιο ποσοστό, ως υποκατάστατο των e-mails.

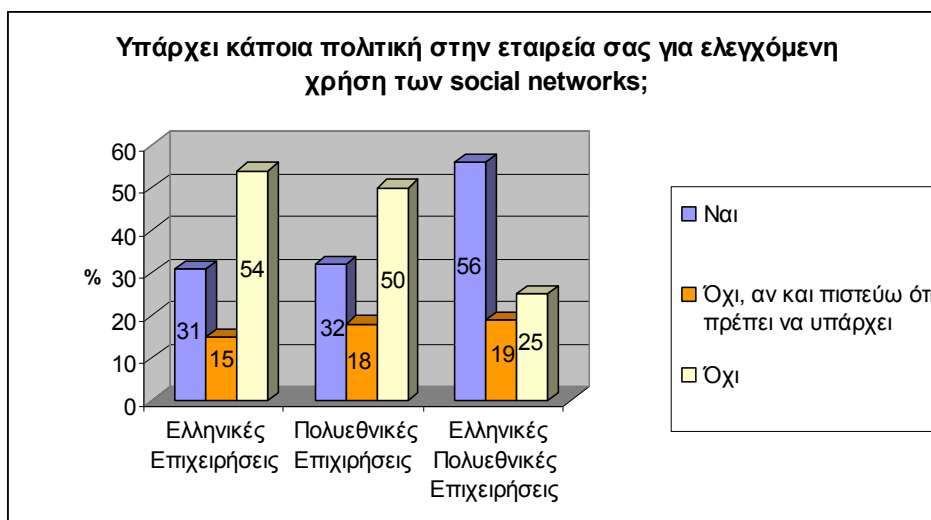


## Πολιτικές των επιχειρήσεων για ελεγχόμενη χρήση

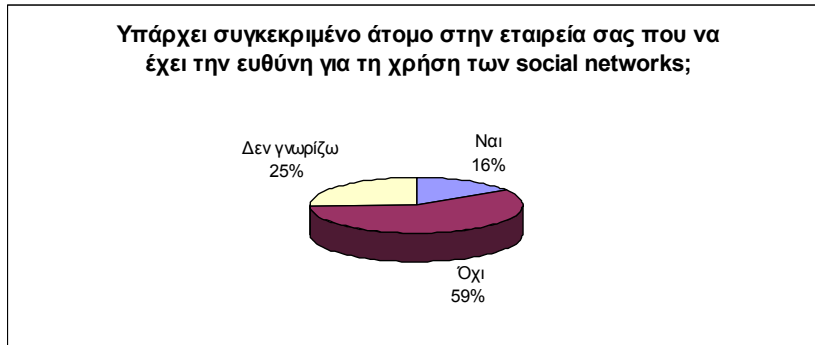
Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι μόλις το 35% των ερωτηθέντων απάντησε πως η εταιρεία του έχει κάποια πολιτική για ελεγχόμενη χρήση των social networks, η οποία αναφέρεται σε περιορισμένη πρόσβαση, σε καταγραφή του χρόνου, σε πλήρη απαγόρευση κ.ά. Ένα ποσοστό που προσεγγίζει το 20% αναφέρει πως παρότι δεν υπάρχει ελεγχόμενη χρήση από πλευράς εταιρείας, κατά τη γνώμη τους θα έπρεπε να υφίστανται περιορισμοί. Θεωρούμε εντυπωσιακό το εύρημα ποσοστό σχεδόν 40% των στελεχών να αναφέρουν ότι οι εταιρείες τους αδιαφορούν για τη χρήση των κοινωνικών δικτύων από στελέχη στην εργασία τους. Μάλιστα ένα ποσοστό της τάξης του 10% χρησιμοποιούν τα social networks εν αγνοία της εταιρείας.



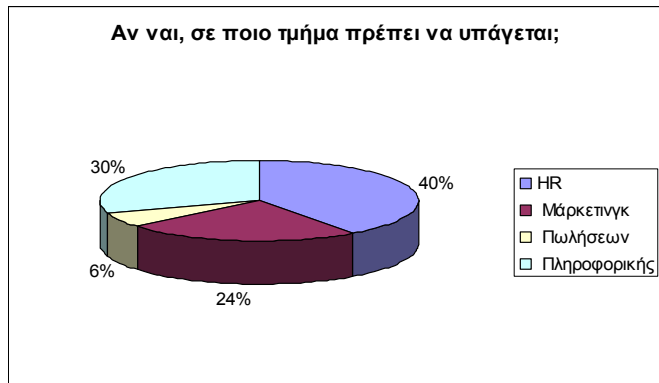
Από τις επιχειρήσεις που εφαρμόζουν πολιτική έλεγχου το 56 % είναι ελληνικές πολυεθνικές , το 31 % αμιγώς ελληνικές, και υπόλοιπο 32 % πολυεθνικές. Δεν μας είναι εμφανώς κατανοητή αυτή η διαφαινόμενη διαφοροποίηση. Το χαμηλότερο ποσοστό πολυεθνικών που εφαρμόζει έλεγχο, σε σχέση με τις ελληνικές πολυεθνικές, πιθανόν αποτυπώνει μια τάση περισσότερης φιλελευθεροποίησης, και ίσως περισσότερης εξοικείωσης των πολυεθνικών σε σχέση με τις ελληνικές πολυεθνικές γύρω από τα κοινωνικά δίκτυα του διαδικτύου. Εξάλλου σύμφωνα με την ανάλυση της προηγούμενης ερώτησης, ένα 46% του συνόλου των επιχειρήσεων είτε είναι αδιάφορη για το θέμα, είτε αγνοεί ότι τα στελέχη της χρησιμοποιούν τα εργαλεία αυτά. Συνεπώς είναι πιθανό να υπάρχει σύνδεση μεταξύ των 2 απαντήσεων.



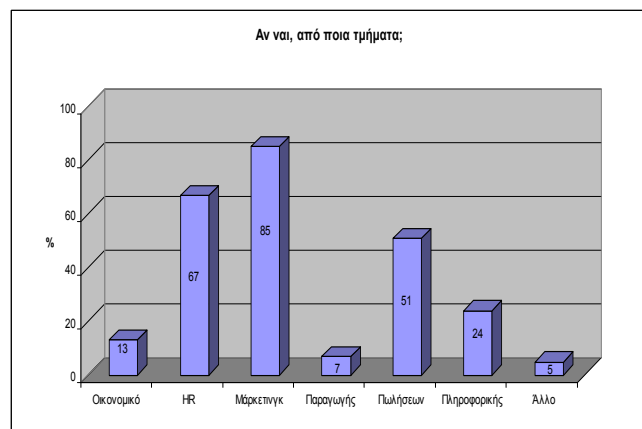
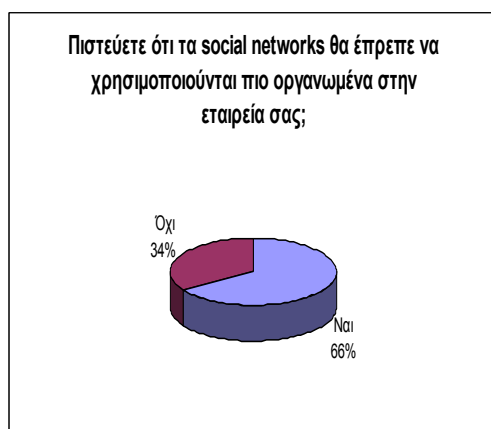
Το 16% των στελεχών του δείγματος απάντησε πως υπάρχει άτομο μέσα στην εταιρεία που έχει την ευθύνη για τη χρήση των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης. Ενώ ο 1 στους 4 δεν γνωρίζει αν υπάρχει ή όχι υπεύθυνος για το θέμα αυτό.



Η πλειοψηφία των στελεχών αναφέρει πως πρέπει να υπάρχει ένα τέτοιο άτομο και πως πρέπει κατά κύριο λόγο να υπάγεται στο τμήμα ανθρωπίνου δυναμικού (40%), ή πληροφορικής (30%) ή Μάρκετινγκ (24%).



Στο αν θα έπρεπε να χρησιμοποιούνται τα social networks πιο οργανωμένα μέσα στην εταιρεία τους, τα περισσότερα στελέχη απάντησαν θετικά (65%). Υποστηρίζουν πως τα τμήματα HR, Μάρκετινγκ και Πωλήσεων είναι αυτά που πρέπει να αναλάβουν πρωτοβουλίες σε αυτό το θέμα.

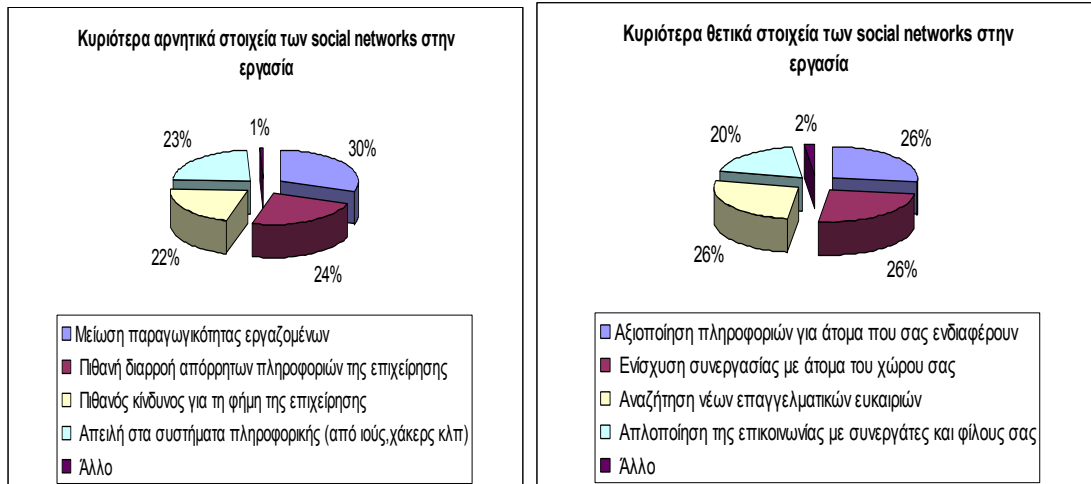


Ως αιτίες αναφέρθηκαν : μια πιο οργανωμένη χρήση των εργαλείων από το τμήμα HR θα βελτιώνει την εσωτερική επικοινωνία και δημιουργία σχέσεων, και στη διεύρυνση των επιλογών στην προσέλκυση προσωπικού για πρόσληψη. Στα τμήματα Μάρκετινγκ και Πωλήσεων,

αναφέρθηκαν στην προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών, στη διαφήμιση, στην έρευνα αγοράς και στη συνολική εικόνα – brand image & corporate image -της επιχείρησης.

### Θετικά και αρνητικά στοιχεία των social networks στο χώρο εργασίας.

Τα θετικά εστιάζονται σε θέματα επικοινωνίας με α) συνεργάτες & φίλους, β) εύρεση πληροφοριών για ενδιαφέροντα άτομα, και γ) νέες επαγγελματικές ευκαιρίες.



Τα αναφερόμενα ως αρνητικά είναι κυρίως η μείωση της παραγωγικότητας των εργαζομένων (30%), καθώς και η διαρροή στοιχείων, ο αντίκτυπος στη φήμη της επιχείρησης, και κίνδυνοι ασφάλειας πληροφοριακών συστημάτων, όλα τα τελευταία σε ποσοστά περί το 24%.

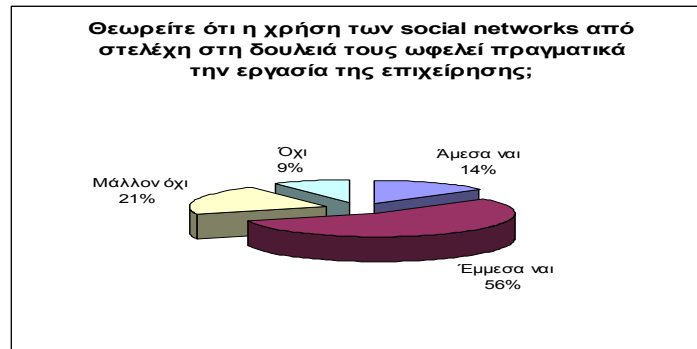
### Κατάχρηση χρόνου

Επιθυμία μας στο σημείο αυτό, ήταν η διερεύνηση του φαινομένου της κατάχρησης από στελέχη του εργασιακού χρόνου για «σερφάρισμα» στα κοινωνικά δίκτυα. Πάνω από 1 στους 5 (22 %) αναφέρει ότι είτε έχει προβεί σε απευθείας παρατήρηση σε υφιστάμενό του για το θέμα αυτό, είτε ότι θα έπρεπε να το είχε κάνει.



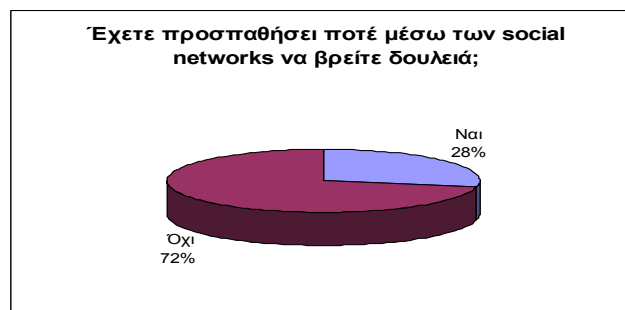
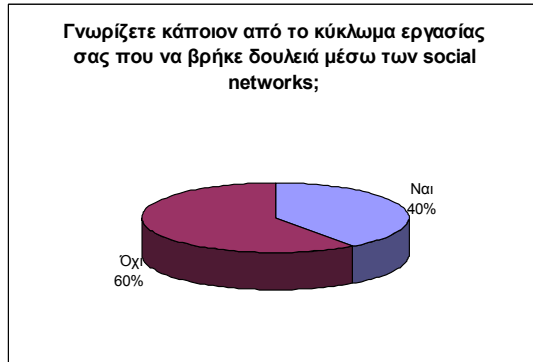
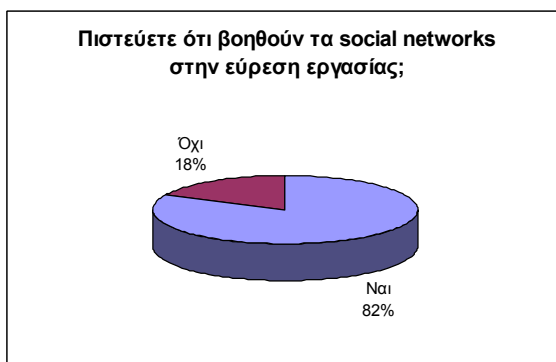
### Οφέλη για την επιχείρηση

Όσον αφορά τη γνώμη των στελεχών για το κατά πόσο η χρήση των social networks ωφελεί πραγματικά την εργασία της επιχείρησης υπάρχει ένα σημαντικό ποσοστό της τάξεως του 30% που έχουν αρνητική άποψη. Το 14% πιστεύει πως υπάρχουν άμεσα και χειροπιαστά πλεονεκτήματα από τη χρήση των εργαλείων και το 56% πως κατά κάποιο τρόπο, έμμεσα η επιχείρηση βγαίνει κερδισμένη στο μέλλον (με διαφημίσεις, προστασία της φήμης κ.ά.)



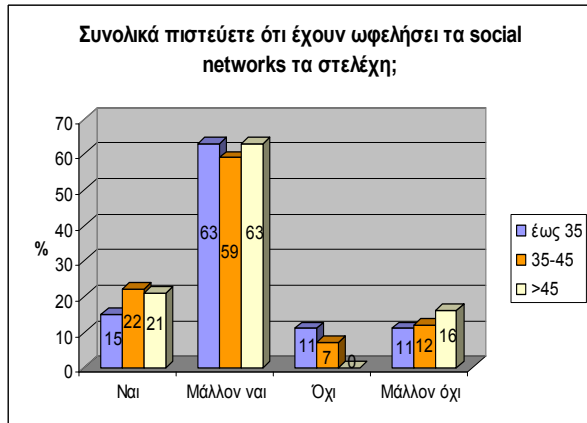
### Οφέλη για τα στελέχη

Η συντριπτική πλειοψηφία των στελεχών ( 82% ) αναφέρει πως τα social networks βοηθούν σημαντικά στην εύρεση εργασίας και μάλιστα ποσοστό 40% εξ αυτών, γνωρίζουν άτομα που έχουν βρει δουλειά έτσι. Από τους ερωτηθέντες, ο 1 στους 3 περίπου (28%) το έχει προσπαθήσει αυτό μέσω του LinkedIn.

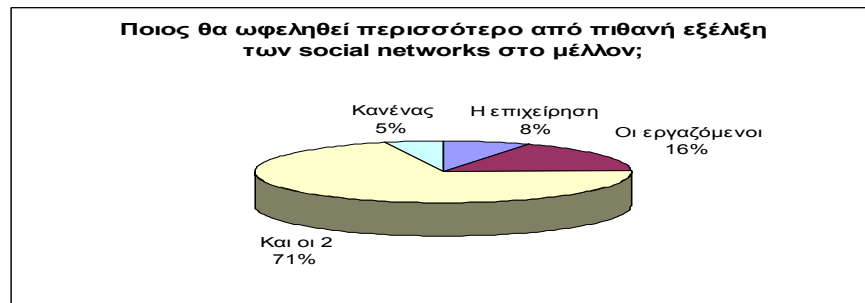


### Συνολική θεώρηση για τα social networks

Η πλειοψηφία (70%) των απαντήσεων (ναι & μάλλον ναι) θεωρούν πως έχουν ωφελήσει τα social networks τις επιχειρήσεις. Ενώ το αρνητικό ποσοστό είναι 30% (όχι & μάλλον όχι). Οι απόψεις είναι πιο θετικές ( 80%) για το όφελος που αποκομίζουν τα ίδια τα στελέχη από τα εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης, με αρνητικές το 20%. Σε ότι δε αφορά τη στάθμιση της ίδιας ερώτησης με βάση την ηλικιακή κατηγορία, τα πιο έμπειρα -κατά τεκμήριο- στελέχη ηλικιών άνω των 45, εμφανίζονται πιο απαισιόδοξοι και αρνητικοί από το μέσο όρο του συνόλου, ως προς το υποτιθέμενο όφελος της επιχείρησης από τη χρήση εκ μέρους των στελεχών των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης. Σχεδόν το 40% από αυτούς απαντά πως τα εργαλεία αυτά δεν ωφελούν την επιχείρηση, ενώ οι συνολικά αρνητικές απαντήσεις (όχι & μάλλον όχι) είναι σχεδόν η 1 στις 2 (48%).



Τέλος ένα σημαντικό ποσοστό της τάξης του 70% αναφέρει πως μελλοντικά τα κοινωνικά δίκτυα θα ωφελήσουν και τα στελέχη και τις επιχειρήσεις. Η αναλογία των θετικών απαντήσεων και πάλι εμφανίζει τα στελέχη διπλά ωφελημένα από ότι τις επιχειρήσεις (16% έναντι 8%).



## Συμπεράσματα

Δεν μας είναι εύκολο να βγάλουμε ένα γενικό συμπέρασμα. Γνώμη μας είναι ότι αναμφισβήτητα τα κοινωνικά δίκτυα ενέχουν κάποια χρησιμότητα για τις επιχειρήσεις και τα στελέχη τους. Πιστεύουμε ότι η χρησιμότητα αυτή επί του παρόντος επαφίεται στην φιλοπατρία των στελεχών, δίχως να υφίσταται οργανωμένη αντίληψη και πρακτική διαδικασία από πλευράς της επιχείρησης. Αρκετές είναι οι επιχειρήσεις που αδιαφορούν για το θέμα αφήνοντας τους εργαζόμενους σε ανεξέλεγκτη χρήση. Αρκετές επίσης απαγορεύουν τη χρήση κοινωνικών δικτύων σε εργαζόμενους εν ώρα υπηρεσίας. Αυτά έχουν ως αποτέλεσμα να αποκτά η χρησιμοποίηση των κοινωνικών δικτύων τη δυναμική χρήσης εκ συνηθείας και μόνο, δίχως ορατά και χειροπιαστά αποτελέσματα για την επιχείρηση. Για τον εργαζόμενο τα πρακτικά οφέλη μάλλον είναι πιο ορατά. Σε κάθε περίπτωση, όπως είναι τα πράγματα τώρα, η εκτίμησή μας είναι ότι τα κοινωνικά δίκτυα χρησιμοποιούνται από τα στελέχη εν ώρα εργασίας, δίχως στις περισσότερες των περιπτώσεων να υπάρχει επαρκής τεκμηρίωση για τη χρησιμότητά τους. Ακόμα και για τα τμήματα εκείνα των επιχειρήσεων, όπως το ανθρώπινο δυναμικό και το sales & marketing στα οποία κατά τεκμήριο θα περίμενε κανείς περισσότερο συγκεκριμένη στοιχειοθέτηση. Αυτή η πραγματικότητα, επί του παρόντος τουλάχιστον, αποκλείει και στερεί από τα κοινωνικά δίκτυα από αυτό που υποδηλώνει ο όρος «επιχειρηματικό εργαλείο». Το θέμα εξακολουθεί να παραμένει κατά την κρίση μας αμφιλεγόμενο. Τέλος μας είναι άγνωστο το τι συμβαίνει ως προς τα παραπάνω στο δημόσιο τομέα στη χώρα μας, τη στιγμή που άλλες χώρες όπως Καναδάς, ΗΠΑ, Βρετανία εφαρμόζουν επιλεκτική πολιτική ολικής ή μερικής απαγόρευσης για το δημόσιο τομέα.