

Запрет работодателей на социальные сети в рабочее время – малодейственный способ сократить время, которое тратят на них сотрудники. К такому выводу пришли эксперты проекта «HR Lab. – Лаборатория HR Инноваций», проведя исследование для Аналитического центра «АльфаСтрахование».

Как признались 68% сотрудников компаний, в которых запрещены и заблокированы социальные сети, они продолжают, несмотря на запреты, посещать их, только используют для этого вместо компьютера свои смартфоны или же сидят в них через сайты-анонимайзеры.

Специалисты «АльфаСтрахование» провели анонимный опрос сотрудников 90 российских компаний с оборотом от 100 млн руб. в год и выяснили, что 28% компаний запрещают сотрудникам «сидеть» в соцсетях в рабочее время. В то же время 68% сотрудников пренебрегают этим требованием и выходят туда хотя бы раз за рабочий день: 91% при помощи смартфона, 6% — через сайт-анонимайзер и 3% при помощи личного ноутбука или планшета.

Еще 10% признались, что воспользовались служебным положением и добились письменного разрешения открыть доступ к необходимым для работы сайтам и соцсетям. Обычно такие привилегии получают сотрудники отделов рекламы и маркетинга, по работе с иностранными партнерами, HR-специалисты, журналисты, бизнес-тренеры. Таким образом, с запретом смирились лишь 22% сотрудников.

Чаще всего запрет на соцсети связан с желанием компании повысить эффективность работников, а также с неразглашением коммерческой или государственной тайны. Чуть более 18% опрошенных компаний признались, что иногда проверяют профили некоторых своих подчиненных. Еще 40% компаний никак не следят за поведением сотрудников в соцсетях, чтобы не нарушать их личное пространство. Активно используют соцсети для отбора соискателей сотрудники HR-отделов.

В 2017 г. аналитики агентства Mediascope организовали исследование и пришли к выводу, что российские пользователи в возрасте от 12 до 44 лет проводят в интернете порядка миллиарда минут в месяц. Первой по популярности оказалась соцсеть «ВКонтакте», на сайте которой россияне провели 237 млн минут. На втором месте располагаются сервисы Google, на которые граждане потратили 152 млн минут своего времени. Что касается социальной сети Facebook, то ей россияне уделили 135,5 млн минут.

Ранее исследовательский холдинг «Ромир», опросив тысячу человек, опубликовал данные, согласно которым россияне проводят в социальных сетях 143 минуты в день, и этот показатель растет. Для доступа к социальным сетям 71% опрошенных пользуются домашним компьютером, 22% — мобильными устройствами, лишь 8% заходят в социальные сети с рабочего компьютера.

«Социальные сети могут стать проблемой для немотивированных сотрудников, которые плохо контролируют свое время. Однако, если сотрудник умеет ставить себе цели и добиваться результата, то посещение соцсетей может даже помочь ему переключиться и после некоторой «перезарядки» начать работать даже эффективнее», — говорит Егор Сафрыгин, директор департамента маркетинга «Медицина» Группы «АльфаСтрахование».

Источник: Википедия страхования, 09.10.2017