

**Για Περισσότερες πληροφορίες:**  
Μεταξία Κλάδη / The PR Team  
210 610 67 67 – 6932 36 33 30  
[mkladi@theprteam.gr](mailto:mkladi@theprteam.gr)

Νάντια Διονυσοπούλου / The PR Team  
210 610 67 67 / 6936 50 43 84  
[ndionysopoulou@theprteam.gr](mailto:ndionysopoulou@theprteam.gr)

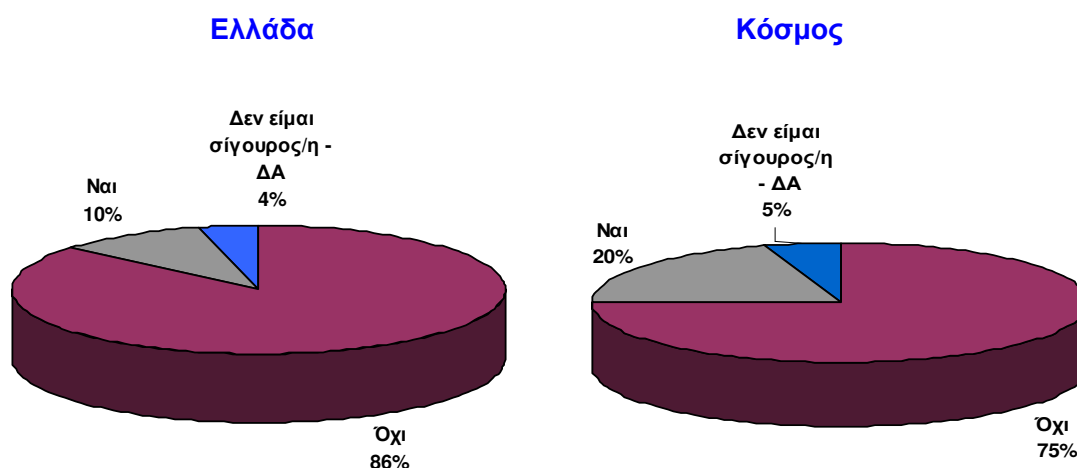
### **Manpower – Έρευνα “Κοινωνικά Δίκτυα και επιχειρήσεις: Αξιοποιώντας τη δύναμη των Social Media”**

**Μόλις 10% των Ελλήνων εργοδοτών διαθέτουν επίσημες πολιτικές για τη  
χρήση των social media από τους εργαζομένους τους**

**Αθήνα - 10 Φεβρουαρίου 2010.** Η αποφυγή μείωσης της παραγωγικότητας είναι ο βασικός λόγος για τον οποίο οι Έλληνες εργοδότες διαθέτουν επίσημες πολιτικές για τη χρήση των social media από τους εργαζομένους τους, σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποίησε η Manpower στην Ελλάδα και σε 34 ακόμη χώρες σε όλο τον κόσμο. Στην έρευνα, με τίτλο «**Κοινωνικά Δίκτυα και επιχειρήσεις - Αξιοποιώντας τη δύναμη των Social Media**», συμμετείχαν περισσότεροι από 34,000 εργοδότες, μεταξύ αυτών και αντιπροσωπευτικό δείγμα 751 Ελλήνων. Στόχος της έρευνας ήταν να αποτυπώσει τη στάση των εργοδοτών ως προς τη χρήση των social media στο εργασιακό περιβάλλον. Τα αποτελέσματα της έρευνας της Manpower, καθώς επίσης και η μελέτη με προτάσεις για την αξιοποίηση της δυναμικής των social media από τις επιχειρήσεις, παρουσιάστηκαν για πρώτη φορά στις 27 Ιανουαρίου 2010, από τον CEO της εταιρείας, Jeff Joerres, στο πλαίσιο του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ, που διεξήχθη στο Νταβός.

#### **Επίσημες πολιτικές για τη χρήση των social media από τους εργαζομένους**

Από τους 751 Έλληνες εργοδότες οι οποίοι συμμετείχαν στην έρευνα, μόλις το 10% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι διαθέτουν επίσημες πολιτικές για τη χρήση των social media (π.χ. Facebook, Twitter, LinkedIn) από τους εργαζομένους τους, ποσοστό το οποίο είναι κατά 10 ποσοστιαίες μονάδες χαμηλότερο από τον παγκόσμιο μέσο όρο (*Γράφημα 1*).



**Γράφημα 1: Ύπαρξη επίσημων πολιτικών για τη χρήση των social media από τους εργαζομένους**

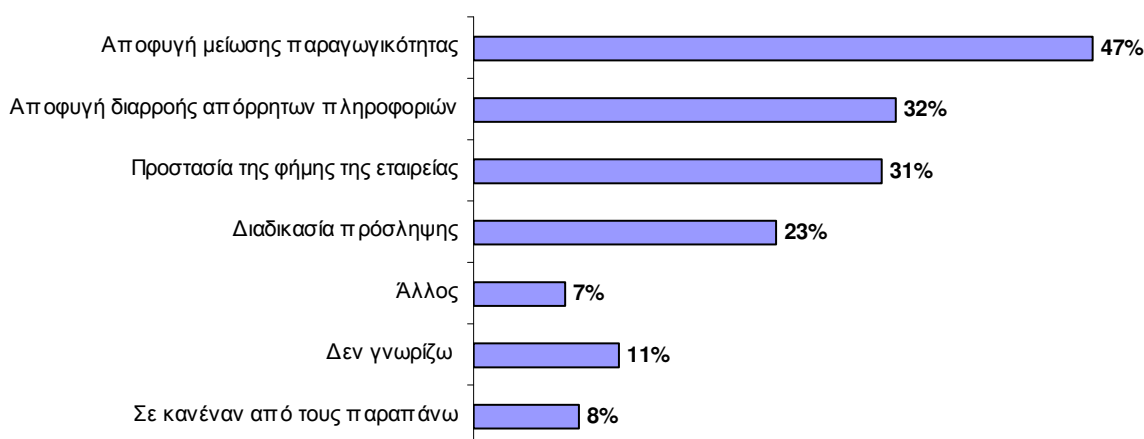
«Οι επιχειρήσεις τηρούν στάση αναμονής, όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και στην Ευρώπη. Σε κάποιες, δε, περιπτώσεις ως επίσημη πολιτική νοείται η απαγόρευση πρόσβασης εν ώρα εργασίας ή ένα πλέγμα περιορισμών, που συχνά έχουν τα αντίθετα από τα επιθυμητά αποτελέσματα», σχολίασε η **Δρ Βενετία Κουσία, Διευθύνουσα Σύμβουλος της Manpower** στην Ελλάδα. «Όμως τα social media είναι εδώ και οι αλλαγές που επιφέρουν στον τρόπο που ζούμε, εργαζόμαστε και συνεργαζόμαστε είναι ήδη ορατές και θα γίνουν ακόμη εντονότερες. Οι εργοδότες δεν μπορούν και δεν πρέπει να απέχουν. Αντιθέτως, μπορούν και πρέπει να αξιοποιήσουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μέσα από πολιτικές που αντί να περιορίζουν θα απελευθερώνουν τη δυναμική τους. Σε αυτό το πλαίσιο, οι εταιρικές πολιτικές θα είχαν μάλλον τον χαρακτήρα ενός κοινά αποδεκτού πλαισίου για τη χρήση και την κατάχρηση των social media και θα ήταν εστιασμένες όχι στον έλεγχο της συμπεριφοράς των εργαζομένων αλλά στον προσανατολισμό της χρήσης τους προς θετικές και δημιουργικές κατευθύνσεις για τους ίδιους και τους οργανισμούς».

Οι εργοδότες που σε μεγαλύτερο ποσοστό δηλώνουν ότι διαθέτουν επίσημες πολιτικές για τη χρήση των social media από τους εργαζομένους, ανήκουν στον τομέα των Χρηματοοικονομικών και άλλων Υπηρεσιών προς Επιχειρήσεις και στον τομέα του Τουρισμού (15%). Ακολουθούν οι εργοδότες του τομέα των Μεταφορών & Επικοινωνιών και του Δημόσιου Τομέα & Κοινωνικών Υπηρεσιών (14%).

## Οφέλη από την εφαρμογή πολιτικών χρήσης social media

Από το 10% των Ελλήνων εργοδοτών που διαθέτουν επίσημες πολιτικές για τη χρήση των social media, το 47% δήλωσε ότι το όφελος από την εφαρμογή τους είναι η αποφυγή μείωσης της παραγωγικότητας, το 32% η αποφυγή διαρροής απόρρητων πληροφοριών και το 23% η προστασία της φήμης της εταιρείας. (Γράφημα 2).

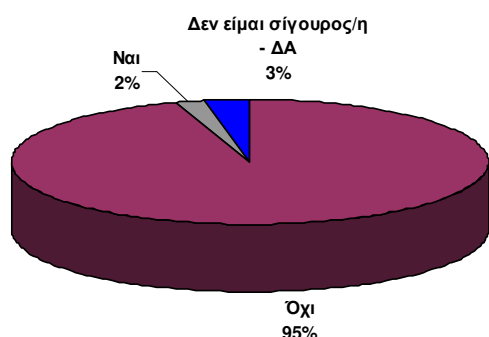
### Ελλάδα



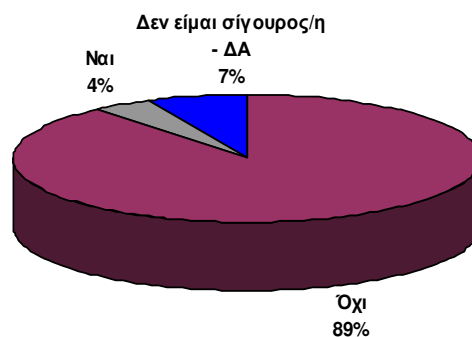
Γράφημα 2. Οι τομείς στους οποίους βοηθούν οι πολιτικές χρήσης social media

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι πολύ μικρό ποσοστό των ελληνικών εργοδοτών (2%) αναφέρει ότι η χρήση των social media από τους εργαζομένους τους είχε αρνητικές επιπτώσεις για τη φήμη της εταιρείας. Το ποσοστό αυτό δεν διαφοροποιείται πολύ σε σχέση με τον παγκόσμιο μέσο όρο, ο οποίος είναι μόλις δύο ποσοστιαίες μονάδες υψηλότερος (4%) (Γράφημα 3).

### Ελλάδα



### Κόσμος

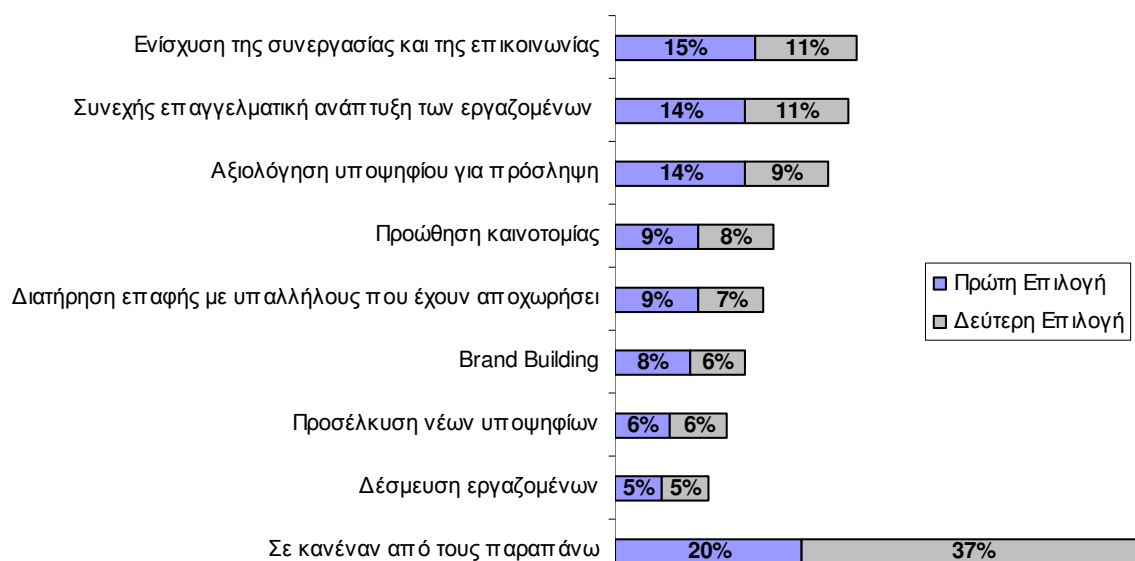


Γράφημα 3. Αρνητικές επιπτώσεις των social media στην εταιρική φήμη

## Οφέλη για την επιχείρηση από τη χρήση των social media

Πέρα από τους κινδύνους και τα προβλήματα που οι εργοδότες θεωρούν ότι μπορεί να προέλθουν από τη χρήση των social media, υπάρχουν και τα πιθανά οφέλη. Σύμφωνα με τους συμμετέχοντες στην έρευνα της Manpower τα σημαντικότερα από αυτά είναι η ενίσχυση της συνεργασίας και της επικοινωνίας (26%) και η συνεχής επαγγελματική ανάπτυξη των εργαζομένων (25%). Ακολουθούν η συμβολή τους στη διαδικασία αξιολόγησης ενός υποψηφίου για πρόσληψη (23%), η προώθηση της καινοτομίας (17%) και η διατήρηση επαφής με υπαλλήλους που έχουν αποχωρήσει (16%) (Γράφημα 4). Το «brand building», δηλαδή η συμβολή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στο χτίσιμο και την ενίσχυση της εικόνας ενός οργανισμού, αποτελεί μόλις την 6<sup>η</sup> κατά σειρά επιλογή των ελλήνων εργοδοτών, ενώ παγκοσμίως καταλαμβάνει την πρώτη θέση ανάμεσα στο οφέλη της χρήσης των social media, πάντοτε κατά την άποψη των εργοδοτών.

### Ελλάδα



Γράφημα 3. Οφέλη από την χρήση των social media για την επιχείρηση

### Σχετικά με την Έρευνα της Manpower

Η έρευνα της Manpower με τίτλο «**Κοινωνικά Δίκτυα και επιχειρήσεις - Αξιοποιώντας τη δύναμη των Social Media**» πραγματοποιήθηκε τον Οκτώβριο 2009 σε περισσότερους από 34,000 εργοδότες από 35 χώρες, μεταξύ αυτών και αντιπροσωπευτικό δείγμα 751 Ελλήνων. Στόχος της έρευνας ήταν να αποτυπώσει τη στάση των εργοδοτών ως προς τη χρήση των social media στο εργασιακό περιβάλλον.

Η μελέτη είναι διαθέσιμη στο link:

[https://candidate.manpower.com/wps/portal/GRMPNet!/ut/p/c5/04\\_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3gLI28zT0tvA0uLUCM3A093N1cPF0svYwMnY\\_1wkA6zeDenEA\\_fkGBjA3ezYBcDozA\\_U0NjFzMDA38ziLwBDuBooO\\_nkZ-bqI-QnZ3m6KioCAA3I\\_iD/dI3/d3/L2dJQSEvUU!3QS9ZQnZ3LzZfODJLNkk5SzA5OFUyRjBJR0ZFSEQ5SjNHSjQ!](https://candidate.manpower.com/wps/portal/GRMPNet!/ut/p/c5/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3gLI28zT0tvA0uLUCM3A093N1cPF0svYwMnY_1wkA6zeDenEA_fkGBjA3ezYBcDozA_U0NjFzMDA38ziLwBDuBooO_nkZ-bqI-QnZ3m6KioCAA3I_iD/dI3/d3/L2dJQSEvUU!3QS9ZQnZ3LzZfODJLNkk5SzA5OFUyRjBJR0ZFSEQ5SjNHSjQ!)

Για τα αναλυτικά αποτελέσματα της Έρευνας της Manpower, παρακαλούμε επικοινωνήστε με την Νάντια Διονυσιοπούλου, τηλ: 210 610 67 67 / κιν: 6936 50 43 84, e-mail: [ndionysopoulou@theprteam.gr](mailto:ndionysopoulou@theprteam.gr).

### **Σχετικά με τη Manpower Inc.**

Η Manpower Inc. (NYSE: MAN) είναι ηγετική δύναμη στο χώρο της παροχής υπηρεσιών ανθρώπινου δυναμικού. Η εταιρεία, η οποία ιδρύθηκε το 1948, με κύκλο εργασιών 22 δις δολάρια, δημιουργεί και προσφέρει στις εταιρείες-πελάτες της τις υπηρεσίες που χρειάζονται για να επιτύχουν στο μεταβαλλόμενο κόσμο της εργασίας. Οι υπηρεσίες της ανταποκρίνονται σε κάθε επιχειρηματική ανάγκη που σχετίζεται με την εργασία και περιλαμβάνουν εύρεση και επιλογή προσωπικού για μόνιμη και προσωρινή απασχόληση, αξιολόγηση και εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού, υπηρεσίες outplacement, outsourcing και consulting. Η Manpower, με τη δυναμική που αντλεί από ένα παγκόσμιο δίκτυο 4,000 γραφείων σε 82 χώρες, ανταποκρίνεται με επιτυχία στις σύνθετες ανάγκες 400,000 πελατών ετησίως. Στο πελατολόγιο της περιλαμβάνονται επιχειρήσεις μικρού και μεσαίου μεγέθους, από κάθε κλάδο επιχειρηματικής δραστηριότητας, καθώς επίσης και οι μεγαλύτεροι πολυεθνικοί οργανισμοί. Στόχος της Manpower είναι να προσφέρει ποιοτικές και αξιόπιστες υπηρεσίες διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού που αυξάνουν την παραγωγικότητα, με παράλληλη μείωση του κόστους, επιτρέποντας έτσι στους εταιρικούς της πελάτες να εστιάσουν στις βασικές επιχειρηματικές τους δραστηριότητες. Η πλήρης γκάμα των υπηρεσιών της εταιρείας προσφέρεται μέσω πέντε brands: Manpower, Manpower Professional, Elan, Jefferson Wells και Right Management. Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την Manpower επισκεφθείτε το [www.manpower.com.gr](http://www.manpower.com.gr).