

## АНАЛІЗ ФАКТОРІВ НЕГАТИВНОГО ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ЕКОНОМІКУ ФІРМИ

ст. викладач **Ковальов Б.Л.**, студент гр. Е-01 **Романченко Я.В.**

Зараз важко уявити життя людей різного віку без доступу до інтернету. Він є незаперечним благом цивілізації і багато в чому спростив наше життя. Інтернет-магазини дозволяють здійснювати покупки, не виходячи із дому, он-лайн трансляції замінили нам телевізор, новини і прогноз погоди оновлюються кожну хвилину.

Але є ще один важливий фактор, через який люди не відходять від екранів моніторів цілодобово – соціальні мережі. Первинним призначенням соціальних мереж було об'єднання людей. Завдяки їм з'явилася можливість підтримувати зв'язок на відстані. Багато хто відшукав своїх родичів, однокласників, друзів дитинства. Зручно вирішувати питання швидко, до того ж можна листуватися відразу з декількома людьми одночасно.

Україна увійшла у п'ятірку країн, інтернет-користувачі яких найактивніше відвідують соціальні мережі. Італія, Німеччина і Франція, де поширення інтернету у дватри рази вище, значно відстали. Лідерами по активності у соціальних мережах стали Філіппіни, Чилі та Еквадор, де частка користувачів соціальних мереж від загальної кількості інтернет-користувачів становить відповідно 89 %, 88 % та 87 %. За ними йдуть ПАР (82 %) та Україна (81 %).

В Україні частіше соцмережами користуються чоловіки – 54,6 %. Жінки відповідно – 45,4 %. Найактивнішими виявилися українці віком від 16 до 24 років (43 % від загальної кількості), трохи менше люди віком 25-34 роки (33 %). Українці віком від 35 до 44 років теж досить активні – 16 %. Найменш активна вікова група 45-54 роки – 8 %. За даними медіагрупи UniversalMcCann, найбільше українці користуються соціальною мережею «Вконтакте» – 16,3 млн людей. Мережею «Однокласники» користується 8 млн українців, «Facebook» – 1,43 млн та LiveJournal – 0,4 млн. Тобто соціальними мережами користується найбільш активна вікова категорія з точки зору продуктивності праці.

Проте для людей соціальні мережі виявилися машиною часу: туди заходиш на хвилю, а виходиш, в кращому випадку, через дві години. При цьому проблема виникає в тому, що люди відвідують соціальні мережі не лише у вільний час, а й перебуваючи на робочому місці на підприємстві

Чим більша компанія, тим менше шансів у працівника витратити час на «лайки» та «репости». У компаніях із кількістю працівників до 100 осіб повний доступ є в 71 % співробітників; там, де кількість персоналу 100-200 осіб, вільно вийти в соціальну мережу може лише половина (51 %) з них; а ось серед великих компаній (більше 200 співробітників) трохи більше третини роботодавців (33 %) готові до такого.

Існують такі негативні наслідки використання соцмереж на підприємстві – витік інформації, зниження продуктивності праці, нерациональне використання робочого часу працівниками.

Витік інформації. Розміри офісу, його наповнення майном, кількість працівників і активність їхніх телефонних переговорів, наявність клієнтів і робота з ними, корпоративний стиль – усе це є непрямою вказівкою на розміри і прибутковість компанії. І про це все можна довідатись із інформації, викладеної працівниками на особистих сторінках у соціальних мережах, яка може використовуватись зловмисниками проти самої компанії.

Також соціальні мережі можуть використовувати для підриву репутації компанії. Таку цілеспрямовану атаку можуть провести її працівники, незадоволені керівництвом, конкуренти, ображені клієнти. Підірвати не стільки інформаційну, скільки економічну,

може компрометуюча поведінка працівників у соцмережах: приголомшуючі публікації, грубі репліки.

Існує багато компаній, для яких проблема витоку інформації є вкрай актуальною: переважно це є компанії, що працюють на ринку надання послуг, особливо фінансових і юридичних. Для таких компаній втрата репутації є рівноцінною втраті грошей.

Нераціональне використання робочого часу працівниками. Вісім з десяти людей, що працюють на підприємстві, проводять час в соціальних мережах. Для 10 % соціальні мережі – це частина їх роботи, 15 % кажуть про те, що відвідують соціальні мережі постійно. У багатьох фірмах і компаніях подібне заборонено, а частка організацій просто блокує «непрофільні» сайти.

Зниження продуктивності праці. За даними досліджень Panda Security, більша половина працівників малого і середнього бізнесу використовують соціальні мережі у робочий час. При цьому керівнику надзвичайно, не встановлюючи відповідних заборон, нормальний контроль за тим, чим займається підлеглий у соціальних мережах. Відсутність такого контролю може завдавати шкоди економіці компанії, її ефективність діяльності, знижувати продуктивність праці працюючих. Майже 40 % працівників зауважують, що спілкування в соціальних мережах створює значне навантаження на інтернет-канал і сповільнює роботу мережевих програм, необхідних для ведення бізнесу. У випадку, коли десятки і сотні користувачів одночасно дивляться відео, пропускна здатність мережі, необхідна для роботи мережевих програм, неминуче падає. Як вихід із ситуації необхідно обмежити доступ до відеотрафіку тих категорій працівників, для яких перегляд відео не допоможе у виконанні посадових обов'язків.

Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 36-37.