

MojPosao

netokracija

Istraživanje o društvenim mrežama

Zagreb, svibanj 2011.

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Posloprimci	1
2.1 Korištenje društvenih mreža	1
2.2 Razlozi za otvaranje profila na društvenim mrežama.....	4
2.3 Postavke privatnosti na društvenim mrežama	5
2.4 Kontakti iz poslovnog okruženja na društvenim mrežama	7
2.5 Sadržaj na profilu.....	9
2.6 Pregledavanje profila od strane poslodavaca	12
2.7 Pravila ponašanja na društvenim mrežama	16
3. Poslodavci	17
3.1 Provjeravanje kandidata za posao	17
3.2 Društvene mreže: osobna ili javna stvar	23
3.3 Korporativni profil na društvenim mrežama	25

Popis grafikona

Grafikon 1. Imate li svoj profil na društvenim mrežama??	1
Grafikon 2. Imate li svoj profil na društvenim mrežama? – obzirom na spol.....	1
Grafikon 3. Imate li svoj profil na društvenim mrežama? – obzirom na dob	2
Grafikon 4. Imate li svoj profil na društvenim mrežama? – obzirom na stručnu spremu	2
Grafikon 5. Imate li svoj profil na društvenim mrežama? – obzirom na regiju	2
Grafikon 6. Na kojim društvenim mrežama imate profil? (moguće više odgovora)	3
Grafikon 7. Na kojim društvenim mrežama imate profil? (moguće više odgovora) – obzirom na spol	3
Grafikon 8. Na kojim društvenim mrežama imate profil? (moguće više odgovora) – obzirom na dob.....	4
Grafikon 9. Na kojim društvenim mrežama imate profil? (moguće više odgovora) – obzirom na stručnu spremu	4
Grafikon 10. Iz kojih razloga imate profil na društvenim mrežama? (moguće više odgovora).....	5
Grafikon 11. Iz kojih razloga imate profil na društvenim mrežama? (moguće više odgovora) – obzirom na spol	5
Grafikon 12. Kakve su vaše postavke privatnosti na društvenim mrežama?.....	6
Grafikon 13. Kakve su vaše postavke privatnosti na društvenim mrežama? – obzirom na spol.....	6
Grafikon 14. Kakve su vaše postavke privatnosti na društvenim mrežama? – obzirom na dob	6
Grafikon 15. Kakve su vaše postavke privatnosti na društvenim mrežama? – obzirom na stručnu spremu	7
Grafikon 16. Imate li prijatelje, kontakte, <i>follower</i> na društvenim mrežama iz poslovnog okruženja?.....	7
Grafikon 17. Imate li prijatelje, kontakte, <i>follower</i> na društvenim mrežama iz poslovnog okruženja? – obzirom na spol.....	7
Grafikon 18. Imate li prijatelje, kontakte, <i>follower</i> na društvenim mrežama iz poslovnog okruženja? – obzirom na stručnu spremu	8
Grafikon 19. Tko vam je iz poslovnog okruženja prijatelj, kontakt, <i>follower</i> na društvenim mrežama? (moguće više odgovora)	8
Grafikon 20. Imate li na profilu navedenog poslodavca?	9
Grafikon 21. Imate li na profilu navedenog poslodavca? – obzirom na spol.....	9
Grafikon 22. Pazite li što objavljujete / pišete na društvenim mrežama misleći pritom na to da Vaš budući poslodavac može pregledati vaš profil i na temelju toga Vas zaposliti / ne zaposliti?	10
Grafikon 23. Pazite li što objavljujete / pišete na društvenim mrežama misleći pritom na to da Vaš budući poslodavac može pregledati vaš profil i na temelju toga Vas zaposliti / ne zaposliti? – obzirom na spol.....	10
Grafikon 24. Pazite li što objavljujete / pišete na društvenim mrežama misleći pritom na to da Vaš budući poslodavac može pregledati vaš profil i na temelju toga Vas zaposliti / ne zaposliti? – obzirom na stručnu spremu	10
Grafikon 25. Na vašem profilu imate: (moguće više odgovora)	11
Grafikon 26. Na vašem profilu imate: (moguće više odgovora) – obzirom na spol	11
Grafikon 27. Na profilu nemaju kompromitirajuće sadržaje – obzirom na dob.....	12
Grafikon 28. Mislite li da poslodavci pregledavaju profile potencijalnih i/ili postojećih zaposlenika?.....	12
Grafikon 29. Mislite li da poslodavci pregledavaju profile potencijalnih i/ili postojećih zaposlenika? – obzirom na spol.....	12
Grafikon 30. Mislite li da poslodavci pregledavaju profile potencijalnih i/ili postojećih zaposlenika? – obzirom imaju li profil na društvenim mrežama	13
Grafikon 31. Mislite li da poslodavci pregledavaju profile potencijalnih i/ili postojećih zaposlenika? – obzirom na dob	13
Grafikon 32. Mislite li da poslodavci pregledavaju profile potencijalnih i/ili postojećih zaposlenika? – obzirom na stručnu spremu	14

Grafikon 33.	Mislite li da poslodavci imaju 'pravo' provjeravati vaše ponašanje na društvenim mrežama? ...	14
Grafikon 34.	Mislite li da poslodavci imaju 'pravo' provjeravati vaše ponašanje na društvenim mrežama? – obzirom imaju li profil na društvenim mrežama	14
Grafikon 35.	Mislite li da poslodavci imaju 'pravo' provjeravati vaše ponašanje na društvenim mrežama? – obzirom na spol.....	15
Grafikon 36.	Mislite li da poslodavci imaju 'pravo' provjeravati vaše ponašanje na društvenim mrežama? – obzirom na stručnu spremu	15
Grafikon 37.	Imate li u životopisu navedene svoje profile na društvenim mrežama? – obzirom na spol	16
Grafikon 38.	Ima li vaša tvrtka definirano kakvo se ponašanje očekuje na društvenim mrežama?	16
Grafikon 39.	Biste li pristali raditi za poslodavca koji bi Vam na radnom mjestu u potpunosti zabranio pristup društvenim mrežama?	17
Grafikon 40.	Biste li pristali raditi za poslodavca koji bi Vam na radnom mjestu u potpunosti zabranio pristup društvenim mrežama? – obzirom na spol.....	17
Grafikon 41.	Jeste li ikada provjeravali kandidate za posao/zaposlenike na društvenim mrežama?	17
Grafikon 42.	Jeste li ikada provjeravali kandidate za posao/zaposlenike na društvenim mrežama? – obzirom na veličinu tvrtke	18
Grafikon 43.	Jeste li ikada provjeravali kandidate za posao/zaposlenike na društvenim mrežama? – obzirom na tip vlasništva	18
Grafikon 44.	Na kojim društvenim mrežama ste u najvećoj mjeri tražili informacije o kandidatima za posao/zaposlenicima? (moguće više odgovora)	19
Grafikon 45.	Na kojim društvenim mrežama ste u najvećoj mjeri tražili informacije o kandidatima za posao/zaposlenicima? (moguće više odgovora) – obzirom na tip vlasništva tvrtke.....	19
Grafikon 46.	Jeste li ikada naišli na neke od nekorektnih sadržaja na profilu kandidata/zaposlenika?	19
Grafikon 47.	Na kakve sadržaje ste naišli/Imate li na svom profilu slijedeće sadržaje (moguće više odgovora) – obzirom jesu li posloprimac ili poslodavac	20
Grafikon 48.	Ukoliko ste naišli na nešto što ste smatrali neprikladnim sadržajem na profilu zaposlenika, kako ste reagirali?.....	20
Grafikon 49.	Je li neprikladan sadržaj na profilu kandidata za posao utjecao na negativnu odluku o njegovom/njezinom zaposlenju?.....	21
Grafikon 50.	Je li neprikladan sadržaj na profilu kandidata za posao utjecao na negativnu odluku o njegovom/njezinom zaposlenju? – obzirom na veličinu tvrtke	21
Grafikon 51.	Je li neprikladan sadržaj na profilu kandidata za posao utjecao na negativnu odluku o njegovom/njezinom zaposlenju? – obzirom na tip vlasništva tvrtke	21
Grafikon 52.	Je li vam ikada profil potencijalnog kandidata imao pozitivni utjecaj na zaposlenje?	22
Grafikon 53.	Je li vam ikada profil potencijalnog kandidata imao pozitivni utjecaj na zaposlenje? – obzirom na veličinu tvrtke.....	22
Grafikon 54.	Je li vam ikada profil potencijalnog kandidata imao pozitivni utjecaj na zaposlenje? – obzirom na tip vlasništva tvrtke	22
Grafikon 55.	Smatrate li da je pravo svakog pojedinca da na profilima društvenih mreža ima što želi?	23
Grafikon 56.	Smatrate li da je pravo svakog pojedinca da na profilima društvenih mreža ima što želi? – obzirom na veličinu tvrtke	23
Grafikon 57.	Smatrate li da bi se u ugovoru o radu ili pravilnikom tvrtke trebalo definirati ponašanje zaposlenika na društvenim mrežama?	24
Grafikon 58.	Smatrate li da bi se u ugovoru o radu ili pravilnikom tvrtke trebalo definirati ponašanje zaposlenika na društvenim mrežama? – obzirom na veličinu tvrtke.....	24
Grafikon 59.	Smatrate li da bi se u ugovoru o radu ili pravilnikom tvrtke trebalo definirati ponašanje zaposlenika na društvenim mrežama? – obzirom na tip vlasništva tvrtke.....	24
Grafikon 60.	Ima li vaša tvrtka korporativni profil na društvenim mrežama?	25
Grafikon 61.	Ima li vaša tvrtka korporativni profil na društvenim mrežama? – obzirom na veličinu tvrtke ...	25
Grafikon 62.	Ima li vaša tvrtka korporativni profil na društvenim mrežama? – obzirom na tip vlasništva tvrtke	25
Grafikon 63.	Na kojim društvenim mrežama imate profil? (moguće više odgovora)	26
Grafikon 64.	Tko se brine za profile na društvenim mrežama?	26
Grafikon 65.	Tko se brine za profile na društvenim mrežama? – obzirom na tip vlasništva tvrtke	26
Grafikon 66.	Koja je bila namjera za pokretanje profila na društvenim mrežama (moguće više odgovora)? ..	27

1. Uvod

S povećanjem popularnosti društvenih mreža, sve su češća nagađanja o tome u kojoj ih mjeri poslodavci koriste kako bi saznali informacije o svojim sadašnjim ili budućim zaposlenicima.

Portal MojPosao i magazin Netokracija proveli su istraživanje kako bi utvrdili u kojoj su mjeri nagađanja o neetičnom korištenju društvenih mreža prilikom zapošljavanja i upravljanju zaposlenicima točna.

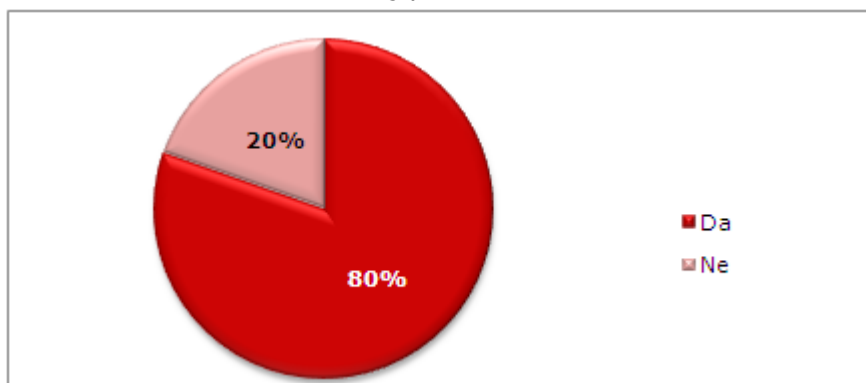
Istraživanje je provedeno putem interneta na preko 1900 posloprimaca i 70 poslodavaca tijekom travnja 2011. godine.

2. Posloprimci

2.1 Korištenje društvenih mreža

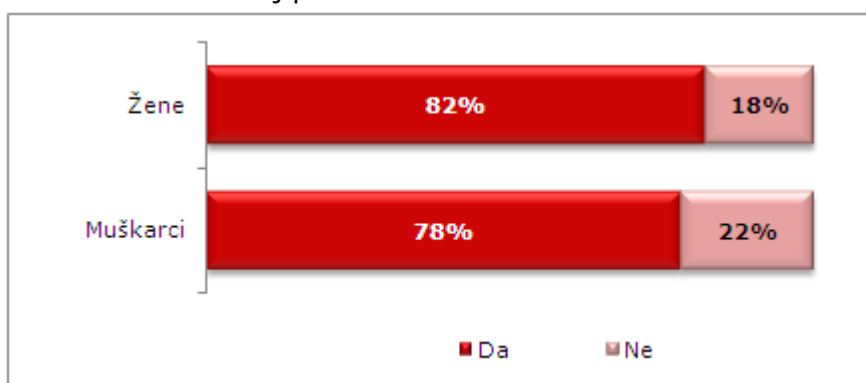
80% posloprimaca, korisnika interneta, koristi društvene mreže.

Grafikon 1. Imate li svoj profil na društvenim mrežama??



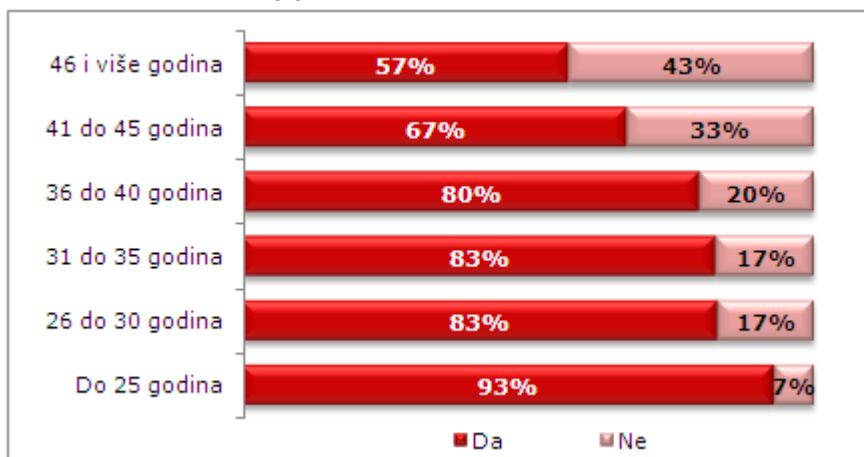
Žene u nešto većoj mjeri koriste društvene mreže. Njih 82% koristi društvene mreže, dok ih koristi 78% muškaraca.

Grafikon 2. Imate li svoj profil na društvenim mrežama? – obzirom na spol



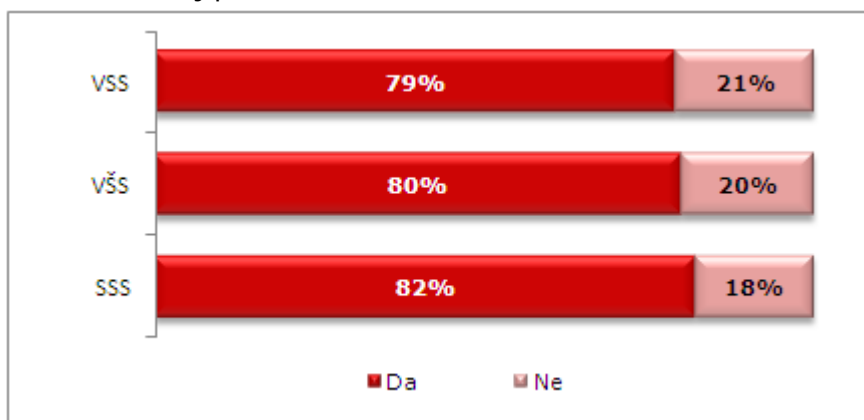
Mlađi ispitanici u većoj mjeri koriste društvene mreže nego stariji. Čak 93% ispitanika mlađih od 25 godina koristi društvene mreže. S dobi broj ispitanika koji koriste društvene mreže pada pa tako svega 57% ispitanika starijih od 45 godina koristi društvene mreže.

Grafikon 3. Imate li svoj profil na društvenim mrežama? – obzirom na dob



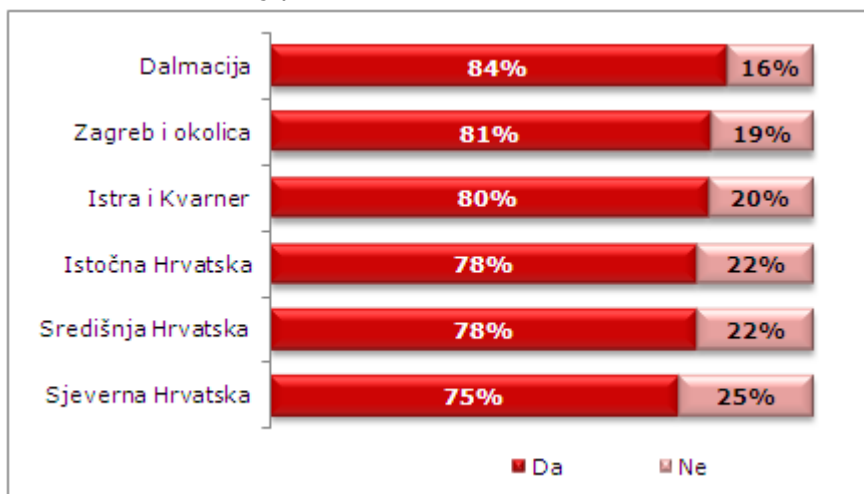
Bez obzira na stručnu spremu ispitanici različitih stupnjeva obrazovanja podjednako koriste društvene mreže, iako postoji lagana tendencija pada korištenja društvenih mreža sa visinom obrazovanja. Tako 79% ispitanika s visokom stručnom spremom, 80% s višom i 82% ispitanika sa srednjom stručnom spremom koristi društvene mreže.

Grafikon 4. Imate li svoj profil na društvenim mrežama? – obzirom na stručnu spremu



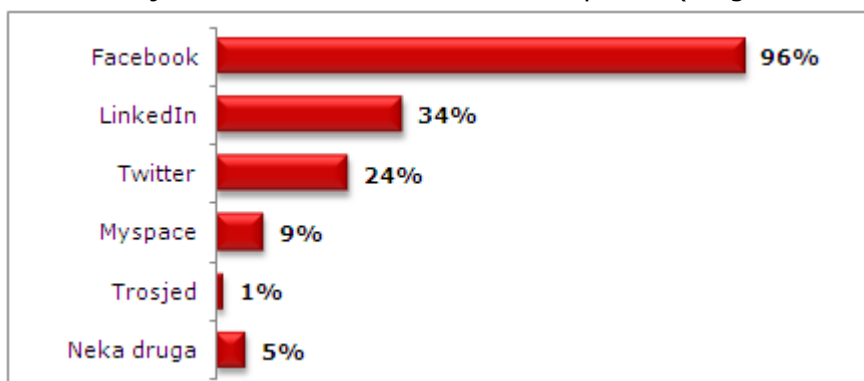
Iako nema većih razlika u korištenju društvenih mreža prema regijama, manje razlike su vidljive. Društvene mreže najviše koriste ispitanici iz Dalmacije (84%) i Zagreba i okolice (81%), a najmanje iz sjeverne (75%) i središnje Hrvatske (78%).

Grafikon 5. Imate li svoj profil na društvenim mrežama? – obzirom na regiju



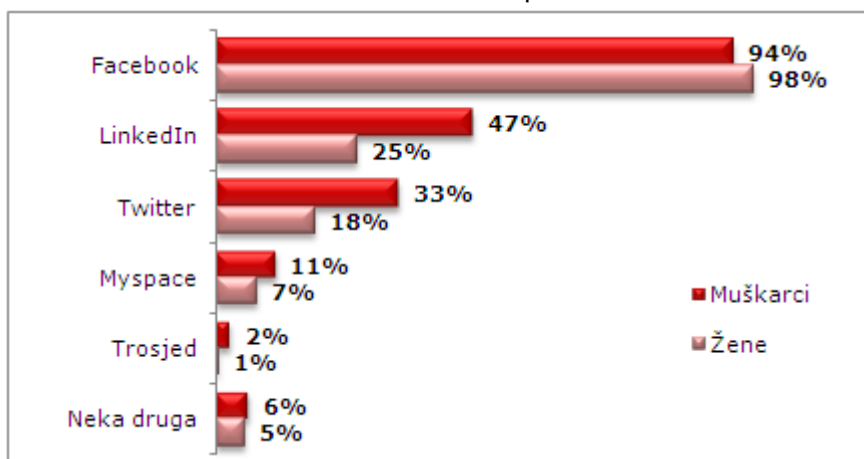
Najviše ispitanika, njih 96% ima profil na Facebooku. Na drugom mjestu je LinkedIn na kojem trećina ispitanika ima svoj profil (34%), slijedi Twitter s četvrtinom ispitanika (24%).

Grafikon 6. Na kojim društvenim mrežama imate profil? (moguće više odgovora)



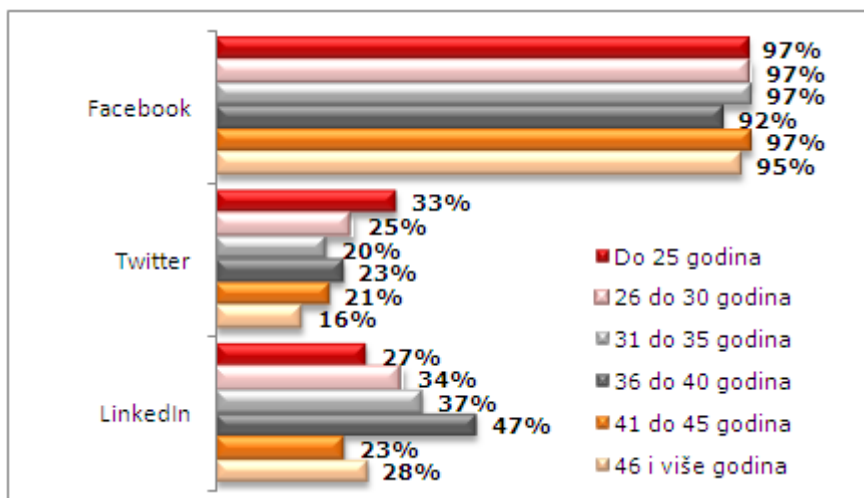
Na Facebooku podjednako muškaraca (94%) i žena (98%) ima svoj profil, dok na LinkedInu i Twitteru profile ima više muškaraca (47% na LinkedInu i 33% na Twitteru) nego žena (25% na LinkedInu i 18% na Twitteru).

Grafikon 7. Na kojim društvenim mrežama imate profil? (moguće više odgovora) – obzirom na spol



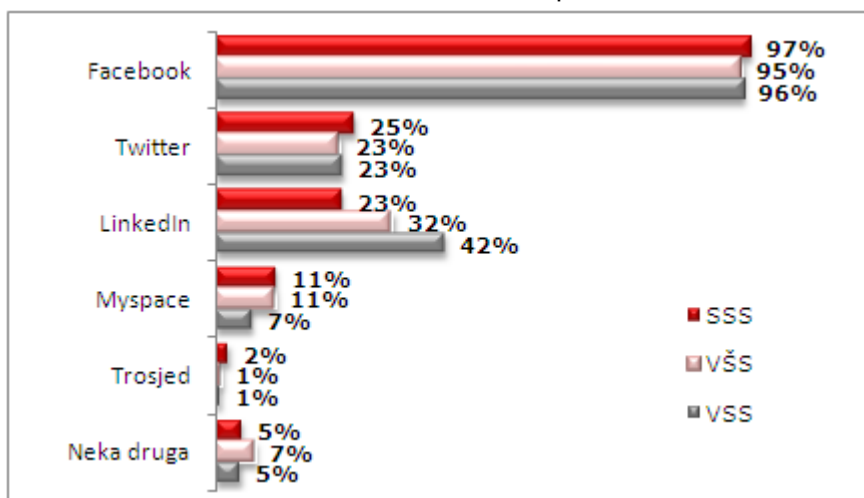
Bez obzira na godine na Facebooku gotovo svi ispitanici imaju profil, kod ostalih društvenih mreža situacija je nešto drugačija. Na Twitteru profile u većoj mjeri imaju mlađi ispitanici; trećina ispitanika (33%) mlađih od 25 godina, četvrtina (25%) ispitanika u dobi od 26 do 30 godina. U najmanjoj mjeri na Twitteru imaju profil ispitanici stariji od 45 godina, njih 16%. LinkedIn je najpopularniji među ispitanicima u dobi od 36 do 40 godina, njih gotovo polovica (47%) ima profil na toj društvenoj mreži

Grafikon 8. Na kojim društvenim mrežama imate profil? (moguće više odgovora) – obzirom na dob



Podjednako ispitanika različitih stupnjeva obrazovanja ima profile na Facebooku i Twitteru, međutim LinkedIn je najpopularniji među ispitanicima visoke stručne spreme, njih 42% ima profil na toj društvenoj mreži, dok isto ima 32% ispitanika sa višom i svega 23% ispitanika sa srednjom stručnom spremom.

Grafikon 9. Na kojim društvenim mrežama imate profil? (moguće više odgovora) – obzirom na stručnu spremu



2.2 Razlozi za otvaranje profila na društvenim mrežama

Najviše ispitanika, njih 90%, profile na društvenim mrežama ima kako bi ostali u kontaktu s prijateljima i obitelji. Gotovo polovica ispitanika (48%) profile ima kako bi ostvarili poslovne kontakte, a 43% ispitanika preko društvenih mreža prati informacije iz područja interesa. Za upoznavanje novih ljudi društvene mreže koristi četvrtina ispitanika (26%), a za igrice njih 17%. Najmanje ispitanika, njih 16% društvene mreže koristi za izgradnju osobnog branda. Kao ostale razloge (5%) ispitanici su naveli znatiželju i zabavu.

Grafikon 10. Iz kojih razloga imate profil na društvenim mrežama? (moguće više odgovora)



Za uspostavu i održavanje poslovnih kontakata muškarci nešto više koriste društvene mreže (56%) nego žene (42%) te muškarci općenito više koriste društvene mreže za upoznavanje novih ljudi (33%) nego što to čine žene (21%). Čak 26% muškaraca naprema svega 9% žena društvene mreže koristi za izgradnju osobnog branda, dok nešto više žena (21%) nego muškaraca (12%) društvene mreže koristi kao platformu za igranje igrica.

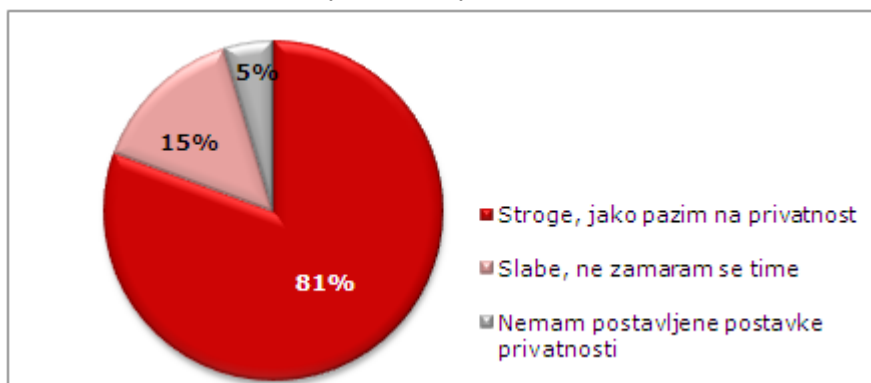
Grafikon 11. Iz kojih razloga imate profil na društvenim mrežama? (moguće više odgovora) – obzirom na spol



2.3 Postavke privatnosti na društvenim mrežama

Velika većina ispitanika (81%) jako pazi na privatnost na društvenim mrežama te stoga ima strogo postavljene postavke privatnosti. 15% ispitanika se ne zamara privatnošću i ima slabe postavke privatnosti, dok ih 5% uopće nema postavljene već je sav sadržaj njihovog profila javan.

Grafikon 12. Kakve su vaše postavke privatnosti na društvenim mrežama?



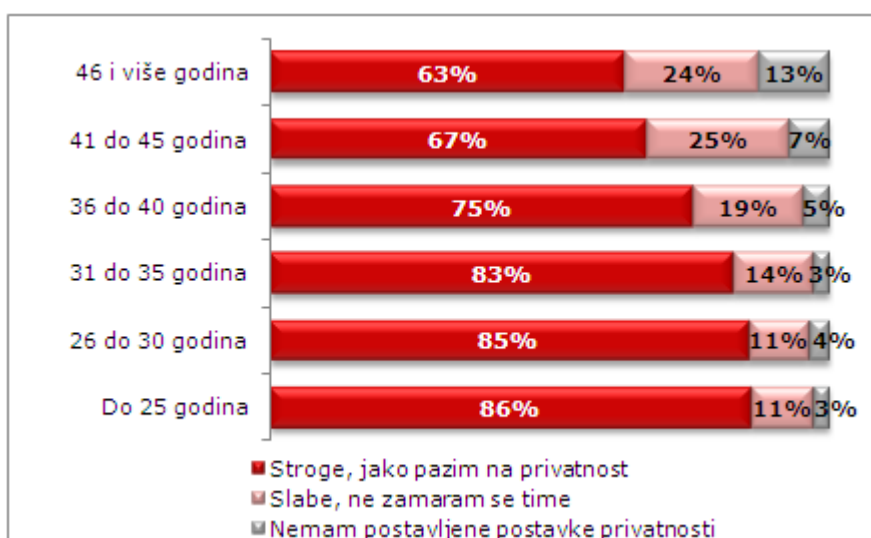
Žene više paze na privatnost i njih 85% ima strogo postavljene postavke privatnosti. Za razliku od njih, stroge postavke ima 74% muškaraca. svega 3% žena ima u potpunosti javne profile, dok isto ima 7% muškaraca.

Grafikon 13. Kakve su vaše postavke privatnosti na društvenim mrežama? – obzirom na spol



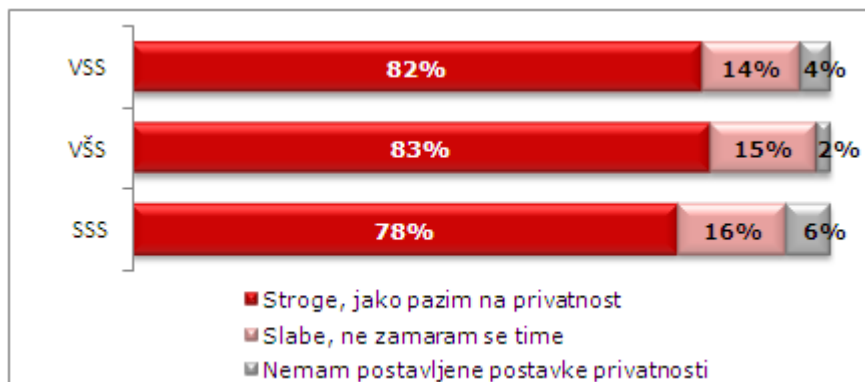
Mlađi ispitanici više paze na privatnost na društvenim mrežama nego stariji ispitanici. 86% ispitanika mlađih od 25 godina ima stroge postavke privatnosti, dok isto ima 63% ispitanika starijih od 63 godine. Njih čak 13% ima u potpunosti javne profile; među mlađima od 25 takvih je svega 3%.

Grafikon 14. Kakve su vaše postavke privatnosti na društvenim mrežama? – obzirom na dob



Stupanj obrazovanja ispitanika nije povezan sa postavkama privatnosti na profilima društvenih mreža. Ispitanici svih stupnjeva obrazovanja imaju podjednako stroge postavke privatnosti profila.

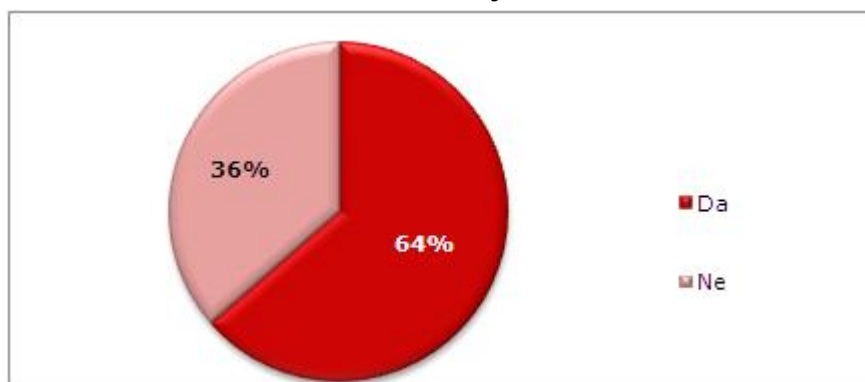
Grafikon 15. Kakve su vaše postavke privatnosti na društvenim mrežama? – obzirom na stručnu spremu



2.4 Kontakti iz poslovnog okruženja na društvenim mrežama

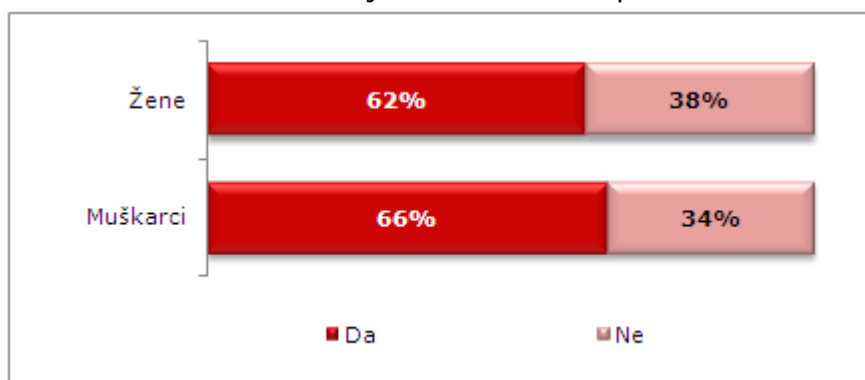
Dvije trećine ispitanika (64%) među svojim prijateljima, kontaktima i *followerima* ljude iz poslovnog okruženja. 36% ispitanika na društvenim mrežama druže se isključivo sa osobama iz privatnog života.

Grafikon 16. Imate li prijatelje, kontakte, *follower* na društvenim mrežama iz poslovnog okruženja?



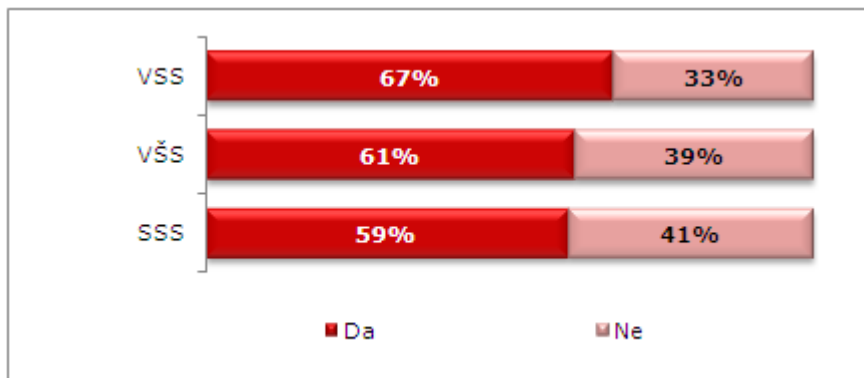
Podjednako muškaraca (66%) i žena (62%) među prijateljima na društvenim mrežama ima osobe iz poslovnog života. 38% žena i 34% muškaraca među prijateljima ima isključivo osobe iz privatnog života.

Grafikon 17. Imate li prijatelje, kontakte, *follower* na društvenim mrežama iz poslovnog okruženja? – obzirom na spol



Ispitanici viših obrazovnih stupnjeva u većoj mjeri imaju ljude iz poslovnog okruženja među svojim kontaktima. 67% ispitanika sa visokom stručnom spremom među prijateljima na društvenim mrežama ima osobe iz poslovnog života, dok isto ima 61% ispitanika s višom i 59% ispitanika sa srednjom stručnom spremom.

Grafikon 18. Imate li prijatelje, kontakte, *follower* na društvenim mrežama iz poslovnog okruženja? – obzirom na stručnu spremu



Od ispitanika koji imaju osobe iz poslovnog života među svojim prijateljima, najviše (89%) ih ima kolege iz tvrtke u kojoj rade ili bi željeli raditi. 41% ispitanika ima poslovne partnere, a 30% službene stranice tvrtke u kojoj rade ili bi željeli raditi. Četvrtina ispitanika (23%) među prijateljima ima nadređene, a svega 14% ih ima direktora tvrtke u kojoj rade ili bi željeli raditi.

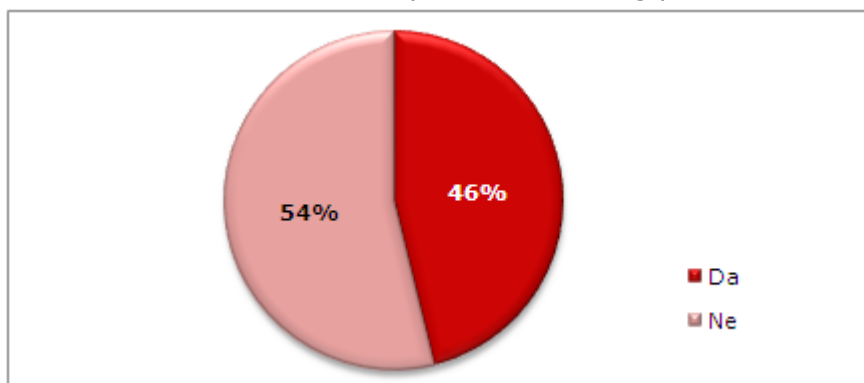
Grafikon 19. Tko vam je iz poslovnog okruženja prijatelj, kontakt, follower na društvenim mrežama? (moguće više odgovora)



Manje od polovice ispitanika (46%), koji su zaposleni, na svom profilu ima navedenog poslodavca. 54% ispitanika nema nigdje na profilu na društvenim mrežama navedeno gdje rade prvenstveno zato jer društvene mreže smatraju isključivo privatnim životom koje ne žele miješati sa poslovnim

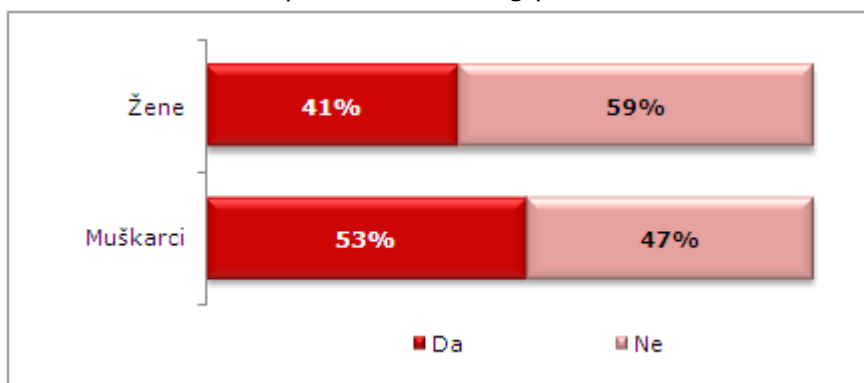
Na početku sam općenito imala sve podatke, ali s vremenom čovjek shvati da to nije mjesto za razmjenu poslovnih podataka. – komentar ispitanika

Grafikon 20. Imate li na profilu navedenog poslodavca?



Više zaposlenih muškaraca (53%) nego žena (41%) na svojim profilima na društvenim mrežama ima navedenog poslodavca. 59% žena i 47% muškaraca nema navedeno gdje trenutno rade.

Grafikon 21. Imate li na profilu navedenog poslodavca? – obzirom na spol

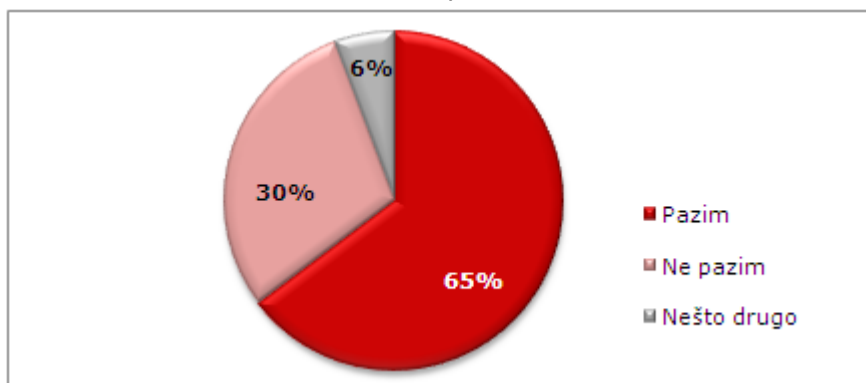


2.5 Sadržaj na profilu

Većina ispitanika, njih dvije trećine (65%), pazi što objavljuje na svojim profilima društvenih mreža obraćajući pažnju na to da njihov budući poslodavac može pregledati njihov profil te na temelju toga donijeti odluku o (ne)zapošljavanju. Trećina ispitanika (30%) ne pazi što objavljuje, dok je 6% ispitanika odgovorila nešto drugo, najčešće to da su im profili na društvenim mrežama 'zaključani' ili da na profilima nemaju ništa iza čega ne stoje ili čega se srame.

Ne pazim radi poslodavca, već radi sebe i toga što je to ipak javno (koliko god bile stroge postavke o privatnosti) – komentar ispitanika

Grafikon 22. Pazite li što objavljujete / pišete na društvenim mrežama misleći pritom na to da Vaš budući poslodavac može pregledati vaš profil i na temelju toga Vas zaposliti / ne zaposliti?



Žene (66%) nešto više nego muškarci (62%) paze što objavljuju na profilima društvenih mreža, misleći pritom da bi budući poslodavac mogao pregledati njihov profil.

Grafikon 23. Pazite li što objavljujete / pišete na društvenim mrežama misleći pritom na to da Vaš budući poslodavac može pregledati vaš profil i na temelju toga Vas zaposliti / ne zaposliti? – obzirom na spol



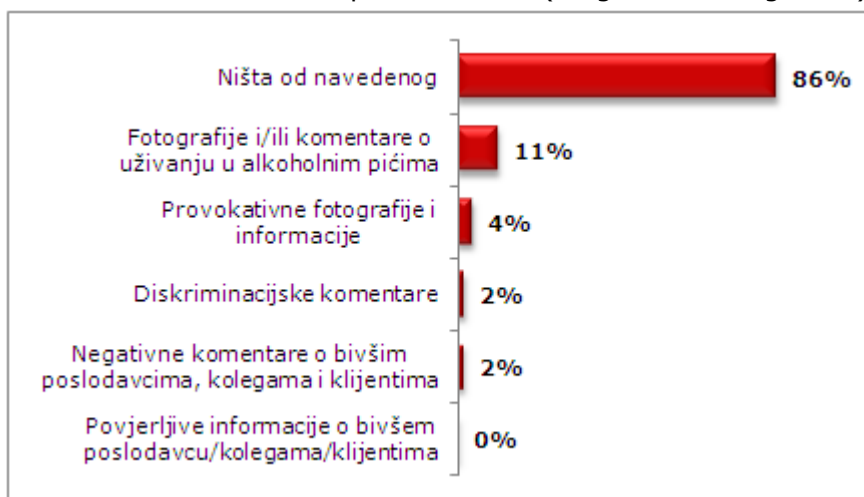
Ispitanici s visokom stručnom spremom (69%) u većoj mjeri paze što objavljuju na svojim profilima nego ispitanici s višom (66%) i srednjom stručnom spremom (58%). Više od trećine ispitanika (36%) sa srednjom stručnom spremom ne pazi što objavljuje, bez obzira na to što budući poslodavac svoju odluku o zapošljavanju može donijeti na temelju profila potencijalnih zaposlenika.

Grafikon 24. Pazite li što objavljujete / pišete na društvenim mrežama misleći pritom na to da Vaš budući poslodavac može pregledati vaš profil i na temelju toga Vas zaposliti / ne zaposliti? – obzirom na stručnu spremu



Čak 86% ispitanika na svojem profilu jako paze što stavljaju pa tako nemaju provokativne fotografije, diskriminacijske komentare te negativne komentare o bivšim ili sadašnjem poslodavcu. 11% ispitanika priznalo je kako na svojim profilima imaju fotografije i/ili komentare o uživanju u alkoholnim pićima. 4% ispitanika ima provokativne fotografije i/ili komentare. 2% ispitanika priznalo je kako na svojim profilima ima negativne komentare o bivšim poslodavcima, kolegama i/ili klijentima.

Grafikon 25. Na vašem profilu imate: (moguće više odgovora)



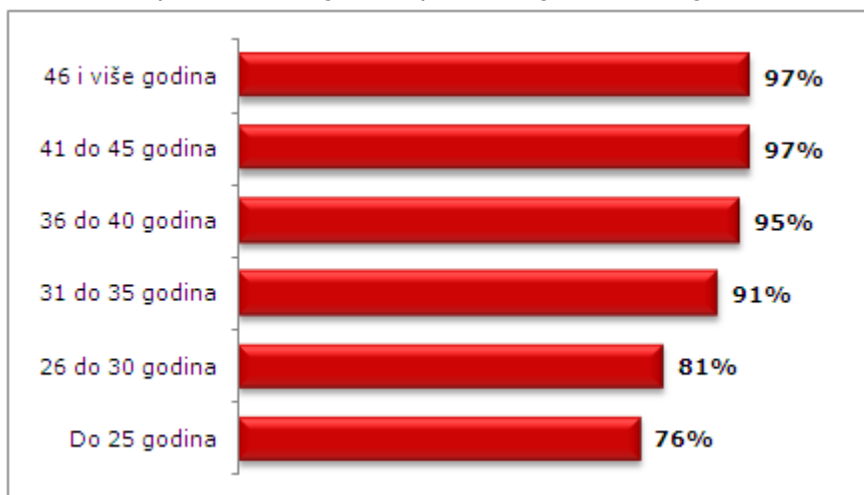
Muškarci u nešto većoj mjeri nego žene na svojim profilima imaju kompromitirajuće sadržaje. 15% muškaraca i 9% žena na svojim profilima ima fotografije i/ili komentare o uživanju u alkoholnim pićima ili drogama. Provokativne fotografije i komentare na svojim profilima ima 8% muškaraca i 2% žena. 1% muškaraca priznalo je kako na svojim profilima imaju povjerljive informacije i bivšem poslodavcu, kolegama ili klijentima.

Grafikon 26. Na vašem profilu imate: (moguće više odgovora) – obzirom na spol



Stariji ispitanici imaju 'pristojnije' profile i u manjoj mjeri imaju kompromitirajuće slike i/ili komentare. 76% ispitanika do 25 godina priznalo je kako na profilu imaju razne kompromitirajuće sadržaje, najčešće fotografije i komentare o uživanju u alkoholu i/ili drogama (21%). Ispitanici stariji od 40 godina gotovo da i nemaju kompromitirajućih sadržaja na svojim profilima na društvenim mrežama.

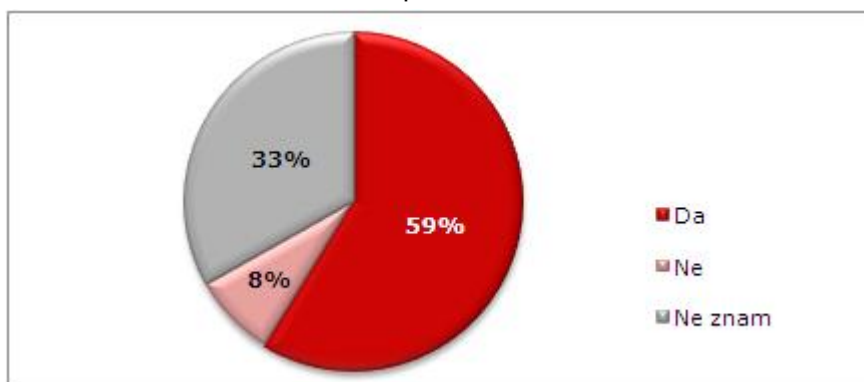
Grafikon 27. Na profilu nemaju kompromitirajuće sadržaje – obzirom na dob



2.6 Pregledavanje profila od strane poslodavaca

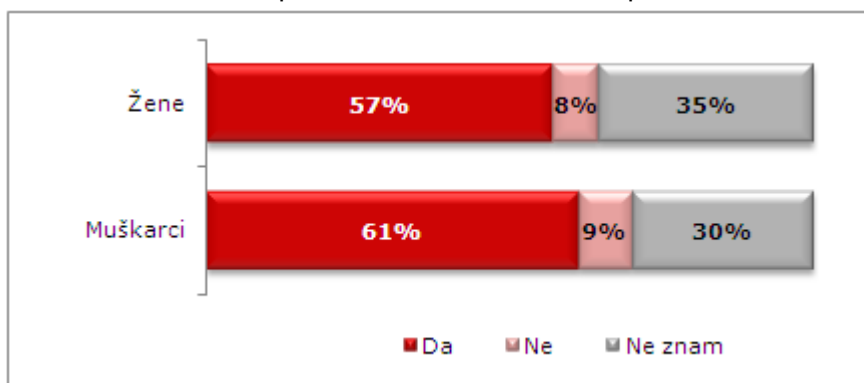
Više od polovice ispitanika (59%) smatra kako poslodavci pregledavaju profile kako potencijalnih tako i postojećih zaposlenika. Svega 8% ispitanika ne vjeruje u tako što dok ih trećina (33%) ne zna.

Grafikon 28. Mislite li da poslodavci pregledavaju profile potencijalnih i/ili postojećih zaposlenika?



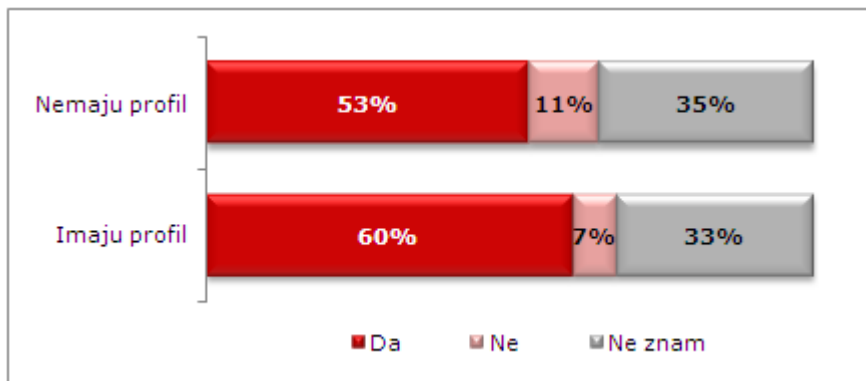
Muškarci su nešto uvjereniji da poslodavci pregledavaju profile zaposlenika nego žene. 61% muškaraca i 57% žena smatraju kako poslodavci pregledavaju profile postojećih ili potencijalnih zaposlenika.

Grafikon 29. Mislite li da poslodavci pregledavaju profile potencijalnih i/ili postojećih zaposlenika? – obzirom na spol



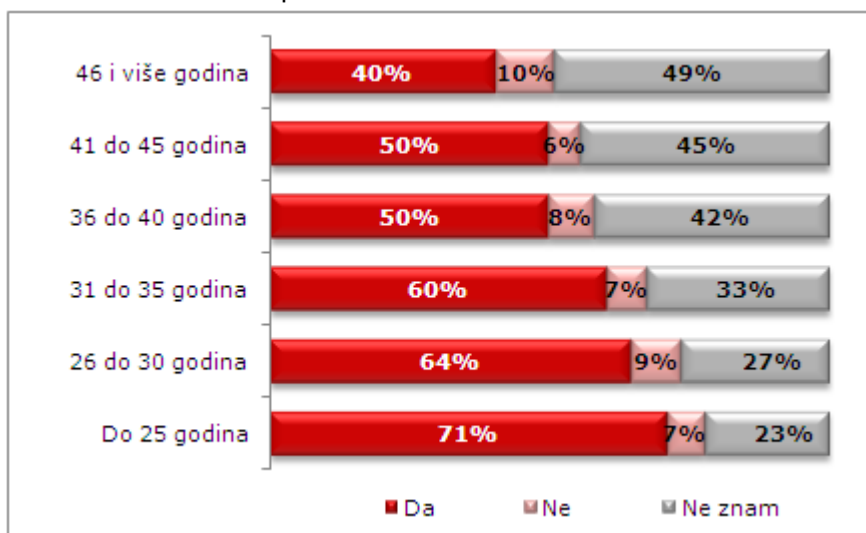
Ispitanici koji i sami imaju profil na društvenim mrežama u većoj mjeri smatraju da poslodavci pregledavaju njihove ili profile potencijalnih zaposlenika. 53% ispitanika koji nemaju profil na društvenim mrežama smatra da poslodavci pregledavaju profile zaposlenika.

Grafikon 30. Mislite li da poslodavci pregledavaju profile potencijalnih i/ili postojećih zaposlenika? – obzirom imaju li profil na društvenim mrežama



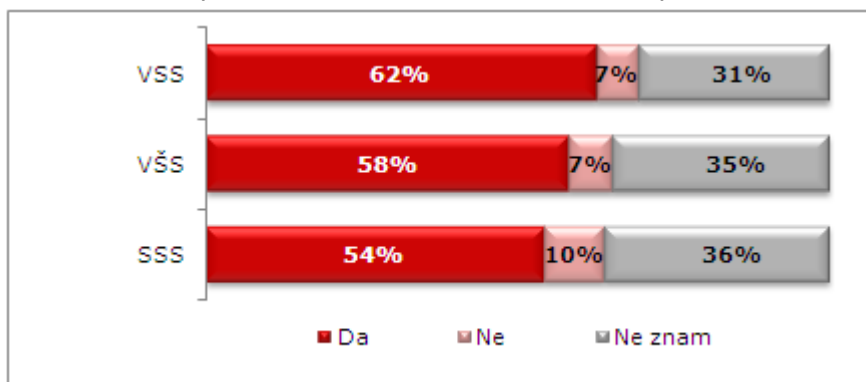
Mlađi ispitanici u većoj mjeri sumnjaju da im poslodavci pregledavaju profile nego stariji ispitanici. 71% ispitanika mlađih od 25 godina smatra kako poslodavci pregledavaju profile postojećih i/ili potencijalnih zaposlenika. 64% ispitanika u dobi između 26 i 30 godina smatraju kako poslodavci pregledavaju profile, a isto smatra i 60% ispitanika u dobi od 31 do 35 godina. Da poslodavci pregledavaju profile zaposlenika u najmanjoj mjeri smatraju ispitanici stariji od 45 godina (40%).

Grafikon 31. Mislite li da poslodavci pregledavaju profile potencijalnih i/ili postojećih zaposlenika? – obzirom na dob



Ispitanici viših stupnjeva obrazovanja u većoj mjeri smatraju kako poslodavci pregledavaju profile postojećih i/ili potencijalnih zaposlenika. 62% ispitanika visoke stručne spreme smatra kako poslodavci pregledavaju profile, isto smatra 58% ispitanika s višom i 54% ispitanika sa srednjom stručnom spremom.

Grafikon 32. Mislite li da poslodavci pregledavaju profile potencijalnih i/ili postojećih zaposlenika? – obzirom na stručnu spremu



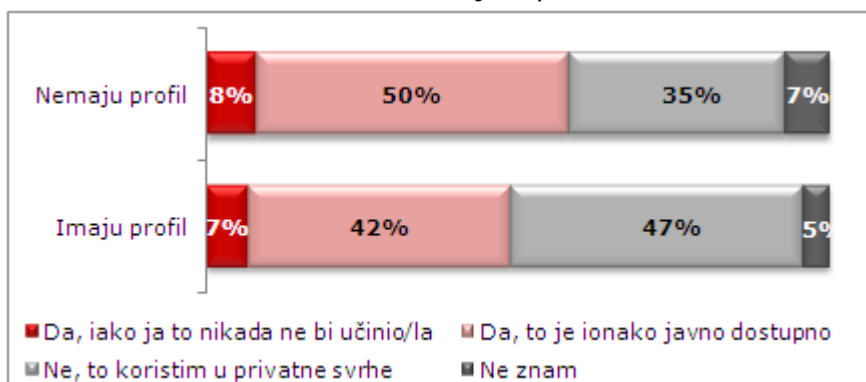
Mišljenje ispitanika je podijeljeno kada ih se pita imaju li poslodavci 'pravo' provjeravati ponašanje zaposlenika na društvenim mrežama. 43% ispitanika smatra kako su podaci koje korisnici stave na profil društvenih mreža javni pa stoga ih poslodavci smiju pregledavati. 44% ispitanika smatra kako ono što zaposlenik radi u svoje privatno vrijeme, uključujući i ponašanje na društvenim mrežama, privatna stvar svake osobe i iz tog razloga poslodavac nema što reći na to.

Grafikon 33. Mislite li da poslodavci imaju 'pravo' provjeravati vaše ponašanje na društvenim mrežama?



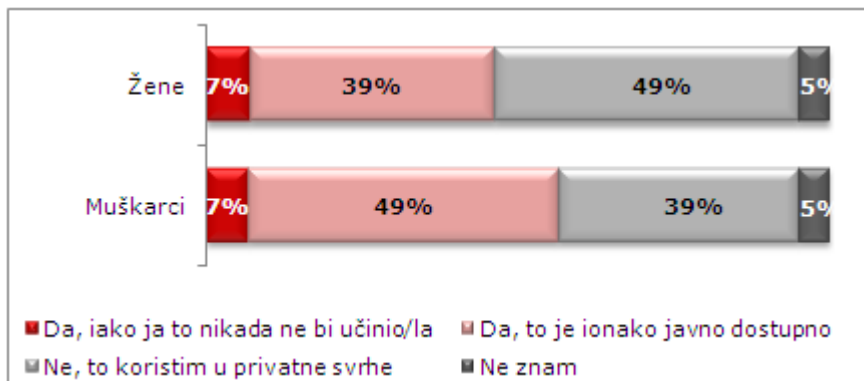
Ispitanici koji nemaju profil u većoj mjeri smatraju da poslodavci imaju 'pravo' provjeravati profile zaposlenika na društvenim mrežama (50%), nego što to smatraju ispitanici koji imaju profile na društvenim mrežama (42%).

Grafikon 34. Mislite li da poslodavci imaju 'pravo' provjeravati vaše ponašanje na društvenim mrežama? – obzirom imaju li profil na društvenim mrežama



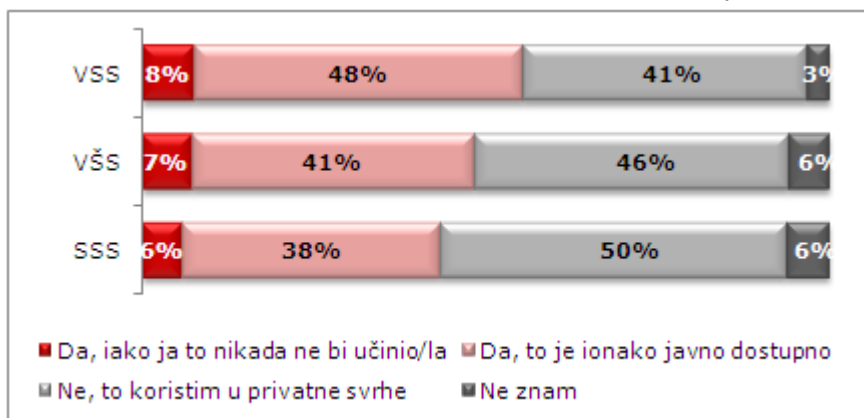
Žene u manjoj mjeri smatraju da poslodavci imaju 'pravo' provjeravati profile zaposlenika na društvenim mrežama (46%) nego što to misle muškarci (56%). Polovica žena (49%) smatra kako su društvene mreže privatna stvar pojedinca i da ih poslodavci nemaju što pregledavati, dok isto smatra 39% muškaraca.

Grafikon 35. Mislite li da poslodavci imaju 'pravo' provjeravati vaše ponašanje na društvenim mrežama? – obzirom na spol



Ispitanici viših stupnjeva obrazovanja u većoj mjeri smatraju kako su društvene mreže javno dostupne te stoga poslodavci imaju pravo pregledavati kako se zaposlenici na njima ponašaju. To smatra 48% ispitanika visoke stručne spreme, 41% više te 38% ispitanika sa srednjom stručnom spremom.

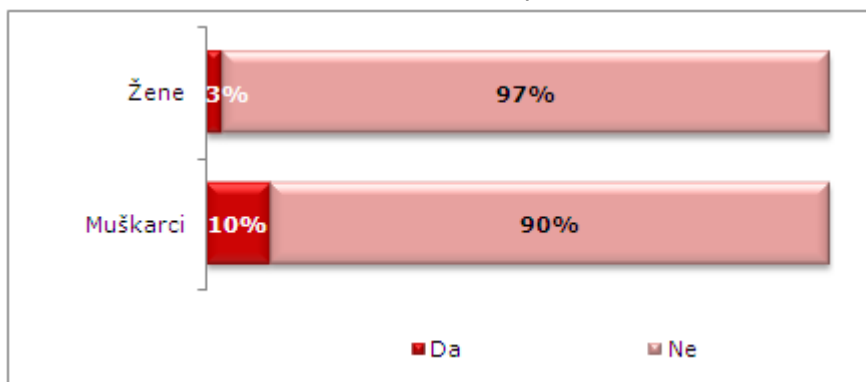
Grafikon 36. Mislite li da poslodavci imaju 'pravo' provjeravati vaše ponašanje na društvenim mrežama? – obzirom na stručnu spremu



Prosječno, svega 6% ispitanika na svojim profilima ima navedenog trenutnog poslodavca. Čak 94% ispitanika nema navedenog poslodavca.

Muškarci u nešto većoj mjeri imaju navedenog trenutnog poslodavca (10%) nego žene (3%).

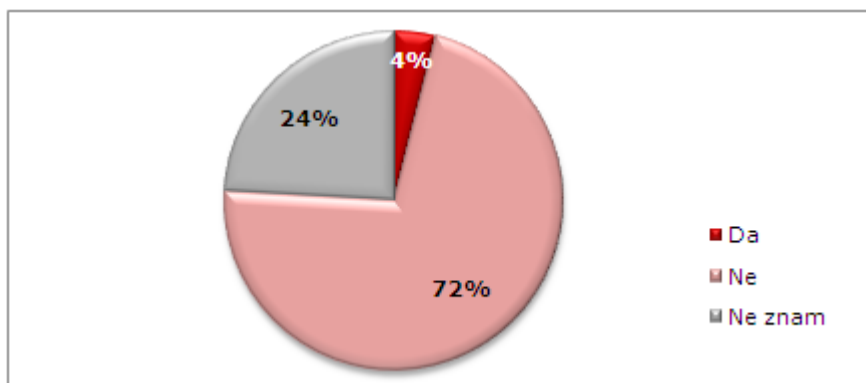
Grafikon 37. Imate li u životopisu navedene svoje profile na društvenim mrežama? – obzirom na spol



2.7 Pravila ponašanja na društvenim mrežama

Većina ispitanika u tvrtki u kojoj rade nema definirano kakvo se ponašanje očekuje od njih na društvenim mrežama (72%). Zanimljivo je da četvrtina ispitanika (24%) ne zna ima li definirano kakvo se ponašanje od njih očekuje na društvenim mrežama.

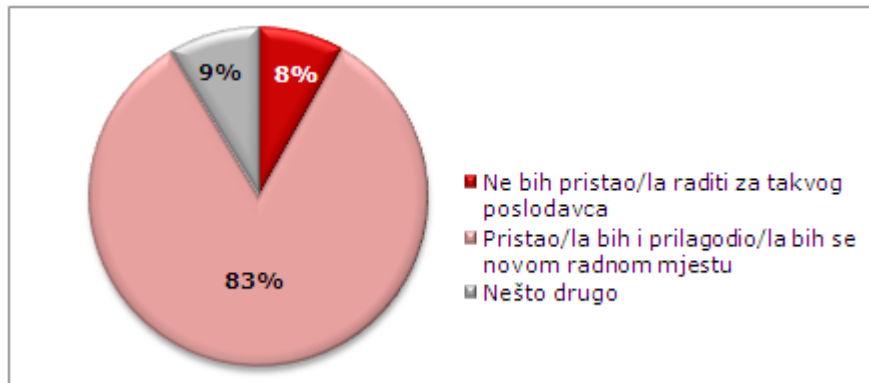
Grafikon 38. Ima li vaša tvrtka definirano kakvo se ponašanje očekuje na društvenim mrežama?



Većina ispitanika, njih 83%, pristala bi raditi za poslodavca koji bi im na radnom mjestu zabranio pristup društvenim mrežama. Svega 8% ispitanika ne bi pristalo raditi za takvog poslodavca dok je 9% ispitanika odgovorilo nešto drugo, najčešće kako bi ipak pristao raditi za takvog poslodavca, ali bi se na društvene mreže ipak spajali alternativnim metodama.

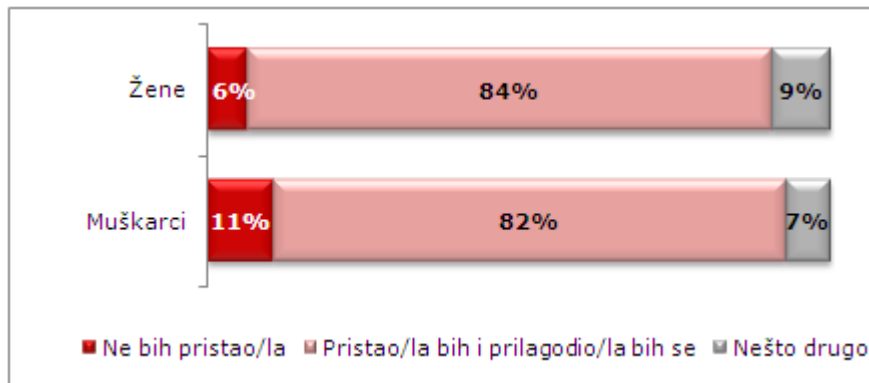
Eskivirao bi pristup. Uostalom danas je sasvim normalno koristiti mobitel kao portal za sve informacije, a ujedno bi time izbjegao i moguću kompromitaciju informacija zbog industrijske špijunaže – komentar ispitanika

Grafikon 39. Biste li pristali raditi za poslodavca koji bi Vam na radnom mjestu u potpunosti zabranio pristup društvenim mrežama?



Muškarci (11%) u većoj mjeri nego žene (6%) ne bi pristali raditi za poslodavca koji bi im na radnom mjestu ograničavao pristup društvenim mrežama. 84% žena i 82% muškaraca pristalo bi na takve uvjete i prilagodili se novom radnom mjestu.

Grafikon 40. Biste li pristali raditi za poslodavca koji bi Vam na radnom mjestu u potpunosti zabranio pristup društvenim mrežama? – obzirom na spol

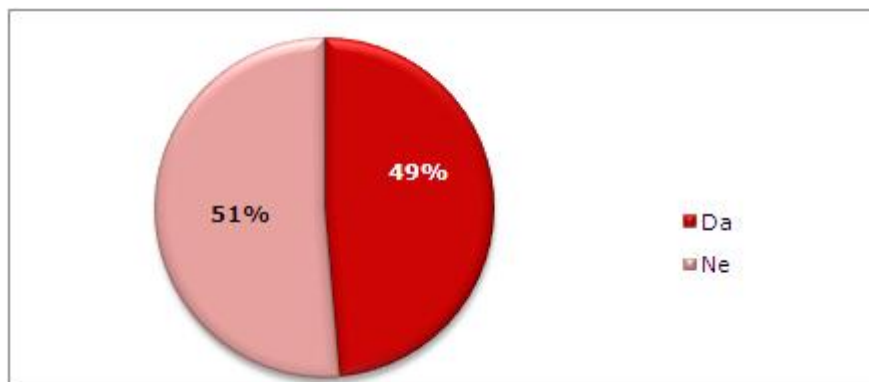


3. Poslodavci

3.1 Provjeravanje kandidata za posao

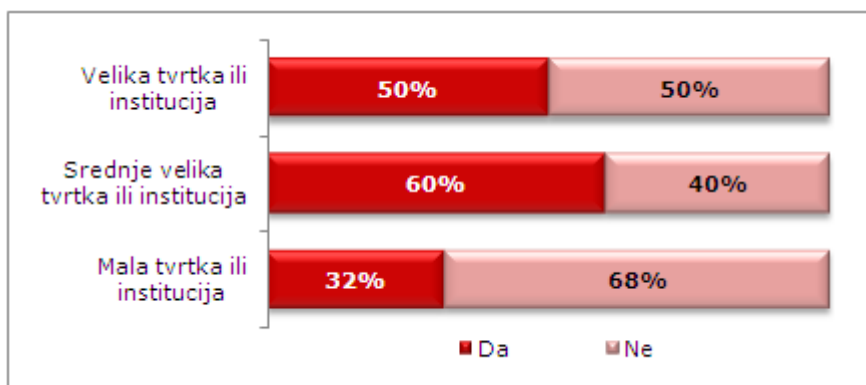
Podjednako poslodavca, njih polovica (49%) priznala je kako provjeravaju profile potencijalnih kandidata na društvenim mrežama prilikom selekcijskog postupka. 51% poslodavca izjavilo je kako to ne čini.

Grafikon 41. Jeste li ikada provjeravali kandidate za posao/zaposlenike na društvenim mrežama?



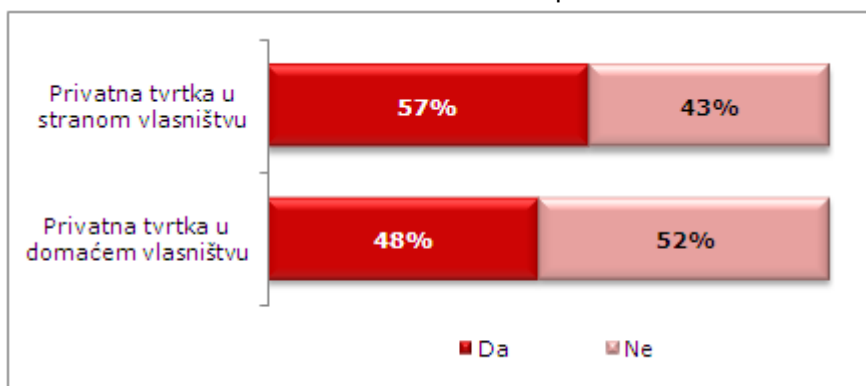
U najmanjoj mjeri profile potencijalnih zaposlenika na društvenim mrežama provjeravaju male tvrtke prilikom zapošljavanja. Svega 32% poslodavca iz malih tvrtki (do 19 zaposlenika) priznalo je kako prilikom selekcije provjerava profile kandidata na društvenim mrežama. 60% poslodavaca iz srednje velikih tvrtki ili institucija (20 do 199 zaposlenika) priznalo je kako prilikom selekcije pregledavaju profile kandidata na društvenim mrežama, a isto je čini 50% ispitanika – velikih tvrtki ili institucija (s 200 i više zaposlenika).

Grafikon 42. Jeste li ikada provjeravali kandidate za posao/zaposlenike na društvenim mrežama? – obzirom na veličinu tvrtke



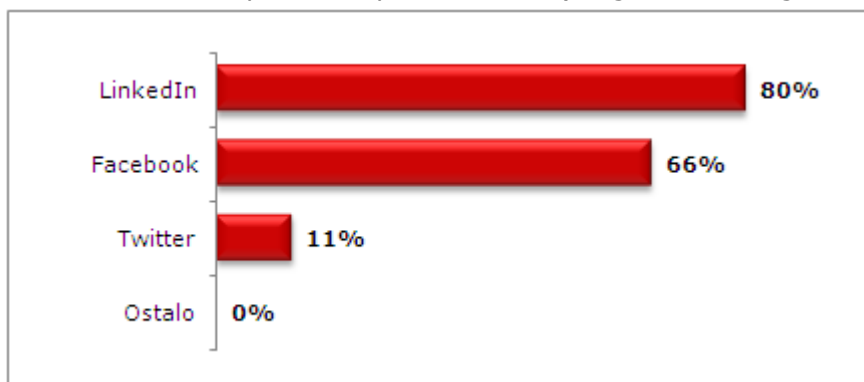
Privatne tvrtke u pretežno stranom vlasništvu u većoj mjeri provjeravaju profile kandidata za posao na društvenim mrežama (57%) nego što to čine privatne tvrtke u pretežno domaćem vlasništvu (48%).

Grafikon 43. Jeste li ikada provjeravali kandidate za posao/zaposlenike na društvenim mrežama? – obzirom na tip vlasništva



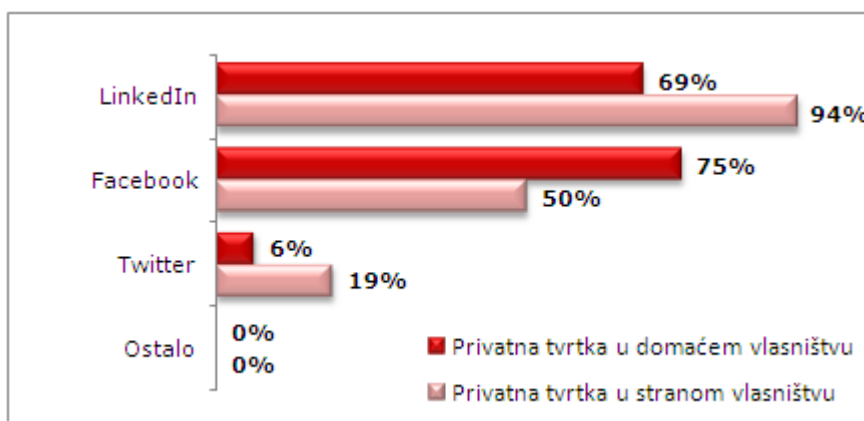
Od poslodavaca koji su provjeravali profile kandidata na društvenim mrežama, najčešće su to činili na LinkedInu, njih 80%. Čak dvije trećine (66%) poslodavaca profile kandidata pregledavalo je na Facebooku. 11% poslodavaca pregledavalo je Twitter profile kandidata za posao.

Grafikon 44. Na kojim društvenim mrežama ste u najvećoj mjeri tražili informacije o kandidatima za posao/ zaposlenicima? (moguće više odgovora)



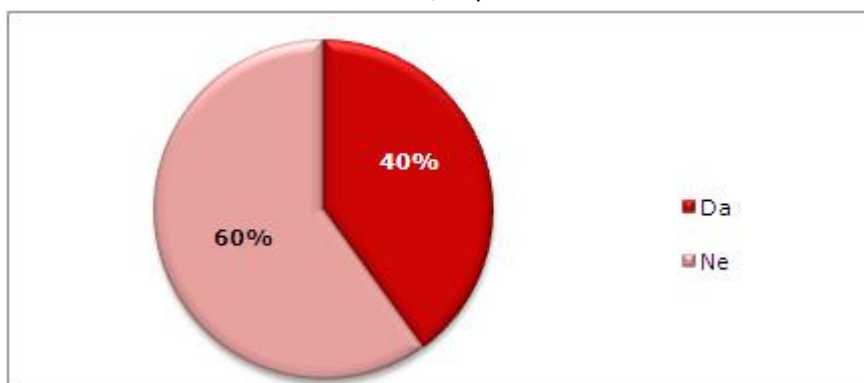
Privatne tvrtke u pretežno stranom vlasništvu sklonije su kandidate i njihove profile provjeravati na LinkedInu (94%) nego što su to privatne tvrtke u pretežno domaćem vlasništvu (69%). Privatne tvrtke u pretežno domaćem vlasništvu u većoj mjeri profile kandidata provjeravaju na Facebooku (75%) nego što to čine privatne tvrtke u stranom vlasništvu (50%). Također, strane tvrtke više prate kandidate na Twitteru (19%) nego što to čine domaće tvrtke (6%).

Grafikon 45. Na kojim društvenim mrežama ste u najvećoj mjeri tražili informacije o kandidatima za posao/ zaposlenicima? (moguće više odgovora) – obzirom na tip vlasništva tvrtke



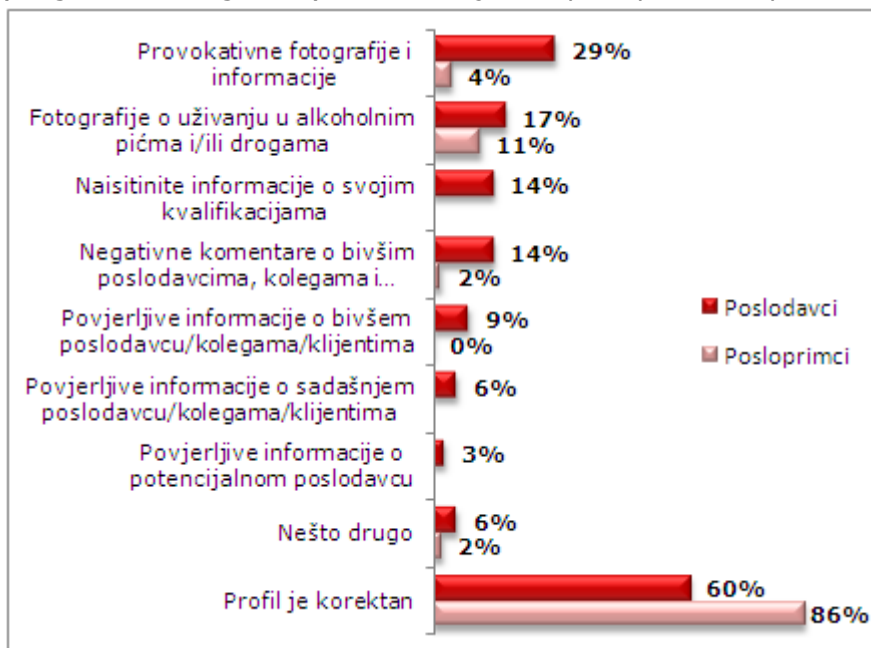
Iako je svega 14% ispitanika – posloprimaca priznalo kako na svojim profilima ima nekorektne sadržaje, na takve nekorektne sadržaje kod kandidata za posao naišlo je čak 40% poslodavaca.

Grafikon 46. Jeste li ikada naišli na neke od nekorektnih sadržaja na profilu kandidata/zaposlenika?



Iako je svega 4% posloprimaca navelo kako na svojim profilima na društvenim mrežama ima provokativne informacije i fotografije, na takve sadržaje je kod kandidata za posao naišlo čak 29% poslodavaca. Negativne komentare o bivšim poslodavcima, kolegama ili klijentima priznalo je da ima svega 2% posloprimaca, dok je čak 14% poslodavaca izjavilo kako su naišli na takve sadržaje kod kandidata za posao. Iako je 11% posloprimaca navelo da na svojim profilima na društvenim mrežama ima fotografije o uživanju u alkoholnim pićima i/ili drogama, čak 17% poslodavaca naišlo je na takve sadržaje kod kandidata za posao.

Grafikon 47. Na kakve sadržaje ste naišli/Imate li na svom profilu slijedeće sadržaje (moguće više odgovora) – obzirom jesu li posloprimac ili poslodavac



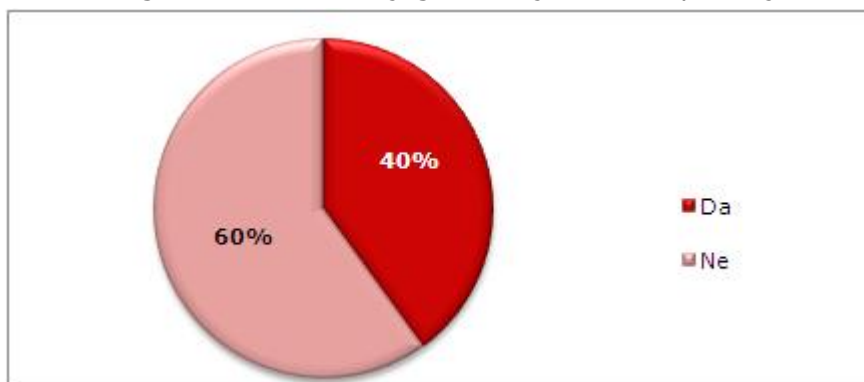
Od poslodavaca koji su na profilima svojih zaposlenika naišli na nekorektne sadržaje, njih najviše (43%) nije ništa napravilo jer smatraju kako je to privatni profil zaposlenika i na kao takvom na njemu mogu imati što žele. Gotovo trećina poslodavaca (29%) odlučila je porazgovarati sa zaposlenikom zbog sadržaja koji su vidjeli na njihovom profilu, dok je 7% poslodavaca čak dalo i opomenu pred otkaz ili neku drugu službenu sankciju.

Grafikon 48. Ukoliko ste naišli na nešto što ste smatrali neprikladnim sadržajem na profilu zaposlenika, kako ste reagirali?



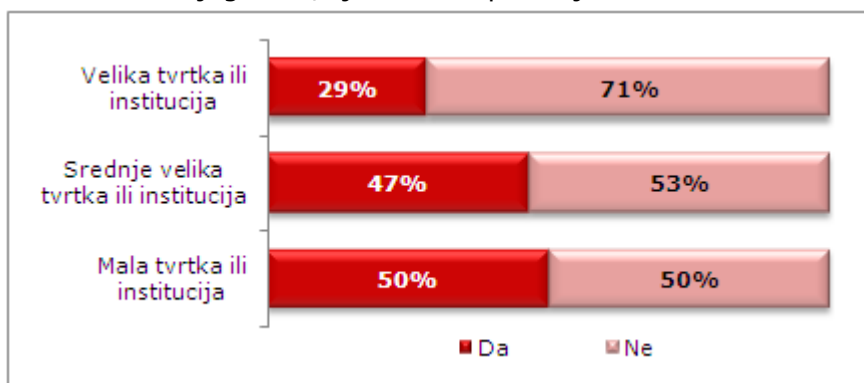
Na gotovo polovicu poslodavaca (40%) neprikladan sadržaj na profilima društvenih mreža kandidata za posao ostavio je negativan dojam i utjecao je na njihovu odluku o (ne)zapošljavanju tog kandidata.

Grafikon 49. Je li neprikladan sadržaj na profilu kandidata za posao utjecao na negativnu odluku o njegovom/njezinom zaposlenju?



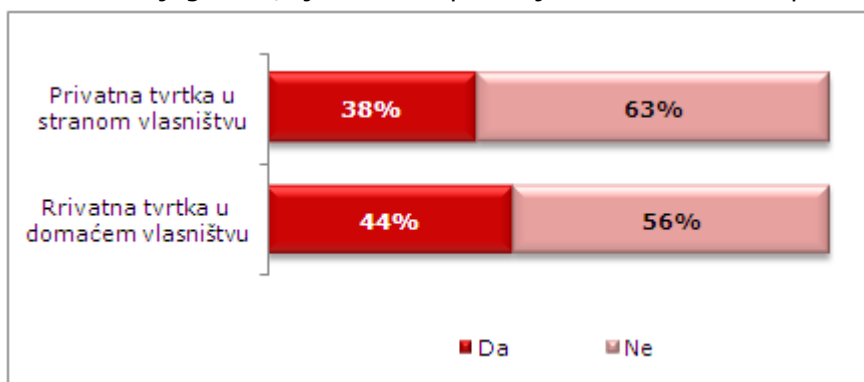
Nekorektni sadržaj na profilu kandidata za posao imao je veći utjecaj na (ne)zapošljavanje u malim tvrtkama ili institucijama nego u velikim. Polovica poslodavaca (50%) iz malih tvrtki izjavila je kako je neprikladan sadržaj na profilu kandidata za posao negativno utjecao na njihovu odluku da ga zaposle. Isto je izjavilo 47% poslodavaca srednje velikih tvrtki i institucija te svega 29% poslodavaca iz velikih tvrtki ili institucija.

Grafikon 50. Je li neprikladan sadržaj na profilu kandidata za posao utjecao na negativnu odluku o njegovom/njezinom zaposlenju? – obzirom na veličinu tvrtke



Neprikladan sadržaj na profilu kandidata za posao više utječe na privatne tvrtke u pretežno domaćem vlasništvu, njih 44% izjavilo je kako takav sadržaj negativno utječe na odluku o zapošljavanju, dok je isto izjavilo 38% poslodavaca iz privatnih tvrtki u pretežno stranom vlasništvu.

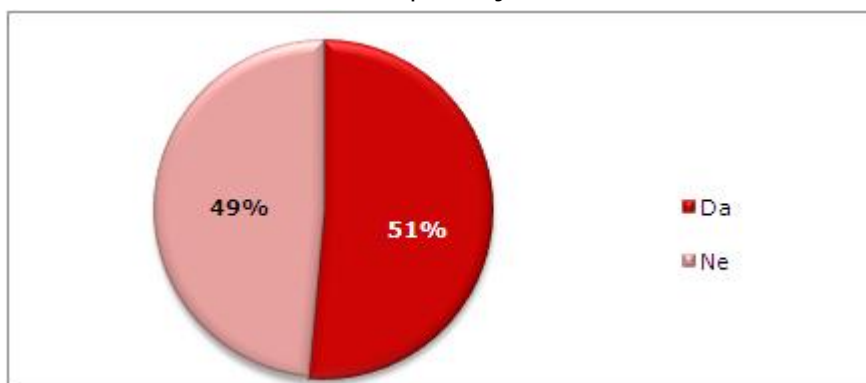
Grafikon 51. Je li neprikladan sadržaj na profilu kandidata za posao utjecao na negativnu odluku o njegovom/njezinom zaposlenju? – obzirom na tip vlasništva tvrtke



Sukladno tome da nekorektni sadržaji na profilima kandidata za posao negativno utječu na odluku o zapošljavanju, tako profili kandidata mogu i pozitivno utjecati na

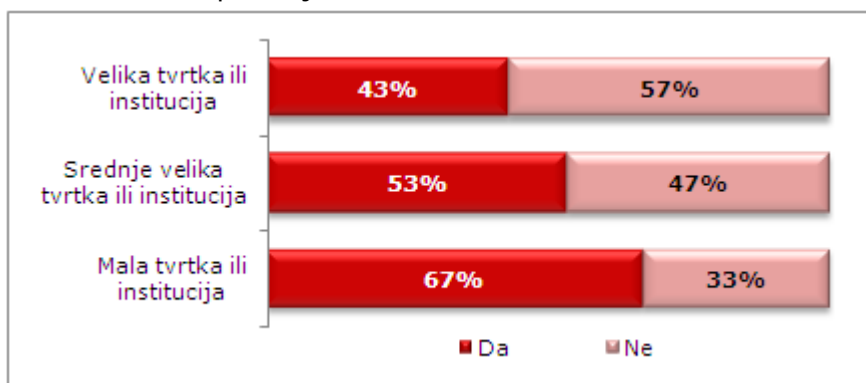
zapošljavanje. Polovica poslodavaca (51%) izjavila je kako profili kandidata mogu pozitivno utjecati na odluku o zapošljavanju.

Grafikon 52. Je li vam ikada profil potencijalnog kandidata imao pozitivni utjecaj na zaposlenje?



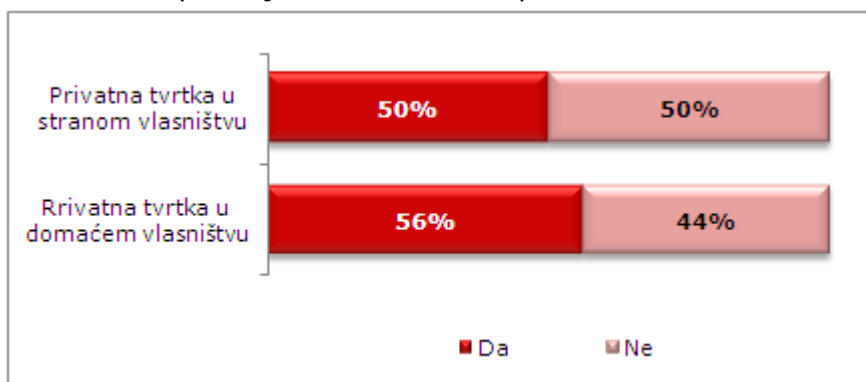
Poslodavci iz malih tvrtki ili institucija skloniji su donijeti pozitivnu odluku o zapošljavanju na temelju profila kandidata na društvenim mrežama. Čak 67% poslodavaca iz malih tvrtki izjavilo je kako im profil kandidata može pozitivno utjecati na odluku. Isto je izjavilo 53% poslodavaca iz srednje velikih tvrtki ili institucija te 43% poslodavaca iz velikih tvrtki.

Grafikon 53. Je li vam ikada profil potencijalnog kandidata imao pozitivni utjecaj na zaposlenje? – obzirom na veličinu tvrtke



Poslodavci iz privatnih tvrtki u pretežno domaćem vlasništvu skloniji su pozitivnu odluku o zaposlenju donijeti na temelju profila kandidata na društvenim mrežama (56%), nego što su to poslodavci iz privatnih tvrtki u pretežno stranom vlasništvu (50%).

Grafikon 54. Je li vam ikada profil potencijalnog kandidata imao pozitivni utjecaj na zaposlenje? – obzirom na tip vlasništva tvrtke



3.2 Društvene mreže: osobna ili javna stvar

Bez obzira na sve, većina poslodavaca (64%) smatra kako svaki pojedinac u potpunosti ima pravo stavljati na svoj profil što želi jer je to njegova privatna stvar. Trećina poslodavaca (31%) donekle smatra da pojedinac na svojem profilu može imati što želi, ali iako je to osobna stvar pojedinca ujedno je i javni servis i neke stvari ipak nisu poželjne, kao što je iznošenje poslovnih informacija. Svega 6% poslodavaca smatra kako su društvene mreže prvenstveno javni servisi i istupanjem na njima pojedinci zastupaju i tvrtku u kojoj rade te stoga moraju jako paziti na svoje ponašanje.

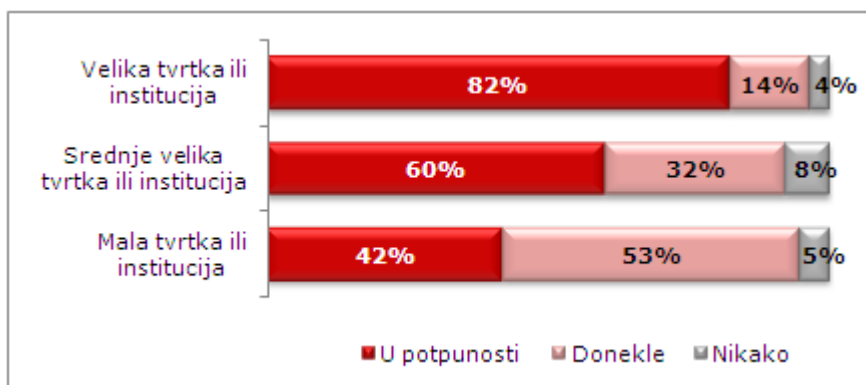
Nisu poželjne informacije koje se tiču tvrtke u kojoj osoba radi, a koje joj mogu naštetiti.
– komentar poslodavca

Grafikon 55. Smatrate li da je pravo svakog pojedinca da na profilima društvenih mreža ima što želi?



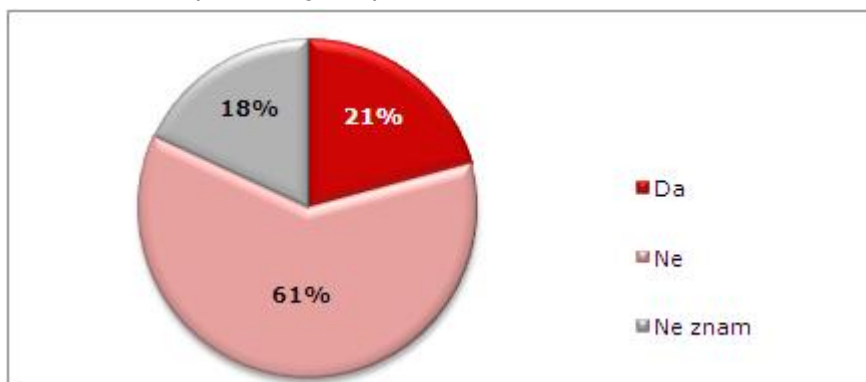
Poslodavci iz velikih tvrtki ili institucija u većoj mjeri smatraju da su društvene mreže privatna stvar svakog pojedinca i da njima on ima pravo objavljivati što želi (82%). Isto smatra 60% poslodavaca srednjih tvrtki ili institucija te 42% malih tvrtki. Poslodavci malih tvrtki u najvećoj mjeri smatraju kako su društvene mreže privatna stvar, ali samo donekle te bi stoga pojedinac ipak trebao paziti što na njima objavljuje.

Grafikon 56. Smatrate li da je pravo svakog pojedinca da na profilima društvenih mreža ima što želi? – obzirom na veličinu tvrtke



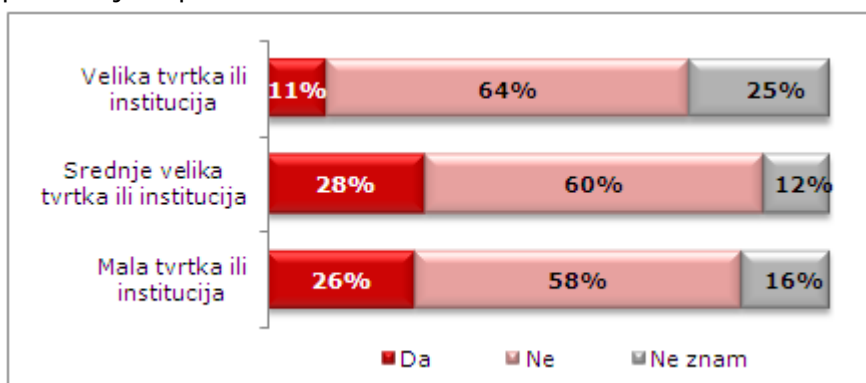
Bez obzira na važnost lijepog ponašanja na društvenim mrežama, većina poslodavaca (61%) smatra kako se ponašanje zaposlenika na društvenim mrežama ne bi trebalo definirati pravilnikom ili ugovorom o radu. Svega petina poslodavaca (21%) smatra da bi bilo korisno pravilnikom ili ugovorom o radu definirati ponašanje zaposlenika na društvenim mrežama i to prvenstveno zbog dijeljenja povjerljivih informacija te očuvanja image tvrtke

Grafikon 57. Smatrate li da bi se u ugovoru o radu ili pravilnikom tvrtke trebalo definirati ponašanje zaposlenika na društvenim mrežama?



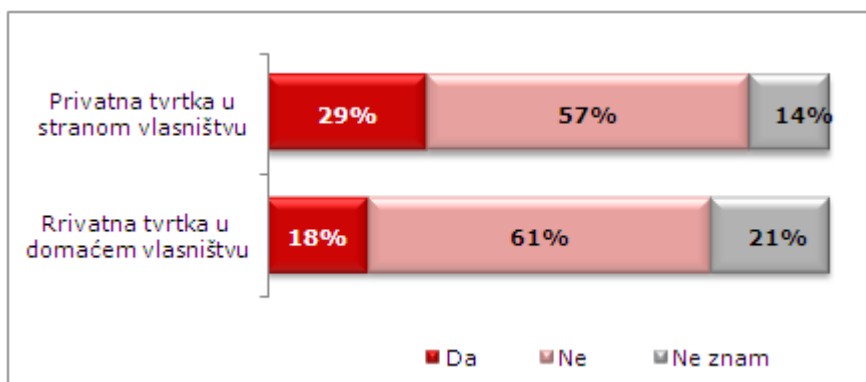
Poslodavci iz velikih tvrtki u najmanjoj mjeri (11%) smatraju kako bi ponašanje zaposlenika na društvenim mrežama trebalo definirati pravilnikom ili ugovorom o radu. 28% srednje velikih poslodavaca te 26% malih smatraju kako bi ponašanje zaposlenika na društvenim mrežama trebalo formalno definirati.

Grafikon 58. Smatrate li da bi se u ugovoru o radu ili pravilnikom tvrtke trebalo definirati ponašanje zaposlenika na društvenim mrežama? – obzirom na veličinu tvrtke



Poslodavci iz privatnih tvrtki u pretežno stranom vlasništvu (29%) u većoj mjeri smatraju kako bi ponašanje zaposlenika na društvenim mrežama trebalo definirati pravilnikom ili ugovorom o radu nego što to smatraju privatne tvrtke u pretežno domaćem vlasništvu (18%).

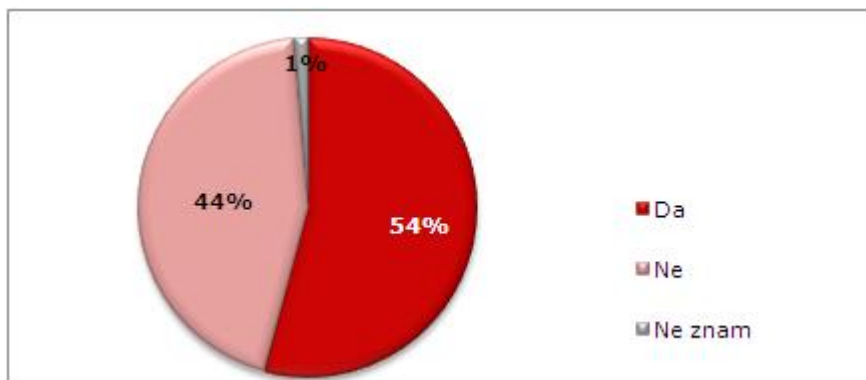
Grafikon 59. Smatrate li da bi se u ugovoru o radu ili pravilnikom tvrtke trebalo definirati ponašanje zaposlenika na društvenim mrežama? – obzirom na tip vlasništva tvrtke



3.3 Korporativni profil na društvenim mrežama

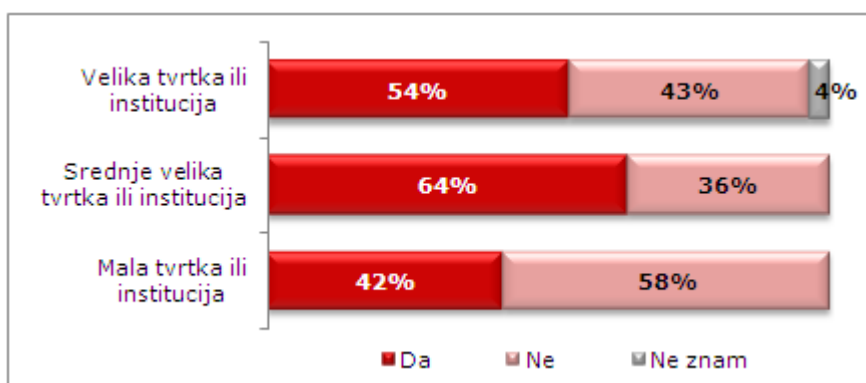
Nešto više od polovice poslodavaca (54%) izjavilo je kako njihova tvrtka ima korporativni profil na društvenim mrežama.

Grafikon 60. Ima li vaša tvrtka korporativni profil na društvenim mrežama?



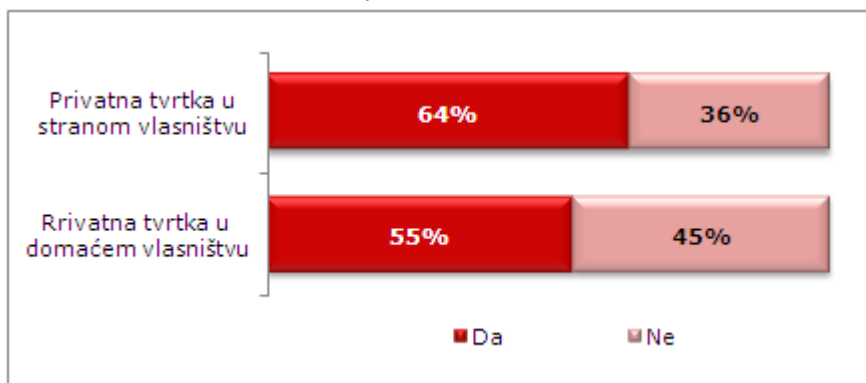
U najmanjoj mjeri profile na društvenim mrežama imaju male tvrtke ili institucije, njih 42% ima profil na društvenim mrežama. Na društvenim mrežama najviše su prisutne srednje velike tvrtke ili institucije, njih 64% ima profile, dok 54% velikih tvrtki ima profile na društvenim mrežama.

Grafikon 61. Ima li vaša tvrtka korporativni profil na društvenim mrežama? – obzirom na veličinu tvrtke



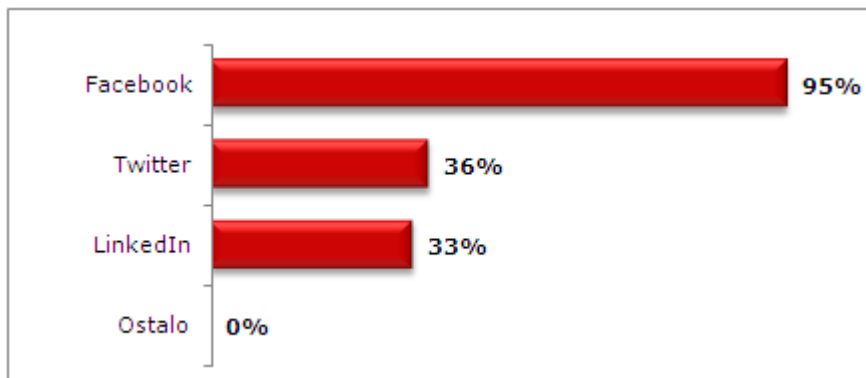
Privatne tvrtke u pretežno stranom vlasništvu u većoj mjeri imaju profile na društvenim mrežama nego privatne tvrtke u pretežno domaćem vlasništvu. 64% stranih privatnih tvrtki ima profil, dok je na društvenim mrežama prisutno 55% domaćih privatnih tvrtki.

Grafikon 62. Ima li vaša tvrtka korporativni profil na društvenim mrežama? – obzirom na tip vlasništva tvrtke



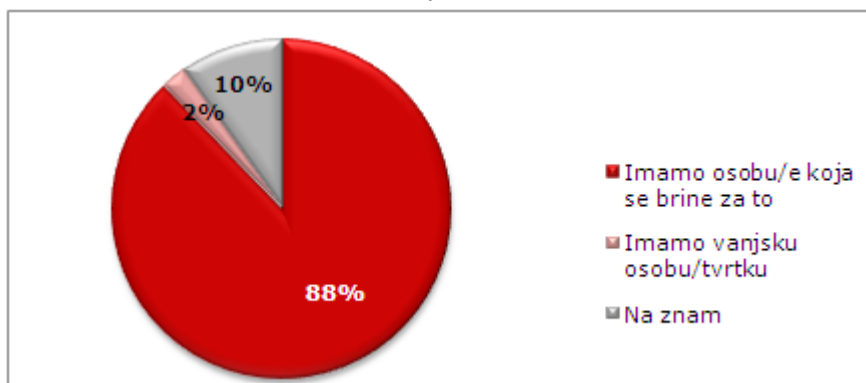
Od tvrtki koje imaju profile na društvenim mrežama, njih najviše (95%) ima profil na Facebooku (95%). Na Twitteru ima profil 36% tvrtki, a na LinkedInu njih 33%.

Grafikon 63. Na kojim društvenim mrežama imate profil? (moguće više odgovora)



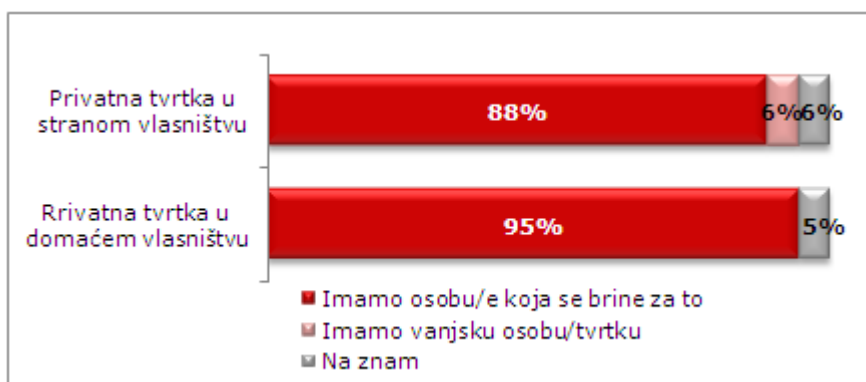
Od tvrtki koje imaju profile na društvenim mrežama, o njih najviše (88%) se brine osoba iz tvrtke. 2% tvrtki ima vanjsku osobu koja se brine o profilima.

Grafikon 64. Tko se brine za profile na društvenim mrežama?



U privatnim tvrtkama u domaćem vlasništvu o profilima na društvenim mrežama najčešće se brinu osobe iz same tvrtke (95%). U privatnim tvrtkama u pretežno stranom vlasništvu o profilima se najčešće, također, brine osoba iz tvrtke (88%), ali za 6% tvrtki, o profilima se brine vanjska osoba.

Grafikon 65. Tko se brine za profile na društvenim mrežama? – obzirom na tip vlasništva tvrtke



Većina tvrtki profile na društvenim mrežama pokrenula je kako bi ojačali *brand* (85%) te ojačali odnose s klijentima i/ili korisnicima (79%). 62% tvrtki profile na društvenim mrežama pokrenulo je kako bi povećali prodaju proizvoda i usluga, a 59% zbog brige za klijente i korisnike.

Grafikon 66. Koja je bila namjera za pokretanje profila na društvenim mrežama (moguće više odgovora)?

