

Portale społecznościowe z perspektywy pracodawców – podsumowanie wyników badania

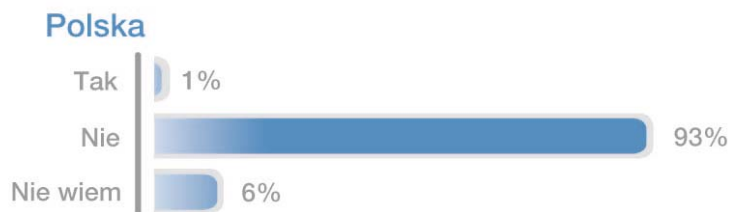
Firma Manpower przeprowadziła badanie **Portale społecznościowe z perspektywy pracodawców*** wśród ponad 34 000 pracodawców w 35 krajach, w celu sprawdzenia jaką rolę odgrywają sieci społecznościowe w firmach. Wyniki opracowano na podstawie wywiadów indywidualnych przeprowadzonych pomiędzy 15 a 28 października 2009 r. na reprezentatywnej grupie 750 pracodawców w Polsce.

Pytania zadane w badaniu

1. Czy Państwa firma ma opracowaną politykę korzystania przez pracowników z zewnętrznych portali społecznościowych takich jak Facebook, Twitter czy LinkedIn?
2. W którym z obszarów wprowadzona polityka okazała się skuteczna?
3. Jakie dwie dziedziny, Państwa zdaniem, mogą być z sukcesem wspierane przez zewnętrzne portale społecznościowe?
4. Czy renoma Państwa firmy kiedykolwiek ucierpiała wskutek korzystania z portali społecznościowych przez pracowników?

Wyniki badania w Polsce

Czy Państwa firma ma opracowaną politykę korzystania przez pracowników z zewnętrznych portali społecznościowych takich jak Facebook, Twitter czy LinkedIn?



Wyniki badania wskazują, że 93% badanych pracodawców w Polsce nie wprowadziło oficjalnej polityki korzystania z serwisów społecznościowych przez pracowników. Zaledwie 1% pracodawców deklaruje, że ich organizacja opracowała taką politykę.

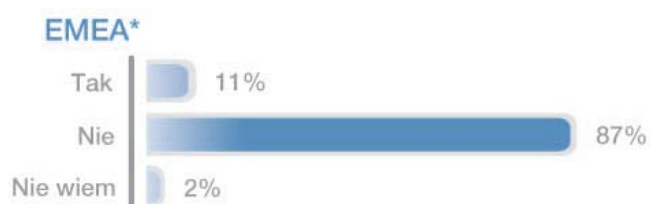
Przedsiębiorcy pytani o główną przyczynę wprowadzenia polityki wykorzystywania portali społecznościowych wskazują chęć uniknięcia strat spowodowanych spadkiem efektywności (55%), potrzebę zapewnienia ochrony prawa własności intelektualnej oraz tajemnicy informacji (45%) i ochrony przed utratą renomy (27%).

* Pełne wyniki badania Manpower **Portale społecznościowe z perspektywy pracodawców** znajdują się na www.manpower.pl w zakładce Dla Dziennikarzy >> Raporty Manpower >> Sieci społecznościowe a zarządzanie. Wykorzystanie potęgi portali społecznościowych w pliku Employer Perspectives on Social Networking

Zdecydowana większość pracodawców (ponad 60%) pytanych o to, jakie dziedziny biznesu mogą być z sukcesem wspierane przez portale społecznościowe, nie widzi takiej sfery ich działalności. Główne dziedziny, w których portale społecznościowe mogą odegrać dużą rolę według pracodawców to: wzmocnienie rozwoju zawodowego pracowników, wzmocnienie zaangażowania pracowników, wsparcie budowania marki.

Wyniki badania w regionie EMEA

Czy Państwa firma ma opracowaną politykę korzystania przez pracowników z zewnętrznych portali społecznościowych takich jak Facebook, Twitter czy LinkedIn?



* EMEA - Europa, Bliski Wschód, Afryka.

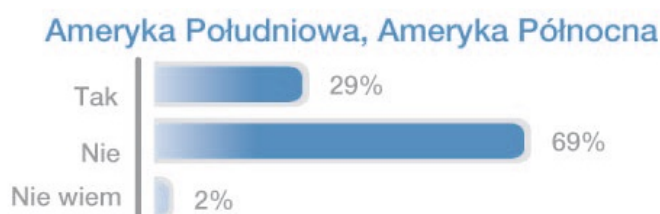
Wyniki badania w Polsce w sposób znaczący odbiegają od średnich wyników dla regionu EMEA (Europa, Bliski Wschód, Afryka), w którym przebadano 16 000 pracodawców. 11% firm opracowało politykę korzystania z portali społecznościowych przez pracowników, a 87% tego nie zrobiło. Kraje, w których najmniej firm przygotowało politykę korzystania z sieci społecznościowych to Francja (2%), Austria i Czechy (po 4%), Niemcy i Szwajcaria (po 6%), Belgia, Rumunia i Szwecja (po 7%) oraz Grecja, Hiszpania i Włochy (po 10%). Z kolei wśród grupy państw, w których najwięcej pracodawców wdrożyło taką politykę są Republika Południowej Afryki (40%), Wielka Brytania (22%) i Irlandia (15%).

Powodem wprowadzenia polityki korzystania z portali społecznościowych przez pracowników były: chęć uniknięcia strat spowodowanych spadkiem efektywności (56%), potrzeba zapewnienia ochrony przed utratą renomy (30%) i prawa własności intelektualnej oraz tajemnicy informacji (26%).

Portale społecznościowe są pomocne firmom w kilku sferach, m.in.: zachęcanie pracowników do współpracy i komunikacji, wspieranie budowy marki firmy oraz pozyskanie utalentowanych pracowników.

Wyniki badania w regionie Ameryka Południowa i Ameryka Północna

Czy Państwa firma ma opracowaną politykę korzystania przez pracowników z zewnętrznych portali społecznościowych takich jak Facebook, Twitter czy LinkedIn?



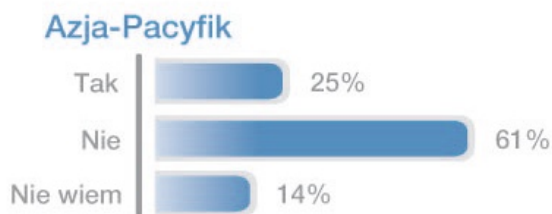
W regionie Ameryka Południowa, Ameryka Północna badanie przeprowadzono na grupie 11 000 przedsiębiorców. 29% pracodawców deklaruje, że ma opracowaną politykę korzystania z portali społecznościowych. 69% procedury nie przygotowało. Wyniki z Brazylii plasują się znacznie powyżej średniej dla regionu – w tym kraju 55% firm ma opracowaną procedurę korzystania z serwisów społecznościowych. Najmniej aktywne kraje, jeśli chodzi o pracodawców, którzy przygotowali taką politykę to: Stany Zjednoczone (24%), Kolumbia (25%), Argentyna i Peru (po 26%), Kanada, Kostaryka i Gwatemala (po 27%) i Meksyk (29%).

Politykę korzystania z portali społecznościowych przez pracowników wprowadzono z następujących powodów: chęci uniknięcia strat spowodowanych spadkiem efektywności (65%), potrzeby zapewnienia ochrony przed utratą prawa własności intelektualnej oraz tajemnicy informacji (39%) oraz renomy (32%).

Dzięki portalom społecznościowym firmy wzmacniają swoje działania z kilku obszarów, m.in.: wspierają budowę marki firmy, pozyskują utalentowanych pracowników oraz zachęcają pracowników do współpracy i komunikacji.

Wyniki badania w regionie Azja-Pacyfik

Czy Państwa firma ma opracowaną politykę korzystania przez pracowników z zewnętrznych portali społecznościowych takich jak Facebook, Twitter czy LinkedIn?



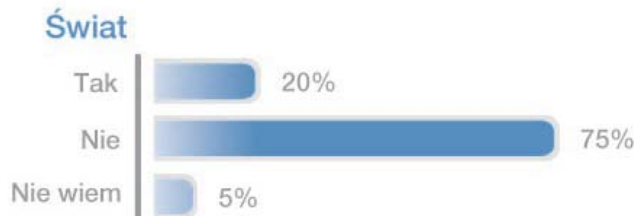
Wyniki badania w regionie Azja-Pacyfik zostały opracowane na podstawie wywiadów z 7700 przedstawicielami firm. 25% badanych deklaruje, że przygotowało i wdrożyło politykę korzystania z serwisów społecznościowych. W przypadku 61% procedura taka nie została opracowana. Kraje, w których najmniej firm przygotowało politykę korzystania z sieci społecznościowych to Chiny (33%), Nowa Zelandia (32%), Australia (31%) oraz Hongkong (27%). Na przeciwnym biegunie znajdują się: Indie (11%), Singapur (14%), Tajwan (23%) oraz Japonia (25%).

Jako powody wprowadzenia polityki korzystania z portali społecznościowych przez pracowników podawano chęć uniknięcia strat spowodowanych spadkiem efektywności (67%).

Portale społecznościowe są wspierają firmy w kilku sferach, m.in.: zachęcają pracowników do współpracy i komunikacji, wspierają budowanie marki firmy oraz pozyskanie utalentowanych pracowników.

Wyniki badania na świecie

Czy Państwa firma ma opracowaną politykę korzystania przez pracowników z zewnętrznych portali społecznościowych takich jak Facebook, Twitter czy LinkedIn?



W ujęciu globalnym politykę korzystania z portali społecznościowych wdrożyło 20% badanych firm, natomiast 75% organizacji nie przygotowało takiej polityki.

Kolejność trzech głównych powodów, dla których zdecydowano się na opracowanie polityki jest taka sama jak w przypadku polskich przedsiębiorców: 63% pracodawców jako główny powód wprowadzenia zasad wykorzystywania sieci społecznościowych wskazuje chęć uniknięcia strat spowodowanych spadkiem efektywności. 33% ankietowanych widzi politykę korzystania z sieci społecznościowych jako narzędzie mające na celu zapewnienie ochrony prawa własności intelektualnej oraz tajemnicy informacji. Według 29% ankietowanych stosowna polityka uchroniła firmy przed utratą renomy.

Jakie dziedziny funkcjonowania firmy są wspierane dzięki korzystaniu z sieci społecznościowych? Najwięcej firm wskazuje możliwość wspierania budowy marki firmy (13% w pierwszym i 7% w drugim wskazaniu), zachęcanie pracowników do współpracy i komunikacji (odpowiednio 11% i 8%) oraz pozyskanie utalentowanych pracowników (odpowiednio 8% i 7%).

Publikacji badania **Portale społecznościowe z perspektywy pracodawców** (Employer Perspectives on Social Networking) towarzyszy opracowanie Manpower **Sieci społecznościowe a zarządzanie. Wykorzystanie potęgi portali społecznościowych** (Social Networks vs. Management? Harness the Power of Social Media).

O Manpower Polska

Manpower Polska Sp. z o.o. działa na polskim rynku od marca 2001 r. Pod marką Manpower w Polsce działa prawie 50 agencji. W chwili obecnej usługi Manpower w Polsce obejmują pracę tymczasową, rekrutację pracowników stałych, zatrudnienie zewnętrzne oraz doradztwo personalne. Z grupy Manpower, w Polsce obecne są również Manpower Professional, Manpower Business Solutions, Right Management i Elan. Więcej informacji na temat Manpower można znaleźć pod adresem www.manpower.pl.