



ManpowerGroup™

Manpower Work life Rapport 2011

Gränsen mellan privat och professionellt suddas ut på Facebook

I Manpowers undersökning Work Life från 2008 visade resultaten att de mest populära webbaserade nätverken var Facebook och MSN-spaces – alltså två nätverk som har en relativt privat karaktär. Trots det såg många redan då dessa nätverk som en arena att knyta professionella kontakter på.

Sedan 2008 har andelen Facebookanvändare ökat explosionsartat. Samtidigt har andelen som söker jobb via nätverken sjunkit. Däremot kan vi i 2011 års undersökning se ännu tydligare att privatliv och professionellt liv flyter in i varandra. Fler vistas på de privata nätverkssajterna på arbetstid, fler "addar" chefen som Facebookvän och fler chefer söker information om arbetssökande på de privata nätverkssajterna inför rekrytering.

På Facebook blandas festbilder med seriösa meritförteckningar – gamla barndomskamrater med chefer och kunder. Gränsen mellan privatliv och professionellt liv suddas ut på de webbaserade sociala medierna.

Facebook är det dominerande nätverket

Sedan 2008 har andelen som uppger att de har en profil på den sociala nätverkssajten **Facebook ökat från 49% till 80% i Sverige**. Andelen som uppger att de är medlemmar i det professionella **nätverket LinkedIn har mer än dubblats**. Vanligast är att ha mellan 100 och 500 kontakter i sina webbaserade sociala nätverk (det uppger 45%). Bland 80- och 90-talisterna har dock 8% mellan 500 och 1000 kontakter på nätverket.

Facebook är idag det dominerande sociala nätverket på webben och det gäller för samtliga åldersgrupper. **Den snabbast ökande medlemsgruppen på Facebook är medelålders och äldre**. Se diagram 2 nedan.

- Bland **80/90-talisterna** har andelen Facebookanvändare ökat från 73% år 2008 till 91% tre år senare, dvs en **ökning med 18 procentenheter**.
- Bland **40-, 50- och 60-talister** har andelen som använder Facebook mer än **tredubblats**. Bland t.ex. 40-talisterna har andelen användare ökat från 13% år 2008 till 59% år 2011. Se diagram 1 och 2 nedan.

Vilka av följande webbaserade sociala nätverk är du medlem i?

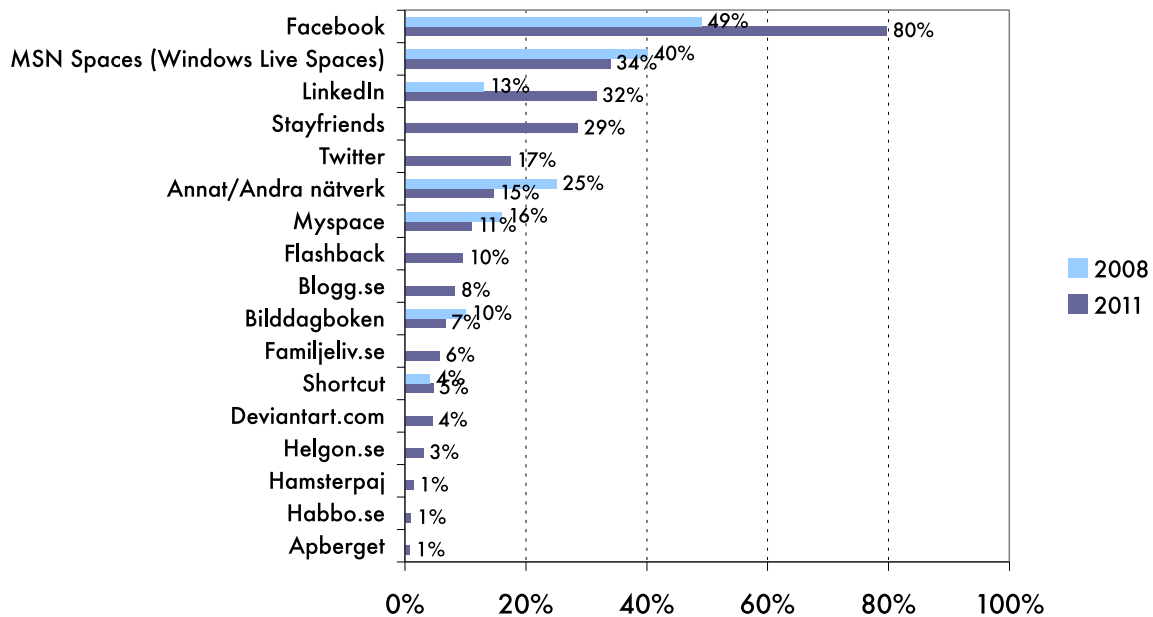


Diagram 1: Vilka webbaserade nätverk är svenskarna medlemmar i? En jämförelse mellan 2008 och 2011. Endast alternativ där ljusblå stapel finns användes i undersökningen år 2008

Vilka av följande webbaserade sociala nätverk är du medlem i? (Andelen Facebook-medlemmar)

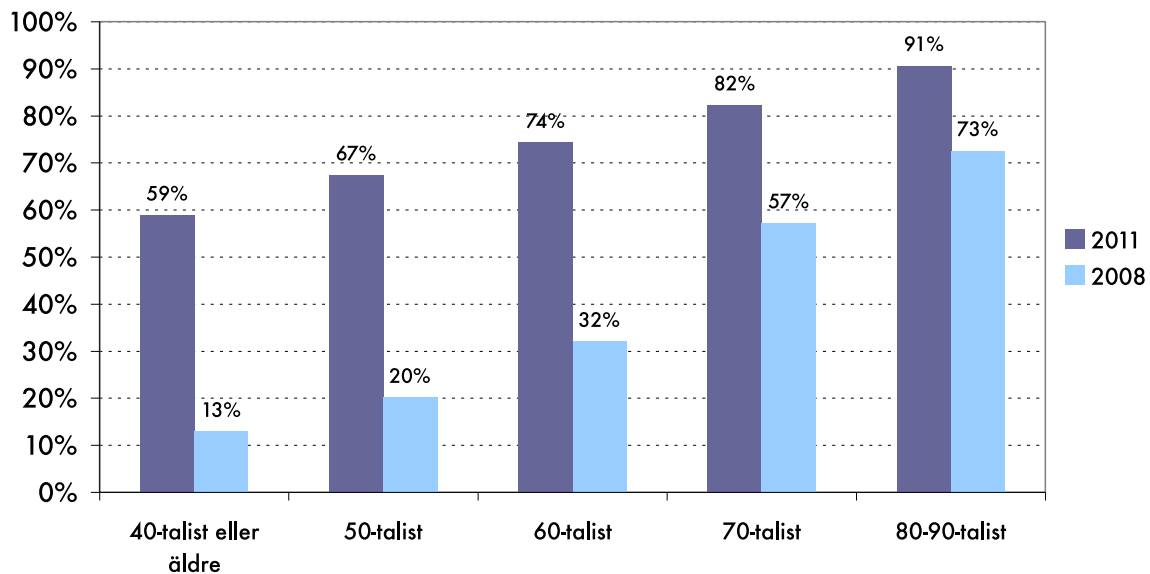


Diagram 2: Andel svenska medlemmar på Facebook inom olika åldersgrupper. Jämförelse mellan 2008 och 2011.

Gränserna mellan det privata och professionella suddas ut

”Att ta med sig jobbet hem” är ett vedertaget uttryck. Men att ta med sig fritiden till jobbet har inte varit lika utbredd. Idag har detta beteende möjliggjorts i större utsträckning tack vare de sociala nätverken och den mobila uppkopplingen.

Andelen som loggar in på sociala medier under arbetstid har ökat något sedan 2008. 18% gör det så gott som varje dag år 2011 till skillnad från 13% år 2008. Fyra av tio gör det minst en gång i veckan år 2011 jämfört med tre av tio år 2008.

Yngre medarbetare loggar in på sociala medier mycket oftare än äldre medarbetare i genomsnitt. Detta beror rimligtvis både på olika kommunikationsbeteenden i olika åldersgrupper men även på att unga medarbetare i större utsträckning arbetar inom branscher där sociala medier under arbetstid uppmuntras.

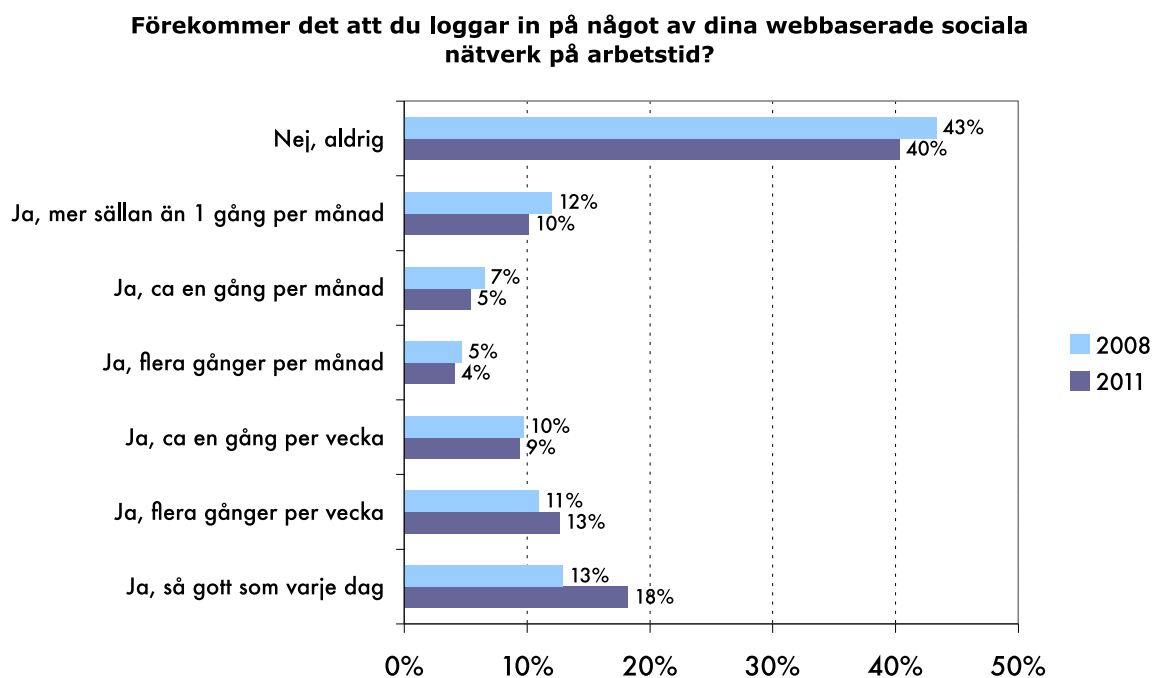


Diagram 3: Hur vanligt är det att logga in på sociala medier under arbetstid? Jämförelse mellan 2008 och 2011.

Generation	Andel som loggar in på sociala nätverk under arbetstid så gott som varje dag eller flera gånger i veckan
80-90-talist	37%
70-talist	37%
60-talist	25%
50-talist	18%
40-talist eller äldre	15%

Tabell 1: Andel i olika åldersgrupper som ofta loggar in på Facebook och andra privata nätverk under arbetstid.

Inom informations- och teknikorienterade branscher, som ofta har många unga medarbetare, är det **vanligast att ofta logga in på privata nätverkssajter under arbetstid.**

I topp ligger anställda inom **media och kultur, reklam och PR** samt inom **IT**. Yrken där man inte lika ofta har tillgång till en dator, såsom service/handel/butik samt lager/industri/transport, hamnar föga förvånande längst ned i listan.

Intressantast är kanske att jämföra de branscher där medarbetarna ofta sitter vid en dator under arbetstid, även mellan dessa branscher finns mycket stora skillnader. Som exempel kan nämnas **ekonomi och finans** där **enbart 29% av de anställda ofta loggar in under arbetstid** eller kontor och administration där en tredjedel gör det ofta, jämfört med de **60% inom media och kultur** och den dryga hälften av medarbetarna inom marknad/reklam/PR/information som ofta loggar in under arbetstid.

Inom de branscher där medarbetarna loggar in oftast är det också vanligast att detta beteende **uppmuntras och ses som något positivt** på arbetsplatsen. 14% av medarbetarna inom marknad/reklam/PR/information menar att arbetsplatsen uppmuntrar medarbetarna att logga in på privata nätverkssajter under arbetstid. Motsvarande andel inom ekonomi/finans är 2%.

De branscher där det är vanligast med **strikt förbud mot att logga in på privata nätverkssajter under arbetstid** är **handel/butik** (44% av medarbetarna menar att det är förbjudet) och **hälso- och sjukvård** (34% menar att det är förbjudet).

Bransch	Andel som loggar in på sociala nätverk under arbetstid så gott som varje dag eller flera gånger i veckan
Media, Kultur	60%
Marknad, Reklam, PR, Information	52%
IT, Data	45%
Forskning, Utveckling	37%
Försäljning	33%
Kontor, Administration	32%
Kundtjänstarbete	30%
Management	29%
Ekonomi, Finans	29%
Operatörer	27%
Pedagogiska arbeten	26%
Bygg, Anläggning	25%
Teknik, Naturvetenskap	24%
Hälso-, Sjukvård	22%
Service, Handel, Butik	21%
Lager, Industri, Transport	19%

Tabell 2: Andel i olika branscher som ofta loggar in på Facebook och andra privata nätverk under arbetstid.

Fler chefer "addar" medarbetare på Facebook

Att "adda" chefen blir vanligare. Det betyder att allt fler väljer att lägga till sin chef som "vän" på exempelvis Facebook. Detta innebär att chefen kan ta del av den information som kopplas till medarbetarens profil.

Sedan 2008 har andelen medarbetare som har sin chef i sitt privata nätverk på webben ökat från 15% till 21%. En ännu större ökning har skett bland de **chefer som väljer att "adda" en medarbetare till det personliga nätverket på webben, från 28% 2008 till 39% 2011**. Ytterligare ett exempel på att privat och professionellt liv flyter ihop.

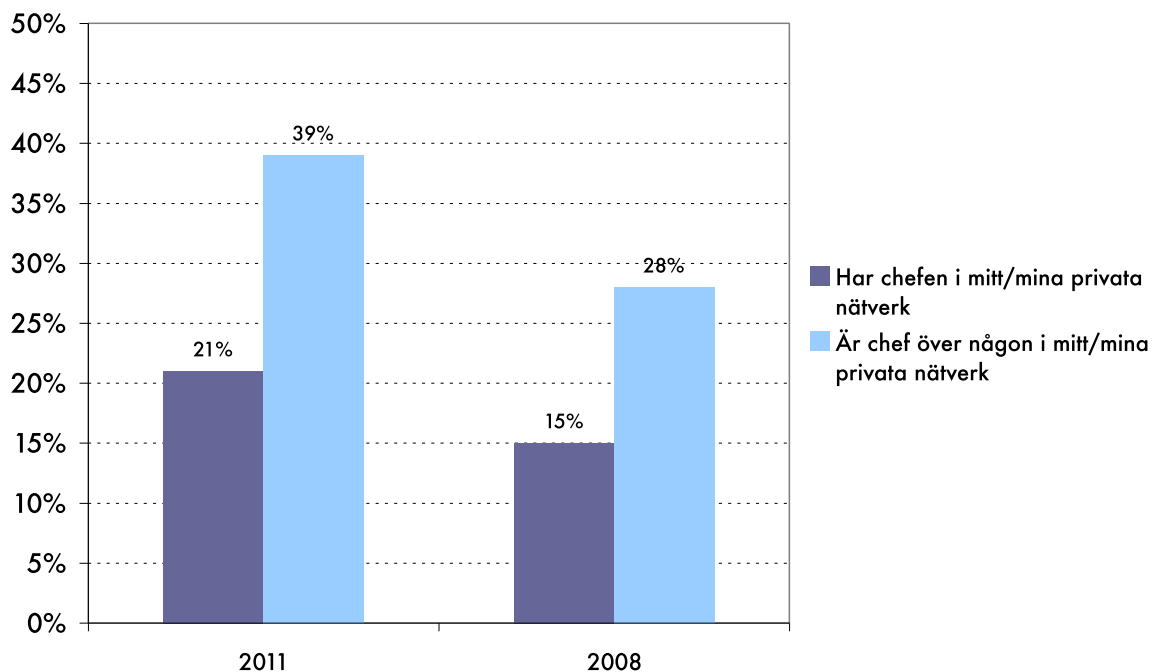


Diagram 4: Andel medarbetare som har "addat" chefen och andelen chefer som har "addat" medarbetare. Jämförelse mellan 2008 och 2011.

Cheferna snokar på Facebook inför rekrytering

Chefer har insett att det finns mycket information att hämta på sociala medier inför rekrytering och medvetenheten om detta har ökat rejält under de tre senaste åren. **År 2008 var det 17% av cheferna som uppgav att de hade sökt information om en arbetssökande på dennes sociala nätverk inför rekrytering. 2011 har andelen ökat till 31% av cheferna.**

En vanlig anledning för chefer att göra "nätkollen" är att kontrollera om den **arbetssökandes personlighet passar överens med företags- eller organisationskulturen** (33% av cheferna anger denna anledning). Vissa gör det för att kontrollera om den arbetssökandes **livssituation** passar in i företaget (13%), ytterligare några få gör det för att de anar att den arbetssökande är **oärlig** om något (1%). Det absolut vanligaste svaret bland cheferna är dock att de kollar upp de sociala nätverkssajterna för att de vill fatta sitt beslut baserat på **så många informationskällor som möjligt** (70%).

14% av cheferna som har gjort en "nätkoll" på arbetssökande har också sållat bort kandidater på grund av den information man har hittat på nätverksprofilerna.

Har du någon gång sökt information om en person på dennes sociala nätverk som ett led i en anställningsprocess?

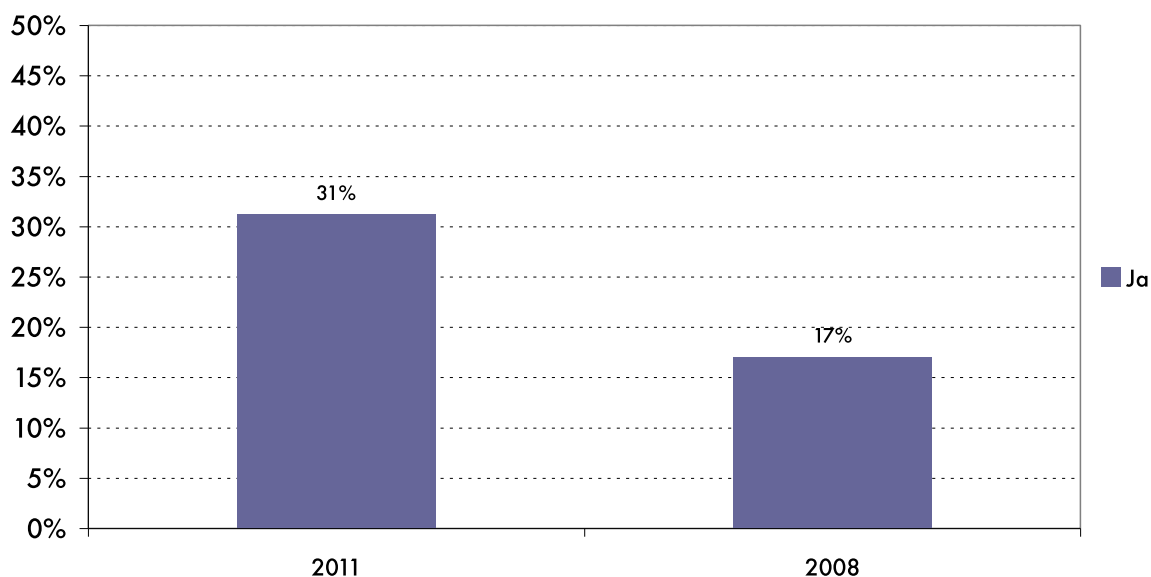


Diagram 5: Andel chefer som någon gång sökt information på sociala nätverk på webben inför rekrytering. Jämförelse mellan 2008 och 2011.

Andelen som väljer att söka arbete via nätverken minskar

Att **kommunicera** med vänner och **återknyta kontakten** med gamla bekanta är de **vanligaste användningsområdena** för de webbaserade sociala nätverken. Där ser vi inte några större förändringar jämfört med 2008. Den stora förändringen har skett inom jobbsökningsområdet: **en mindre andel använder nätverken till att söka jobb 2011 (17%) än 2008 (32%).**

En tänkbar förklaring till denna förändring är att andelen Facebookanvändare ökat så kraftigt och att den genomsnittliga profilen på användarna därmed förändrats. År 2008 var de personer som valde att bli medlemmar på Facebook mer aktiva nätverkare överlag. Idag är det mer regel än undantag att ha en profil på Facebook och den genomsnittliga Facebookanvändaren behöver nödvändigtvis inte vara särskilt intresserad av att nätverka för att vara medlem.

Samma tendens är tydlig då det gäller arbetserbjudanden via sociala medier. **Andelen användare som menar att de har fått ett jobberbjudande via sociala medier har minskat sedan 2008.** Se diagram 7 nedan.

Vad använder du dina webbaserade sociala nätverk till?

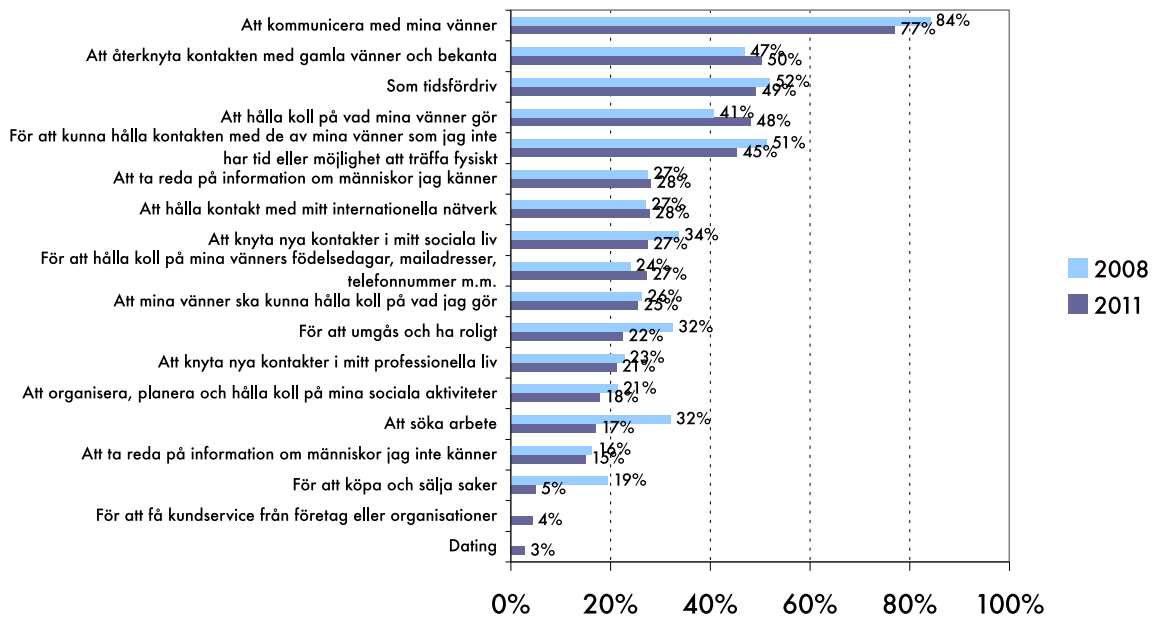


Diagram 6: Vad används nätverken på webben till? En jämförelse mellan 2008 och 2011. Endast alternativ där ljusblå stapel finns användes i undersökningen år 2008

Har du någon gång fått ett jobberbjudande på grund av och/eller via något av dina webbaserade sociala nätverk?

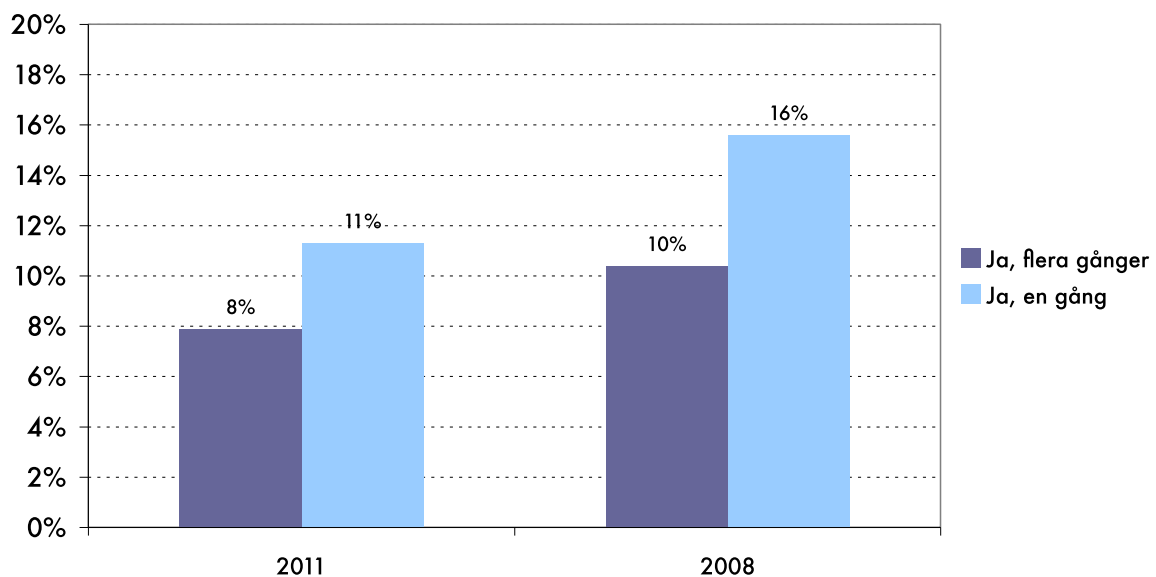


Diagram 7: Andel medlemmar på sociala nätverk på webben som fått jobberbjudande via dem. En jämförelse mellan 2008 och 2011.

Norrmän har fler vänner än svenskar på nätet

Fler norrmän (85%) än svenskar (80%) är medlemmar i Facebook, som är det överlägset vanligaste sociala nätverket där man är mest aktiv. Det visar sig också att Norrmännen har fler vänner än svenskarna på sina sociala nätverk, varför det är rimligt att anta att norrmännen har fler facebook-vänner än svenskarna. Andelen norrmän som har 100 vänner eller fler är 70%, jämfört med endast hälften (50%) av svenskarna (se tabell nedan).

Omkring hur många vänner/kontakter har du i det webbaserade sociala nätverk där du är mest aktiv?	Sverige	Norge
Fler än 1000	1%	1%
500-1000	4%	11%
100-500	45%	59%
30-100	29%	18%
Under 30	21%	12%

Tabell: Antal vänner i det sociala nätverk där man är mest aktiv

Manpower Work Life

Resultaten är hämtade från den senaste Work Life undersökningen som Manpower genomförde under april 2011 i samarbete med Kairos Future. I Sverige har 6885 personer svarat på en enkät som vi har skickat ut via e-mail. Av alla som har svarat är 3424 anställda, 2234 arbetssökande, 386 egenföretagare och 841 studerande

Undersökningen har även genomförts i Norge och ibland görs jämförelser mellan de svenska och norska resultaten. I Norge har 4301 personer svarat på enkäten. Av alla som har svarat i Norge är 2442 anställda, 1159 arbetssökande, 165 egenföretagare och 535 studerande

De flesta av dem som har svarat på enkäten har sin profil registrerad på Manpower.se eller Manpower.no. De ingår i Manpower Work Life panelen som i Sverige består av över 20 000 personer som väl motsvarar Sveriges arbetsföra befolkning med avseende på kön, ålder och boendeort.

Om Kairos Future

Studien Manpower Work Life genomförs i samarbete med Kairos Future som är ett oberoende forsknings- och konsultföretag som hjälper företag, myndigheter och organisationer att förstå och hantera samhällsförändringar. Mer information finner du på www.kairosfuture.com