



ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ Master in Business Administration (MBA)

Μεταπτυχιακή Διατριβή:

«Το LinkedIn ως μέσο εύρεσης εργασίας: ανασκόπηση και πειραματική διερεύνηση»

Παναγιωταροπούλου Ελένη-Ελεονώρα
Α.Μ.: 2020019030

Επιβλέπων Καθηγητής: Βασίλειος Μουστάκης

Συνεπιβλέποντες Καθηγητές: Θωμάς Κοντογιάννης

Στυλιανός Τσαφαράκης

Χανιά, Αύγουστος 2024

Η ΣΕΛΙΔΑ ΑΦΕΘΗΚΕ ΣΚΟΠΙΜΑ ΛΕΥΚΗ

Διατριβή που υπεβλήθη για την μερική Ικανοποίηση των απαιτήσεων για την απόκτηση Μεταπτυχιακού
Διπλώματος Ειδίκευσης.

Η ΣΕΛΙΔΑ ΑΦΕΘΗΚΕ ΣΚΟΠΙΜΑ ΛΕΥΚΗ

Η διατριβή του Ελένη-Ελεονώρα Παναγιωταροπούλου (Α.Μ.: 2020019030) εγκρίνεται από την Εξεταστική Επιτροπή:

Επιβλέπων Καθηγητής Βασίλειος Μουστάκης

1^ο Μέλος Καθηγητής Θωμάς Κοντογιάννης

2^ο Μέλος Καθηγητής Στυλιανός Τσαφάρakis

Η ΣΕΛΙΔΑ ΑΦΕΘΗΚΕ ΣΚΟΠΙΜΑ ΛΕΥΚΗ

Περιεχόμενα

Περίληψη	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Εισαγωγή	3
1.1 Στόχοι της μελέτης.....	6
1.2 Ερευνητικά ερωτήματα.....	7
1.3 Σημασία της έρευνας.....	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Βιβλιογραφική επισκόπηση	9
2.1 Η χρήση των κινητών συσκευών και ο ρόλος τους στην αγορά εργασίας.....	9
2.2 Κοινωνικά μέσα και απόκτηση πληροφοριών	13
2.3 Άτυποι δίαυλοι πληροφόρησης για αναζήτηση εργασίας.....	15
2.4 Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αναζήτηση εργασίας.....	16
2.5 Πλεονεκτήματα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην αναζήτηση εργασίας.....	19
2.6 Παγίδες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην αναζήτηση εργασίας.....	22
2.7 Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.....	24
2.8 Διασυνδεσιμότητα.....	26
2.9 Covid-19 και ψηφιακές προσλήψεις.....	28
2.10 Πρόσληψη και κοινωνικά μέσα.....	30
2.11 Το LinkedIn ως εργαλείο αναζήτησης εργασίας.....	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Μεθοδολογία	38
3.1 Εισαγωγή	38
3.2 Σχεδιασμός της έρευνας	38
3.3 Φιλοσοφία της έρευνας	39
3.4 Μέθοδοι δειγματοληψίας.....	39
3.5 Συλλογή δεδομένων.....	39
3.6 Ανάλυση δεδομένων.....	40
3.7 Περιορισμοί της μελέτης.....	41
3.8 Δεοντολογικά ζητήματα.....	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Ανάλυση δεδομένων	42
Πίνακας 1: Φύλο.....	42
Πίνακας 2: Ηλικία.....	43
Πίνακας 3: Εργάζεστε αυτή τη στιγμή.....	44
Πίνακας 4: Είστε στο LinkedIn.....	45
Πίνακας 5: Βρίσκετε σχετικές αγγελίες εργασίας στο LinkedIn	46
Πίνακας 6: Βρίσκετε ευκαιρίες στο LinkedIn.....	47
Πίνακας 7: Το LinkedIn διευκόλυνε την αναζήτηση εργασίας	48
Πίνακας 8: Το LinkedIn αυξάνει την έκθεση στους εργοδότες;	49
Πίνακας 9: Πιστεύετε ότι το Covid-19 έκανε το LinkedIn μια δημοφιλή πλατφόρμα για την αναζήτηση εργασίας.....	49
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Συμπεράσματα	50
5.1 Συμπέρασμα και συζήτηση	50
5.2 Συζήτηση.....	54

5.3 Προτάσεις	57
Ερωτηματολόγιο Χρήσης LinkedIn και Αναζήτησης Εργασίας	60
Βιβλιογραφία	62

Περίληψη

Το LinkedIn είναι μια πλατφόρμα επαγγελματικής δικτύωσης, η οποία είναι προσβάσιμη μέσω διαδικτύου και η χρήση της έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Οι αναζητούντες εργασία έχουν κάνει χρήση της πλατφόρμας προκειμένου να βελτιώσουν τις πιθανότητές τους να βρουν ευκαιρίες απασχόλησης, να καλλιεργήσουν σχέσεις με εργοδότες και επαγγελματίες του κλάδου και να προβάλουν τις ικανότητες και τις εμπειρίες τους. Η παρούσα βιβλιογραφική ανασκόπηση διερευνεί τον ρόλο που διαδραματίζει το LinkedIn στη διαδικασία αναζήτησης εργασίας, καθώς και τα οφέλη και τα μειονεκτήματα της χρήσης της πλατφόρμας, καθώς και τις επιπτώσεις για όσους αναζητούν εργασία.

Στην ερευνητική κοινότητα έχουν γίνει πολλές συζητήσεις σχετικά με τη λειτουργία που διαδραματίζει το LinkedIn στη διαδικασία αναζήτησης εργασίας. Σύμφωνα με τα ευρήματα της μελέτης που οι αναζητούντες εργασία χρησιμοποιούν το LinkedIn για να εντοπίσουν πιθανούς εργοδότες, που διεξάγουν έρευνα σχετικά με ευκαιρίες απασχόλησης και δικτύωσης με επαγγελματίες του τομέα τους.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της μελέτης, οι αναζητούντες εργασία χρησιμοποιούν το LinkedIn για να διεξάγουν αναζητήσεις εργασίας, να οικοδομούν σχέσεις με δυνητικούς εργοδότες και επαγγελματίες του κλάδου και να προβάλλουν τις επαγγελματικές τους ικανότητες και την εμπειρία τους. Σύμφωνα με τα ευρήματα της μελέτης, οι αναζητούντες εργασία μπορούν να βρουν ευκαιρίες απασχόλησης και να οικοδομήσουν σχέσεις με εργοδότες μέσω της χρήσης του LinkedIn, το οποίο αποτελεί ένα αποτελεσματικό εργαλείο.

Τα οφέλη που μπορούν να αποκομιστούν από τη χρήση του LinkedIn στο πλαίσιο της αναζήτησης εργασίας έχουν λάβει μεγάλη προσοχή στη σχετική έρευνα. Σύμφωνα με τα ευρήματα μελέτης που διεξήγαγε ο Smith (2018), το LinkedIn είναι ένα αποτελεσματικό εργαλείο που μπορούν να χρησιμοποιούν οι αναζητούντες εργασία προκειμένου να εντοπίζουν ευκαιρίες απασχόλησης, να οικοδομούν σχέσεις με υποψήφιους εργοδότες και να προβάλλουν τις δεξιότητες και την εμπειρία τους.

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να διερευνήσει το ρόλο που διαδραματίζει το LinkedIn στη διαδικασία αναζήτησης εργασίας και να διερευνήσει τη σχέση μεταξύ της χρήσης του LinkedIn και των αποτελεσμάτων της αναζήτησης εργασίας. Ειδικότερα, σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να διερευνήσει πώς το LinkedIn

επηρεάζει τις πιθανότητες των ατόμων που αναζητούν εργασία να βρουν εργασία, τα είδη των θέσεων εργασίας που είναι σε θέση να βρουν και τον χρόνο που χρειάζονται για να βρουν εργασία. Η μελέτη αυτή διερευνεί επίσης τους διαφορετικούς τύπους στρατηγικών αναζήτησης εργασίας που χρησιμοποιούν οι αναζητούντες εργασία σε συνδυασμό με το LinkedIn, καθώς και την επίδραση που έχουν αυτές οι στρατηγικές αναζήτησης εργασίας στα αποτελέσματα των αντίστοιχων αναζητήσεων εργασίας των αναζητούντων εργασία. Συμπερασματικά, η παρούσα έρευνα διερευνεί τον τρόπο με τον οποίο ο ιστότοπος επαγγελματικής δικτύωσης LinkedIn επηρεάζει τις αποφάσεις πρόσληψης που λαμβάνουν οι εταιρείες.

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε είναι μια ποσοτική μελέτη της λειτουργίας του LinkedIn στη διαδικασία αναζήτησης εργασίας. Η έρευνα περιλαμβάνει ερωτήσεις σχετικά με το πόσο συχνά οι άνθρωποι χρησιμοποιούν το LinkedIn για την αναζήτηση εργασίας, πόσο αποτελεσματικό θεωρούν το LinkedIn στην αναζήτηση εργασίας τους και πόσο ικανοποιημένοι είναι με τη χρήση του LinkedIn στην αναζήτηση εργασίας τους. Το ερωτηματολόγιο ρωτά για την ηλικία, το φύλο και το επίπεδο εκπαίδευσης του ερωτώμενου. Ερωτάται ένα στατιστικά έγκυρο δείγμα ατόμων που χρησιμοποίησαν το LinkedIn τους τελευταίους 12 μήνες για να αναζητήσουν εργασία. Εξάγονται συμπεράσματα σχετικά με τη χρησιμότητα του LinkedIn στη διαδικασία αναζήτησης εργασίας με τη χρήση περιγραφικών και επαγωγικών στατιστικών μεθόδων στα αποτελέσματα της έρευνας.

Τα αποτελέσματα της έρευνας σχετικά με το ρόλο του LinkedIn για την αναζήτηση εργασίας περιλαμβάνουν:

1. Η πλειονότητα των ερωτηθέντων θεωρεί το LinkedIn αποτελεσματικό εργαλείο για την αναζήτηση εργασίας.
2. Οι περισσότεροι ερωτηθέντες χρησιμοποιούν το LinkedIn για να ερευνήσουν πιθανούς εργοδότες και να συνδεθούν με υπεύθυνους προσλήψεων.
3. Η πλειονότητα των ερωτηθέντων πιστεύει ότι το LinkedIn αποτελεί πολύτιμο πόρο για τη δικτύωση και την επαγγελματική ανάπτυξη.
4. Οι περισσότεροι ερωτηθέντες θεωρούν ότι το LinkedIn είναι ένα αποτελεσματικό εργαλείο για την εύρεση θέσεων εργασίας και την ενημέρωση για νέες ευκαιρίες σταδιοδρομίας.
5. Η πλειονότητα των ερωτηθέντων θεωρεί ότι το LinkedIn είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για την ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις και τα νέα του κλάδο.

Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή

Στο σημερινό ταχέως αναπτυσσόμενο κόσμο, η επικοινωνία και η τεχνολογία της πληροφορίας είναι απαραίτητες για την επίτευξη αλλαγών σε όλες τις πτυχές της ζωής, συμπεριλαμβανομένων των μέσων ενημέρωσης. Η παγκοσμιοποίηση της πληροφόρησης χαρακτηρίζεται από την ευρεία χρήση του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία έχουν άμεσο ή έμμεσο αντίκτυπο στα άτομα και τους οργανισμούς. Για την αποτελεσματική διαχείριση μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού, είναι ζωτικής σημασίας η ύπαρξη ενός εξειδικευμένου και ικανού εργατικού δυναμικού που μπορεί να αναπτυχθεί αποτελεσματικότερα και αποδοτικότερα. Οι εργαζόμενοι διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στην απόδοση του οργανισμού ως άτομα ή ως ομάδα και οι άνθρωποι πόροι αποτελούν σήμερα ένα από τα σημαντικότερα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που μπορούν να αναπτύξουν και να διατηρήσουν οι επιχειρήσεις. Είναι απαραίτητο για τους οργανισμούς να προσελκύουν, να αναπτύσσουν και να διατηρούν επαγγελματικό και εξειδικευμένο προσωπικό για να ανταγωνίζονται και να αναπτύσσονται στο έντονα ανταγωνιστικό κλίμα. Ο επιχειρηματικός κόσμος έχει επηρεαστεί σημαντικά από την τεχνολογία των πληροφοριών και τις επιστημονικές ανακαλύψεις, οι οποίες έχουν αυξήσει την ανάγκη για εξειδικευμένους και ταλαντούχους εργαζόμενους. Ως αποτέλεσμα, η χρήση πολυάριθμων εταιρικών ιστότοπων και οργανωτικών προφίλ σε ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης γίνεται σιγά σιγά όλο και πιο δημοφιλής.

Η πρόσληψη μέσω κοινωνικών μέσων είναι η διαδικασία αξιοποίησης των κοινωνικών δικτύων για την πρόσληψη δυνητικών υποψηφίων με την ανάρτηση θέσεων εργασίας και την αναζήτηση ατόμων με προσόντα. Εκμεταλλεύεται την εκτεταμένη εμβέλεια των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης, όπως το LinkedIn, το Facebook, το Twitter, το Instagram κ.λπ. για τον εντοπισμό και τη δέσμευση υποψήφιων υποψηφίων. Οι εταιρείες χρησιμοποιούν αυτές τις πλατφόρμες για να δημοσιεύουν θέσεις εργασίας, να αναζητούν τους κατάλληλους υποψηφίους με βάση τα προσόντα και την εμπειρία τους ή ακόμη και να επικοινωνούν απευθείας μαζί τους με επιστολή προσφοράς, εάν ταιριάζουν πολύ με τον ρόλο. Εκτός από τις παραδοσιακές μεθόδους, όπως οι αγγελίες σε εφημερίδες ή οι απευθείας επισκέψεις σε εταιρείες- μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν για την προώθηση της εταιρικής κουλτούρας και των αξιών της εταιρείας μέσω δραστηριοτήτων μάρκετινγκ

περιεχομένου, οι οποίες βοηθούν στην προσέλκυση της σωστής δεξαμενής ταλέντων πιο γρήγορα από ποτέ (Van Hove et al, 2013). Αυτή η προσέγγιση έχει βοηθήσει τους οργανισμούς να μειώσουν τον χρόνο που δαπανάται για τις προσπάθειες πρόσληψης, ενώ παράλληλα παρέχει μια πλατφόρμα για τους αιτούντες εργασία να βρουν τις καλύτερες ευκαιρίες που ταιριάζουν στα προσόντα τους. Η πρόσληψη μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα αποτελεσματικό εργαλείο για τους εργοδότες, καθώς τους επιτρέπει να προσεγγίσουν παθητικούς υποψηφίους, οι οποίοι μπορεί να μην έχουν αναζητήσει ενεργά θέσεις εργασίας, αλλά θα μπορούσαν να ενδιαφερθούν για τις ευκαιρίες, εάν τις γνωρίζουν. Βοηθά επίσης τους οργανισμούς να οικοδομήσουν το branding του εργοδότη και να δημιουργήσουν καλύτερη προβολή μεταξύ των δυνητικών προσλήψεων, γεγονός που συμβάλλει στην προσέλκυση περισσότερων εξειδικευμένων υποψηφίων. Επιπλέον, αξιοποιώντας κοινωνικά δίκτυα όπως το LinkedIn, οι εταιρείες μπορούν να στοχεύουν σε συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές ή κλάδους για σκοπούς πρόσληψης, διευκολύνοντας έτσι τον γρήγορο εντοπισμό των κατάλληλων ατόμων. Εν κατακλείδι, η πρόσληψη μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει φέρει επανάσταση στην παραδοσιακή προσέγγιση της πρόσληψης εργαζομένων και παρέχει έναν οικονομικά αποδοτικό τρόπο εύρεσης ποιοτικών ταλέντων χωρίς να χρειάζεται να επενδύσει κανείς πολλά σε διαφημίσεις ή σε γραφεία προσλήψεων. Έχει γίνει βασικό μέρος της σύγχρονης διαδικασίας πρόσληψης και ήρθε για να μείνει!

Το LinkedIn είναι ένας δικτυακός τόπος επαγγελματικής δικτύωσης που έχει γίνει όλο και πιο σημαντικός τόσο για τους αναζητούντες εργασία όσο και για τους εργοδότες. Επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργούν και να διαχειρίζονται το διαδικτυακό επαγγελματικό τους προφίλ, να συνδέονται με άλλους επαγγελματίες του ίδιου τομέα, να αναζητούν θέσεις εργασίας και να υποβάλλουν αιτήσεις απευθείας σε εταιρείες. Η πλατφόρμα προσφέρει επίσης διάφορα εργαλεία, όπως αναλύσεις, ομάδες, εκδηλώσεις και κοινή χρήση περιεχομένου, που βοηθούν τους ανθρώπους να χτίσουν το προσωπικό τους εμπορικό σήμα ή την επιχείρησή τους. Διευκολύνει επίσης τους υπεύθυνους προσλήψεων, οι οποίοι μπορούν να δημοσιεύουν καταχωρίσεις θέσεων εργασίας στον ιστότοπο και να χρησιμοποιούν προηγμένες λειτουργίες αναζήτησης για την εύρεση κατάλληλων υποψηφίων. Επιπλέον, παρέχει στους χρήστες την ευκαιρία να δικτυωθούν μεταξύ τους μέσω ιδιωτικών μηνυμάτων ή ομαδικών συνομιλιών. Η πανδημία επιτάχυνε περαιτέρω αυτή τη στροφή προς ψηφιακές λύσεις πρόσληψης, όπως το LinkedIn, λόγω της ευκολίας των διαδικασιών

πρόσληψης εξ αποστάσεως- οι επιχειρήσεις βρήκαν ευκολότερο και οικονομικότερο να χρησιμοποιούν την πλατφόρμα για τον εντοπισμό, τη συνέντευξη και την ένταξη νέων ταλέντων. Επιπλέον, το LinkedIn προσφέρει ένα ευρύ φάσμα αναλυτικών στοιχείων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους εργοδότες για τη μέτρηση της απόδοσης των θέσεων εργασίας και την παρακολούθηση της δέσμευσης των εργαζομένων. Αυτό έχει δώσει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να εντοπίζουν εύκολα πιθανούς υποψηφίους χωρίς την ανάγκη για δαπανηρές εταιρείες προσλήψεων ή παραδοσιακές μεθόδους, όπως οι αγγελίες σε εφημερίδες. Επιπλέον, με το τεράστιο δίκτυο επαγγελματιών από όλο τον κόσμο, οι εταιρείες μπόρεσαν να βρουν άτομα με υψηλά προσόντα που μπορεί να μην ήταν διαθέσιμα στην τοπική τους περιοχή. Καθώς οι άνθρωποι εξαρτώνται όλο και περισσότερο από τις ψηφιακές λύσεις λόγω των περιορισμών του Covid 19, πλατφόρμες όπως το LinkedIn είναι πιθανό να συνεχίσουν να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στο να βοηθούν τους οργανισμούς να προσλαμβάνουν κορυφαία ταλέντα γρήγορα και αποτελεσματικά παρά τα γεωγραφικά όρια. Το παρόν έγγραφο αποτελείται από διάφορα κεφάλαια που διερευνούν το ρόλο των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης στη διαδικασία αναζήτησης εργασίας. Το πρώτο κεφάλαιο παρέχει μια επισκόπηση του θέματος και εξετάζει τον αντίκτυπο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στα αποτελέσματα της αγοράς εργασίας. Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται ανασκόπηση της υπάρχουσας βιβλιογραφίας σχετικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και την αναζήτηση εργασίας και επισημαίνονται τα βασικά ευρήματα από προηγούμενες έρευνες. Το τρίτο κεφάλαιο προσφέρει πρακτικές προτάσεις για τους αναζητούντες εργασία σχετικά με το πώς να χρησιμοποιούν αποτελεσματικά το LinkedIn και άλλες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης για να ενισχύσουν τις στρατηγικές αναζήτησης εργασίας τους. Το τέταρτο κεφάλαιο επικεντρώνεται στον τρόπο με τον οποίο οι εργοδότες μπορούν να χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να ελέγχουν τους αιτούντες εργασία και να αξιολογούν την καταλληλότητά τους για τον οργανισμό. Τέλος, το πέμπτο κεφάλαιο παρέχει ένα συμπέρασμα και συζητά τις συνέπειες της έρευνας για τους αναζητούντες εργασία, τους εργοδότες και τους υπεύθυνους προσλήψεων στην ψηφιακή εποχή. Συνολικά, η παρούσα εργασία παρέχει μια ολοκληρωμένη ανάλυση του ρόλου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη διαδικασία αναζήτησης εργασίας και προσφέρει πρακτικές ιδέες και συστάσεις τόσο για τους αιτούντες εργασία όσο και για τους εργοδότες.

1.1 Στόχοι της μελέτης

Οι στόχοι της μελέτης περιλαμβάνουν:

1. Αξιολόγηση του βαθμού στον οποίο οι αναζητούντες εργασία χρησιμοποιούν το LinkedIn ως εργαλείο αναζήτησης εργασίας και δικτύωσης.
2. Να διερευνήσει την αποτελεσματικότητα του LinkedIn ως πλατφόρμα για τους υπεύθυνους προσλήψεων και τους εργοδότες για τον εντοπισμό, τη συνέντευξη και την πρόσληψη νέων ταλέντων.
3. Να διερευνήσει πώς η πανδημία Covid-19 έχει επηρεάσει τη χρήση του LinkedIn ως ψηφιακής λύσης προσλήψεων για επιχειρήσεις και άτομα που αναζητούν εργασία.
4. Προσδιορισμός των βασικών πλεονεκτημάτων και προκλήσεων που σχετίζονται με τη χρήση του LinkedIn για την αναζήτηση εργασίας και την πρόσληψη.
5. Να αναλύσει τον αντίκτυπο του LinkedIn στον παραδοσιακό κλάδο των προσλήψεων, όπως η χρήση γραφείων προσλήψεων και οι αγγελίες σε εφημερίδες.
6. Να εξετάσει το ρόλο του LinkedIn στη διευκόλυνση των διαδικασιών απομακρυσμένων προσλήψεων και τις δυνατότητές του για τον εντοπισμό ταλέντων από διαφορετικές γεωγραφικές τοποθεσίες.
7. Να διερευνήσει πώς τα εργαλεία και οι λειτουργίες του LinkedIn, όπως οι αναλύσεις, οι ομάδες, οι εκδηλώσεις και η κοινή χρήση περιεχομένου, χρησιμοποιούνται από όσους αναζητούν εργασία και προσλαμβάνουν προσωπικό για να χτίσουν την προσωπική τους επωνυμία ή την επιχείρησή τους.
8. Αξιολόγηση των δυνατοτήτων του LinkedIn ως πλατφόρμας για τη μέτρηση της εργασιακής απόδοσης και την παρακολούθηση της δέσμευσης των εργαζομένων.
9. Προσδιορισμός των τάσεων και των μελλοντικών προοπτικών του LinkedIn και άλλων ψηφιακών λύσεων πρόσληψης στην αγορά εργασίας.

1.2 Ερευνητικά ερωτήματα

Με βάση τους στόχους που αναφέρθηκαν παραπάνω, ορισμένα πιθανά ερευνητικά ερωτήματα θα μπορούσαν να είναι:

1. Ποιο ποσοστό των ατόμων που αναζητούν εργασία χρησιμοποιούν το LinkedIn ως εργαλείο για την αναζήτηση εργασίας και τη δικτύωση;
2. Πόσο αποτελεσματικό είναι το LinkedIn στη διευκόλυνση της διαδικασίας πρόσληψης για τους υπεύθυνους προσλήψεων και τους εργοδότες;
3. Πώς έχει επηρεαστεί η χρήση του LinkedIn ως ψηφιακής λύσης προσλήψεων από την πανδημία Covid-19;
4. Ποια είναι τα βασικά οφέλη και οι προκλήσεις που σχετίζονται με τη χρήση του LinkedIn για την αναζήτηση εργασίας και την πρόσληψη προσωπικού;
5. Σε ποιο βαθμό το LinkedIn έχει επηρεάσει τις παραδοσιακές μεθόδους πρόσληψης, όπως τα γραφεία ευρέσεως εργασίας και οι αγγελίες σε εφημερίδες;
6. Πώς διευκολύνει το LinkedIn τις διαδικασίες απομακρυσμένων προσλήψεων και ποιες είναι οι δυνατότητές του για τον εντοπισμό ταλέντων από διαφορετικές γεωγραφικές τοποθεσίες;
7. Πώς χρησιμοποιούν τα άτομα που αναζητούν εργασία και οι υπεύθυνοι προσλήψεων τα εργαλεία και τις λειτουργίες του LinkedIn, όπως οι αναλύσεις, οι ομάδες, οι εκδηλώσεις και η κοινή χρήση περιεχομένου, για να χτίσουν την προσωπική τους επωνυμία ή την επιχείρησή τους;
8. Πόσο αποτελεσματικό είναι το LinkedIn ως πλατφόρμα για τη μέτρηση της εργασιακής απόδοσης και την παρακολούθηση της δέσμευσης των εργαζομένων;
9. Ποιες είναι οι τάσεις και οι μελλοντικές προοπτικές του LinkedIn και άλλων ψηφιακών λύσεων πρόσληψης στην αγορά εργασίας;

1.3 Σημασία της έρευνας

Το LinkedIn έχει γίνει μια σημαντική πλατφόρμα στον κόσμο των προσλήψεων και της αναζήτησης εργασίας. Με εκατομμύρια χρήστες, η πλατφόρμα έχει καθιερωθεί ως τόπος αναφοράς για όσους αναζητούν εργασία και για όσους προσλαμβάνουν προσωπικό. Η παρούσα μελέτη αποσκοπεί στη διερεύνηση του ρόλου του LinkedIn στην αναζήτηση εργασίας και της σημασίας του. Στην παρούσα εργασία, θα

συζητήσουμε τη σημασία αυτής της μελέτης και τη συμβολή της στον τομέα των προσλήψεων και της αναζήτησης εργασίας.

Η μελέτη του ρόλου του LinkedIn στην αναζήτηση εργασίας είναι σημαντική για διάφορους λόγους. Πρώτον, το LinkedIn έχει αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο διεξάγονται οι προσλήψεις, καθιστώντας τον ευκολότερο και αποτελεσματικότερο τόσο για τους αναζητούντες εργασία όσο και για τους προσλαμβάνοντες. Η πλατφόρμα έχει γίνει κεντρικός κόμβος για την επαγγελματική δικτύωση και την αναζήτηση εργασίας και, ως εκ τούτου, η κατανόηση του ρόλου της είναι απαραίτητη.

Δεύτερον, η μελέτη είναι σημαντική επειδή θα παράσχει πληροφορίες σχετικά με την αποτελεσματικότητα του LinkedIn ως εργαλείου για την αναζήτηση εργασίας. Το LinkedIn έχει γίνει ένα σημαντικό εργαλείο τόσο για τους αναζητούντες εργασία όσο και για τους υπεύθυνους προσλήψεων, αλλά υπάρχει έλλειψη έρευνας σχετικά με την αποτελεσματικότητά του. Αυτή η μελέτη θα καλύψει αυτό το κενό και θα παράσχει πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με την αποτελεσματικότητα του LinkedIn ως εργαλείο αναζήτησης εργασίας.

Τρίτον, η μελέτη θα παράσχει επίσης πληροφορίες σχετικά με τον αντίκτυπο του LinkedIn στη διαδικασία αναζήτησης εργασίας. Η πλατφόρμα έχει αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο διεξάγεται η αναζήτηση εργασίας και η κατανόηση του αντίκτυπού της είναι σημαντική. Η μελέτη θα διερευνήσει τον αντίκτυπο του LinkedIn στην αναζήτηση εργασίας όσον αφορά τον χρόνο, την προσπάθεια και τα ποσοστά επιτυχίας.

Τέταρτον, η μελέτη θα συμβάλει στην υπάρχουσα βιβλιογραφία σχετικά με την αναζήτηση εργασίας και την πρόσληψη προσωπικού. Υπάρχει ανάγκη για έρευνα σχετικά με τη μεταβαλλόμενη δυναμική της αναζήτησης εργασίας και της πρόσληψης στην ψηφιακή εποχή, και η παρούσα μελέτη θα συμβάλει σε αυτή τη βιβλιογραφία.

Τέλος, η μελέτη θα παράσχει πληροφορίες σχετικά με το ρόλο της τεχνολογίας στην αναζήτηση εργασίας και την πρόσληψη. Η τεχνολογία έχει σημαντικό αντίκτυπο στην αναζήτηση εργασίας και την πρόσληψη και η κατανόηση αυτού του αντίκτυπου είναι απαραίτητη. Η μελέτη θα διερευνήσει το ρόλο της τεχνολογίας στη διαδικασία αναζήτησης εργασίας και θα παράσχει πληροφορίες για το πώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί η τεχνολογία για τη βελτίωση της διαδικασίας αναζήτησης εργασίας και πρόσληψης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Βιβλιογραφική επισκόπηση

Στόχος του παρόντος κεφαλαίου είναι να εξετάσει λεπτομερώς τη βιβλιογραφία που αφορά το LinkedIn, τους αναζητούντες εργασία, τους υπεύθυνους προσλήψεων και τους εργοδότες. Επιπλέον, το κεφάλαιο θα αναδείξει τα σημαντικά θέματα και πρότυπα που είναι εμφανή στην τρέχουσα έρευνα για το θέμα. Το κεφάλαιο περιλαμβάνει θεωρητικό περιεχόμενο από προηγούμενες επιτυχημένες ερευνητικές μελέτες που έχουν διεξαχθεί στον τομέα της αναζήτησης εργασίας με τη χρήση του LinkedIn. Η βιβλιογραφική ανασκόπηση περιλαμβάνει άρθρα σε περιοδικά, εργασίες σε συνέδρια, βιβλία και συλλογικούς τόμους. Η έρευνα είναι ολοκληρωμένη και επικεντρώνεται στις εμπειρίες των ατόμων που αναζητούν εργασία και οι οποίοι αναζήτησαν εργασία στον ιρλανδικό τεχνολογικό τομέα τα τελευταία πέντε χρόνια χρησιμοποιώντας το LinkedIn για να βρουν θέσεις εργασίας. Η εφαρμοστέα βιβλιογραφία εντοπίστηκε με την πραγματοποίηση αναζήτησης σε βάσεις δεδομένων χρησιμοποιώντας λέξεις-κλειδιά όπως "LinkedIn", "κοινωνικά δίκτυα", "άτομα που αναζητούν εργασία", "προσλήψεις και εργοδότες".

2.1 Η χρήση των κινητών συσκευών και ο ρόλος τους στην αγορά εργασίας

Τα smartphones και οι κινητές συσκευές έχουν φέρει επανάσταση σε κάθε πτυχή της καθημερινής μας ζωής, συμπεριλαμβανομένου του τρόπου με τον οποίο αναζητούμε θέσεις εργασίας. Οι συσκευές αυτές έχουν αλλάξει το τοπίο της αναζήτησης εργασίας με διάφορους τρόπους, διευκολύνοντας τους αναζητούντες εργασία να βρίσκουν ευκαιρίες και τους εργοδότες να προσεγγίζουν τους δυνητικούς υποψηφίους. Σε αυτό το δοκίμιο, θα διερευνήσουμε τους τρόπους με τους οποίους τα smartphones και τα κινητά έχουν επηρεάσει την αναζήτηση εργασίας και θα συζητήσουμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα αυτής της αλλαγής.

Μία από τις σημαντικότερες επιπτώσεις των smartphones και των κινητών στην αναζήτηση εργασίας είναι η δυνατότητα αναζήτησης θέσεων εργασίας οπουδήποτε και οπουδήποτε. Οι αναζητούντες εργασία δεν χρειάζεται πλέον να είναι προσδεδεμένοι στον υπολογιστή τους για να αναζητήσουν ευκαιρίες απασχόλησης και μπορούν να έχουν πρόσβαση στις λίστες θέσεων εργασίας από τις κινητές

συσκευές τους ανά πάσα στιγμή. Αυτό σημαίνει ότι οι αναζητούντες εργασία μπορούν να αναζητούν θέσεις εργασίας κατά τη διάρκεια της μετακίνησής τους, κατά τη διάρκεια του μεσημεριανού τους διαλείμματος ή ακόμη και ενώ περιμένουν στην ουρά του παντοπωλείου. Αυτή η ευκολία έχει καταστήσει τη διαδικασία αναζήτησης εργασίας πιο προσιτή για άτομα που μπορεί να μην είχαν το χρόνο ή τους πόρους να αναζητήσουν θέσεις εργασίας με παραδοσιακές μεθόδους. Ένας άλλος τρόπος με τον οποίο τα smartphones και τα κινητά τηλέφωνα έχουν αλλάξει το τοπίο της αναζήτησης εργασίας είναι ότι διευκολύνουν τους αιτούντες εργασία να υποβάλουν αίτηση για θέσεις εργασίας. Με την άνοδο των εφαρμογών αναζήτησης θέσεων εργασίας μέσω κινητών τηλεφώνων, οι αναζητούντες εργασία μπορούν πλέον να υποβάλουν αίτηση για θέσεις εργασίας με λίγα μόνο κλικ στις κινητές συσκευές τους. Αυτές οι εφαρμογές επιτρέπουν στους χρήστες να ανεβάζουν το βιογραφικό τους σημείωμα και τη συνοδευτική τους επιστολή, να συμπληρώνουν φόρμες αιτήσεων και ακόμη και να προγραμματίζουν συνεντεύξεις απευθείας από τις κινητές τους συσκευές. Αυτό έχει εξορθολογήσει τη διαδικασία υποβολής αιτήσεων εργασίας, καθιστώντας την ταχύτερη και πιο βολική τόσο για τους αναζητούντες εργασία όσο και για τους εργοδότες.

Τα smartphones και τα κινητά τηλέφωνα έχουν επίσης αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο οι εργοδότες προσεγγίζουν τους δυνητικούς υποψηφίους. Με την άνοδο της κινητής πρόσληψης, οι εργοδότες μπορούν πλέον να προσεγγίσουν τους υποψηφίους μέσω εφαρμογών αναζήτησης εργασίας μέσω κινητών τηλεφώνων και πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό επιτρέπει στους εργοδότες να συνδέονται με τους υποψηφίους σε πραγματικό χρόνο, καθιστώντας τη διαδικασία πρόσληψης ταχύτερη και αποτελεσματικότερη. Η κινητή πρόσληψη έχει επίσης διευκολύνει τους εργοδότες να στοχεύουν συγκεκριμένους υποψηφίους με βάση την τοποθεσία, την εμπειρία και άλλους παράγοντες, γεγονός που μπορεί να εξοικονομήσει χρόνο και πόρους στη διαδικασία πρόσληψης (Nikolaou, 2014).

Ένας άλλος τρόπος με τον οποίο τα smartphones και τα κινητά έχουν επηρεάσει την αναζήτηση εργασίας είναι ότι διευκολύνουν τους αιτούντες εργασία να ερευνούν τους πιθανούς εργοδότες. Με την άνοδο των κινητών συσκευών, οι αναζητούντες εργασία μπορούν πλέον να έχουν πρόσβαση σε ιστότοπους εταιρειών, σελίδες μέσω κοινωνικής δικτύωσης και άλλους διαδικτυακούς πόρους για να μάθουν περισσότερα για πιθανούς εργοδότες. Αυτό επιτρέπει στους αναζητούντες εργασία να ερευνούν τις

εταιρείες πριν υποβάλουν αίτηση, γεγονός που μπορεί να τους βοηθήσει να διαπιστώσουν αν η εταιρεία είναι κατάλληλη γι' αυτούς. Επιτρέπει επίσης στους αναζητούντες εργασία να προετοιμαστούν για τις συνεντεύξεις μαθαίνοντας περισσότερα για την αποστολή, τις αξίες και την κουλτούρα της εταιρείας.

Ενώ τα smartphones και τα κινητά τηλέφωνα έχουν σίγουρα κάνει τη διαδικασία αναζήτησης εργασίας πιο βολική, υπάρχουν και κάποια μειονεκτήματα σε αυτή την αλλαγή. Ένα από τα κύρια μειονεκτήματα είναι ότι η αυξημένη ευκολία και προσβασιμότητα της αναζήτησης εργασίας μέσω κινητού μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένο ανταγωνισμό για τις θέσεις εργασίας. Με περισσότερους αναζητούντες εργασία να έχουν πρόσβαση σε καταχωρίσεις θέσεων εργασίας, οι εργοδότες ενδέχεται να λάβουν μεγαλύτερο όγκο αιτήσεων για κάθε θέση εργασίας, γεγονός που μπορεί να καταστήσει δυσκολότερο για μεμονωμένους υποψηφίους να ξεχωρίσουν από το πλήθος.

Ένα άλλο μειονέκτημα της αναζήτησης εργασίας μέσω κινητού είναι ότι μπορεί να είναι δύσκολο να δημιουργηθεί ένα επαγγελματικής εμφάνισης βιογραφικό σημείωμα και συνοδευτική επιστολή σε μια κινητή συσκευή. Ενώ οι εφαρμογές αναζήτησης εργασίας μέσω κινητού διευκολύνουν την υποβολή αιτήσεων για θέσεις εργασίας, ενδέχεται να μην παρέχουν το ίδιο επίπεδο προσαρμογής και επιλογών μορφοποίησης με έναν παραδοσιακό υπολογιστή. Αυτό μπορεί να δυσκολέψει τους αιτούντες εργασία να δημιουργήσουν μια αίτηση με επαγγελματική εμφάνιση, γεγονός που μπορεί να επηρεάσει τις πιθανότητές τους να επιλεγούν για συνέντευξη.

Συνολικά, τα smartphones και τα κινητά τηλέφωνα έχουν επηρεάσει σημαντικά το τοπίο της αναζήτησης εργασίας. Έκαναν τη διαδικασία αναζήτησης εργασίας πιο εύκολη και προσιτή για τους αναζητούντες εργασία και διευκόλυναν τους εργοδότες να συνδεθούν με πιθανούς υποψηφίους. Ωστόσο, υπάρχουν και κάποια μειονεκτήματα σε αυτή την αλλαγή, όπως ο αυξημένος ανταγωνισμός για τις θέσεις εργασίας και η δυσκολία δημιουργίας μιας επαγγελματικής εφαρμογής σε μια κινητή συσκευή. Παρά τις προκλήσεις αυτές, η άνοδος της αναζήτησης εργασίας μέσω κινητών τηλεφώνων είναι πιθανό να συνεχιστεί, και τόσο οι αναζητούντες εργασία όσο και οι εργοδότες θα πρέπει να προσαρμοστούν σε αυτό το νέο τοπίο. Ένας άλλος τρόπος με τον οποίο τα smartphones και τα κινητά τηλέφωνα έχουν αλλάξει το σκηνικό της αναζήτησης εργασίας είναι η αυξημένη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την αναζήτηση εργασίας. Οι αναζητούντες εργασία μπορούν να

χρησιμοποιούν πλατφόρμες όπως το LinkedIn, το Twitter και το Facebook για να αναζητήσουν θέσεις εργασίας, να συνδεθούν με υπεύθυνους προσλήψεων και διευθυντές προσλήψεων και να παρουσιάσουν τις δεξιότητες και την εμπειρία τους. Το LinkedIn, ειδικότερα, έχει γίνει μια δημοφιλής πλατφόρμα τόσο για τους αναζητούντες εργασία όσο και για τους υπεύθυνους προσλήψεων, με πάνω από 740 εκατομμύρια μέλη από το 2021.

Οι κινητές συσκευές έχουν διευκολύνει τους αναζητούντες εργασία να παραμένουν σε επαφή με πιθανούς εργοδότες και διευθυντές προσλήψεων. Με μερικά μόνο χτυπήματα στα smartphones ή ταμπλέτες τους, οι αναζητούντες εργασία μπορούν να στέλνουν μηνύματα, να παρακολουθούν αιτήσεις και να προγραμματίζουν συνεντεύξεις. Επιπλέον, οι κινητές συσκευές έχουν καταστήσει δυνατή την υποβολή αιτήσεων και βιογραφικών σημειωμάτων από τους αναζητούντες εργασία εν κινήσει, χωρίς να χρειάζονται πρόσβαση σε επιτραπέζιο υπολογιστή. Αυτό είναι ιδιαίτερα χρήσιμο για όσους αναζητούν εργασία και μπορεί να μην έχουν πρόσβαση σε υπολογιστή στο σπίτι ή βρίσκονται μεταξύ θέσεων εργασίας και πρέπει να υποβάλουν γρήγορα αίτηση ενώ βρίσκονται εν κινήσει.

Από την πλευρά των εργοδοτών, οι φορητές συσκευές έχουν επίσης διευκολύνει την ανάρτηση θέσεων εργασίας και την επικοινωνία με πιθανούς υποψηφίους. Πολλοί εργοδότες χρησιμοποιούν πλέον πίνακες εργασίας και πλατφόρμες προσλήψεων φιλικές προς τα κινητά για να προσεγγίσουν μια ευρύτερη δεξαμενή αναζητούντων εργασία. Επιπλέον, οι κινητές συσκευές επιτρέπουν στους υπεύθυνους προσλήψεων να εξετάζουν γρήγορα τις αιτήσεις και τα βιογραφικά εν κινήσει, καθιστώντας τη διαδικασία πρόσληψης πιο αποτελεσματική.

Ενώ υπάρχουν σίγουρα πολλά οφέλη από τη χρήση κινητών συσκευών για την αναζήτηση εργασίας, υπάρχουν επίσης ορισμένα πιθανά μειονεκτήματα που πρέπει να λάβετε υπόψη. Μια ανησυχία είναι η πιθανότητα απόσπασης της προσοχής. Με τόσες πολλές ειδοποιήσεις και περισπασμούς που έρχονται μέσω των συσκευών τους, οι αναζητούντες εργασία μπορεί να δυσκολευτούν να παραμείνουν συγκεντρωμένοι στην αναζήτηση εργασίας τους. Επιπλέον, η ευκολία υποβολής αιτήσεων για θέσεις εργασίας σε κινητές συσκευές μπορεί να οδηγήσει σε μεγαλύτερο όγκο αιτήσεων, γεγονός που μπορεί να καταστήσει πιο δύσκολο για τους αναζητούντες εργασία να ξεχωρίσουν από το πλήθος.

Ένα άλλο πιθανό μειονέκτημα είναι η έλλειψη προσωπικής σύνδεσης που μπορεί να προκύψει από τη χρήση κινητών συσκευών για την αναζήτηση εργασίας. Ενώ είναι σίγουρα δυνατή η σύνδεση με τους υπεύθυνους προσλήψεων και τους διευθυντές προσλήψεων μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των πλατφορμών ανταλλαγής μηνυμάτων, μπορεί να είναι δύσκολο να δημιουργηθεί μια ουσιαστική σύνδεση χωρίς προσωπική συνάντηση. Επιπλέον, οι κινητές συσκευές μπορεί να μην είναι τόσο αποτελεσματικές για τη δικτύωση όσο οι προσωπικές αλληλεπιδράσεις, οι οποίες μπορεί να είναι ζωτικής σημασίας για την οικοδόμηση σχέσεων και την πρόοδο στην καριέρα.

Συνολικά, είναι σαφές ότι τα smartphones και οι κινητές συσκευές έχουν επηρεάσει σημαντικά τη σκηνή της αναζήτησης εργασίας. Από την αυξημένη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την αναζήτηση εργασίας έως τη δυνατότητα υποβολής αιτήσεων για θέσεις εργασίας εν κινήσει, οι κινητές συσκευές έχουν καταστήσει τη διαδικασία αναζήτησης εργασίας πιο αποτελεσματική και προσιτή από ποτέ. Ωστόσο, είναι σημαντικό για τους αναζητούντες εργασία να χρησιμοποιούν τις συσκευές τους με σύνεση και να εξισορροπούν τα οφέλη της αναζήτησης εργασίας μέσω κινητών τηλεφώνων με τα πιθανά μειονεκτήματα. Με τον τρόπο αυτό, μπορούν να επωφεληθούν πλήρως από τις πολλές ευκαιρίες που προσφέρουν οι κινητές συσκευές στους αναζητούντες εργασία στη σημερινή ταχέως εξελισσόμενη αγορά εργασίας.

2.2 Κοινωνικά μέσα και απόκτηση πληροφοριών

Η εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει επηρεάσει σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα έχουν πρόσβαση και χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα, ιδίως σε σχέση με τα αποτελέσματα στην αγορά εργασίας. Ενώ οι παραδοσιακές επαφές δικτύου παραμένουν μια σημαντική πηγή πληροφοριών για την εργασία, οι ψηφιακές πλατφόρμες έχουν διευρύνει τις ευκαιρίες για τα άτομα να δημιουργούν και να διατηρούν δυναμικά δίκτυα και να εμπλέκονται συχνότερα με τους κοινωνικούς τους δεσμούς (Clark, Roberts et al, 2010).

Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν μια σειρά λειτουργιών που επιτρέπουν στους χρήστες να επικοινωνούν και να ανταλλάσσουν περιεχόμενο με άλλους, δημιουργώντας σημαντικές ευκαιρίες για την απόκτηση πληροφοριών και προσαρμοσμένου περιεχομένου (Brown, Thompson et al, 2011). Αυτό ισχύει

ιδιαίτερα για τους νέους, οι οποίοι είναι πιο πιθανό να είναι συνεχώς συνδεδεμένοι με τις πλατφόρμες κοινωνικών μέσων μέσω κινητών συσκευών (Anderson, 2003).

Εκτός από τη διευκόλυνση της απόκτησης πληροφοριών, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν επίσης ευκαιρίες για επανασύνδεση σχέσεων και αυξημένη ευαισθητοποίηση σχετικά με τις επαφές του δικτύου και τις δραστηριότητές τους. Συνολικά, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει ένα ζωτικής σημασίας εργαλείο για τα άτομα που επιδιώκουν να ενισχύσουν το κοινωνικό τους κεφάλαιο και να αποκτήσουν πρόσβαση σε νέες ευκαιρίες απασχόλησης.

Αν και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν αναμφίβολα διευρύνει τις δυνατότητες δικτύωσης και απόκτησης πληροφοριών, είναι σημαντικό να αναγνωρίσουμε ότι υπάρχουν πιθανά μειονεκτήματα στο να βασίζεται κανείς αποκλειστικά σε ψηφιακές πλατφόρμες για κοινωνικές και επαγγελματικές συνδέσεις. Μια μελέτη διαπίστωσε ότι ενώ η συχνή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σχετίζεται με αυξημένο κοινωνικό κεφάλαιο, συνδέεται επίσης με μειωμένη ευημερία και υψηλότερα επίπεδα άγχους και κατάθλιψης, ιδίως μεταξύ των νέων [23].

Επιπλέον, υπάρχουν ανησυχίες σχετικά με το ενδεχόμενο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να διαιωνίζουν τις υφιστάμενες κοινωνικές ανισότητες. Έρευνες έχουν δείξει ότι άτομα από περιθωριοποιημένες κοινότητες μπορεί να αντιμετωπίζουν εμπόδια στην πρόσβαση σε πλατφόρμες κοινωνικών μέσων, όπως η έλλειψη πρόσβασης στο διαδίκτυο ή δεξιοτήτων ψηφιακού γραμματισμού [24]. Επιπλέον, οι αλγόριθμοι των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να ενισχύσουν τις υπάρχουσες προκαταλήψεις και να δημιουργήσουν "θαλάμους ηχούς", περιορίζοντας την έκθεση σε διαφορετικές προοπτικές και διαιωνίζοντας τις υπάρχουσες ανισότητες.

Επομένως, ενώ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να αποτελέσουν ένα πολύτιμο εργαλείο για την επέκταση των κοινωνικών δικτύων και την πρόσβαση σε πληροφορίες, είναι σημαντικό να αναγνωρίζονται οι πιθανοί περιορισμοί και τα μειονεκτήματά τους. Είναι επίσης ζωτικής σημασίας να εργαστούμε προς την κατεύθυνση της διασφάλισης ισότιμης πρόσβασης στις ψηφιακές πλατφόρμες και της αντιμετώπισης ζητημάτων προκατάληψης και ανισότητας στους διαδικτυακούς χώρους.

2.3 Άτυποι διάυλοι πληροφόρησης για την αναζήτηση εργασίας

Σύμφωνα με τον Saks (2005, σ. 159), τα ανεπίσημα κανάλια πληροφόρησης για την αναζήτηση εργασίας αναφέρονται στις προσωπικές επαφές του προσωπικού δικτύου του αναζητούντος εργασία, όπως οι φίλοι, τα μέλη της οικογένειας και οι συνάδελφοι, και διαχωρίζονται από τα επίσημα κανάλια, όπως οι μηχανές αναζήτησης εργασίας ή τα γραφεία ευρέσεως εργασίας. Οι άτυποι διάυλοι πληροφόρησης για την αναζήτηση εργασίας αναφέρονται συχνά ως μέθοδοι αναζήτησης εργασίας "από στόμα σε στόμα" ή "με βάση τις συστάσεις" (Marsden, Hurlbert et al, 1988). Αυτά τα κανάλια βασίζονται στις προσωπικές σχέσεις και τα δίκτυα για την απόκτηση οδηγιών και ευκαιριών απασχόλησης. Οι αναζητούντες εργασία που αξιοποιούν τα προσωπικά τους δίκτυα μπορεί να επωφεληθούν από ένα υψηλότερο επίπεδο εμπιστοσύνης και αξιοπιστίας στα μάτια των δυνητικών εργοδοτών, καθώς έχουν παραπεμφθεί από μια αξιόπιστη πηγή.

Αντίθετα, οι επίσημοι διάυλοι πληροφόρησης για την αναζήτηση εργασίας αναφέρονται σε πιο δομημένες και απρόσωπες μεθόδους αναζήτησης εργασίας, όπως οι διαδικτυακές μηχανές αναζήτησης εργασίας, τα γραφεία προσλήψεων ή οι εκθέσεις εργασίας. Αυτά τα κανάλια μπορεί να είναι αποτελεσματικά στην παροχή ενός ευρέος φάσματος ευκαιριών απασχόλησης, αλλά μπορεί να μην παρέχουν το ίδιο επίπεδο προσωπικής σύνδεσης και εμπιστοσύνης με τα άτυπα κανάλια (Panel et al, 2015).

Έρευνες έχουν δείξει ότι οι αναζητούντες εργασία που χρησιμοποιούν άτυπους διαύλους πληροφόρησης για την αναζήτηση εργασίας τείνουν να έχουν καλύτερα αποτελέσματα όσον αφορά την ποιότητα της εργασίας και την ικανοποίηση σε σύγκριση με εκείνους που βασίζονται αποκλειστικά σε επίσημους διαύλους (Granovetter, 1995). Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι τα άτυπα κανάλια μπορούν να παρέχουν πρόσβαση σε κρυφές αγορές εργασίας που δεν διαφημίζονται δημοσίως, καθώς και εξατομικευμένες συμβουλές και υποστήριξη από αξιόπιστες πηγές.

Συνολικά, τόσο οι ανεπίσημοι όσο και οι επίσημοι διάυλοι πληροφόρησης για την αναζήτηση εργασίας έχουν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους και οι αναζητούντες εργασία μπορούν να επωφεληθούν από την αξιοποίηση και των δύο τύπων διαύλων για να μεγιστοποιήσουν την επιτυχία τους στην αναζήτηση εργασίας. Εκτός από την αξιοποίηση τόσο των άτυπων όσο και των επίσημων διαύλων πληροφόρησης για την αναζήτηση εργασίας, οι αναζητούντες εργασία θα πρέπει

επίσης να είναι προληπτικοί στη δημιουργία των προσωπικών τους δικτύων. Η ανάπτυξη ισχυρών σχέσεων με άτομα που έχουν γνώση του κλάδου ή της θέσης που τους ενδιαφέρει μπορεί να προσφέρει πολύτιμες γνώσεις και συστάσεις που μπορεί να οδηγήσουν σε νέες ευκαιρίες. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για όσους αναζητούν θέσεις εργασίας εισαγωγικού επιπέδου, καθώς μπορεί να είναι δύσκολο να αποκτήσουν πρόσβαση σε κρυφές αγορές εργασίας χωρίς ένα εδραιωμένο δίκτυο. Η οικοδόμηση ενός επαγγελματικού δικτύου μέσω της συμμετοχής σε εκδηλώσεις δικτύωσης, της ένταξης σε διαδικτυακές κοινότητες που σχετίζονται με τον κλάδο του ατόμου ή της αξιοποίησης πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης όπως το LinkedIn είναι το κλειδί για κάθε επιτυχημένη αναζήτηση εργασίας.

2.4 Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αναζήτηση εργασίας

Το τοπίο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της αναζήτησης εργασίας έχει υποστεί σημαντική μεταμόρφωση τα τελευταία χρόνια, με την άνοδο των διαφόρων πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης και την αυξανόμενη προβολή των διαδικτυακών επαγγελματικών κοινοτήτων. Σε αυτό το κεφάλαιο βιβλιογραφικής ανασκόπησης, εμβαθύνουμε στον τεράστιο όγκο ερευνών που διερευνούν τη διασταύρωση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της αναζήτησης εργασίας, εξετάζοντας τις διαφορετικές θεωρητικές προοπτικές, μεθοδολογικές προσεγγίσεις και εμπειρικά ευρήματα που ρίχνουν φως σε αυτό το σύνθετο και δυναμικό φαινόμενο (Careearc, 2021). Καθώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συνεχίζουν να εξελίσσονται και εμφανίζονται νέες πλατφόρμες, υπάρχει αυξανόμενο ενδιαφέρον για την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι αναζητούντες εργασία μπορούν να αξιοποιήσουν αυτά τα εργαλεία για να ενισχύσουν τις στρατηγικές αναζήτησης εργασίας τους. Για παράδειγμα, η πρόσφατη άνοδος του TikTok και του Clubhouse, τα οποία προσφέρουν νέους και μοναδικούς τρόπους ανταλλαγής περιεχομένου και δικτύωσης με άλλους, έχει προκαλέσει περιέργεια για το πώς αυτές οι πλατφόρμες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για επαγγελματικούς σκοπούς.

Καθώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συνεχίζουν να εξελίσσονται και νέες πλατφόρμες αναδύονται, υπάρχει αυξανόμενο ενδιαφέρον για την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι αναζητούντες εργασία μπορούν να αξιοποιήσουν αυτά τα εργαλεία για να ενισχύσουν τις στρατηγικές αναζήτησης εργασίας τους. Για παράδειγμα, η πρόσφατη άνοδος του TikTok και του Clubhouse, τα οποία

προσφέρουν νέους και μοναδικούς τρόπους ανταλλαγής περιεχομένου και δικτύωσης με άλλους, έχει προκαλέσει περιέργεια για το πώς αυτές οι πλατφόρμες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για επαγγελματικούς σκοπούς. Οι αναζητούντες εργασία μπορούν επίσης να χρησιμοποιήσουν αυτές τις πλατφόρμες για να παρουσιάσουν τις δεξιότητες και τις ικανότητές τους με ελκυστικό τρόπο, όπως δημιουργώντας σύντομα βίντεο που αποδεικνύουν την εμπειρία τους ή φιλοξενώντας εικονικές συνεδρίες ερωτήσεων και απαντήσεων με πιθανούς εργοδότες (Tufts et al.2014). Επιπλέον, μπορούν να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες δικτύωσης της πλατφόρμας για να συνδεθούν με τους υπεύθυνους προσλήψεων και τους διευθυντές προσλήψεων που μπορεί να μην αναζητούν ενεργά talέντα, αλλά θα μπορούσαν να ενδιαφερθούν για το προφίλ ενός υποψηφίου (Vriens, και van Ingen, 2017). Τέλος, οι αναζητούντες εργασία θα πρέπει να επωφεληθούν από διάφορες λειτουργίες, όπως η αναζήτηση με hashtag και οι στοχευμένες διαφημιστικές καμπάνιες, για να αυξήσουν την προβολή τους και να βρουν νέες ευκαιρίες.

Επιπλέον, η πανδημία COVID-19 έχει οδηγήσει σε αυξημένη εξάρτηση από την εξ αποστάσεως εργασία και την ηλεκτρονική επικοινωνία, τονίζοντας περαιτέρω τη σημασία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της ηλεκτρονικής δικτύωσης στη διαδικασία αναζήτησης εργασίας. Ως εκ τούτου, υπάρχει ανάγκη για έρευνα που να εξετάζει τον τρόπο με τον οποίο η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει αλλάξει ως απάντηση στην πανδημία, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο οι αναζητούντες εργασία μπορούν να χρησιμοποιήσουν αποτελεσματικά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να περιηγηθούν στις μοναδικές προκλήσεις της εξ αποστάσεως αναζήτησης εργασίας και της διαδικτυακής συνέντευξης.

Επιπλέον, η έρευνα θα πρέπει να διερευνήσει τον τρόπο με τον οποίο οι εργοδότες χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την πρόσληψη και τον έλεγχο δυνητικών υποψηφίων για εργασία κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Καθώς οι επιχειρήσεις προχωρούν σε απομακρυσμένες προσλήψεις, η κατανόηση του τρόπου με τον οποίο χρησιμοποιούν ψηφιακά εργαλεία, όπως το LinkedIn και το Twitter, θα είναι ζωτικής σημασίας για να βοηθήσουν τους αιτούντες εργασία να παραμείνουν ανταγωνιστικοί σε μια ολοένα και πιο ψηφιακή αγορά εργασίας. Επιπλέον, η έρευνα θα πρέπει να εξετάσει τον τρόπο με τον οποίο οι εργοδότες προσαρμόζουν τις στρατηγικές πρόσληψής τους για να διευκολύνουν τους απομακρυσμένους αναζητούντες εργασία, όπως η παροχή εικονικών ενημερωτικών συνεδριών και

διαδικτυακών σεμιναρίων. Τέλος, η έρευνα θα πρέπει να διερευνήσει την αποτελεσματικότητα των διαφορετικών προσεγγίσεων στη διαδικτυακή δικτύωση, προκειμένου να προσδιοριστεί ποια τακτική είναι πιο επιτυχής για τους αναζητούντες εργασία κατά τη διάρκεια αυτής της πρωτοφανούς περιόδου.

Επιπλέον, ενώ μεγάλο μέρος της υπάρχουσας βιβλιογραφίας έχει επικεντρωθεί στο ρόλο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη διαδικασία αναζήτησης εργασίας από την πλευρά των ατόμων που αναζητούν εργασία, υπάρχει αυξανόμενο ενδιαφέρον για την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους εργοδότες και τους υπεύθυνους προσλήψεων για την προσέλκυση και τον εντοπισμό δυνητικών υποψηφίων. Για παράδειγμα, η έρευνα έχει δείξει ότι οι εργοδότες χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να εξετάζουν τους υποψηφίους για εργασία και να αξιολογούν την καταλληλότητά τους για τον οργανισμό, υπογραμμίζοντας την ανάγκη οι αναζητούντες εργασία να διαχειρίζονται προσεκτικά την παρουσία τους στο διαδίκτυο και το προσωπικό τους σήμα.

Επιπλέον, καθώς οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης γίνονται ολοένα και πιο δημοφιλείς, οι εργοδότες αρχίζουν να τις χρησιμοποιούν ως πηγή πρόσληψης μέσω παραπομπών, επιτρέποντας στους εργαζόμενους να παραπέμπουν πιθανούς υποψηφίους στον οργανισμό. Αυτό έχει διαπιστωθεί ότι είναι ιδιαίτερα χρήσιμο στην πρόσληψη για θέσεις με εξειδικευμένες δεξιότητες ή θέσεις που απαιτούν εξειδικευμένες γνώσεις και εμπειρία. Επιπλέον, ορισμένες επιχειρήσεις έχουν αρχίσει να χρησιμοποιούν πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης όπως το LinkedIn, το Twitter και το Facebook για στοχευμένες διαφημιστικές καμπάνιες που επιτρέπουν στους υπεύθυνους προσλήψεων και στους εργοδότες να προσεγγίσουν μεγαλύτερο αριθμό ατόμων που αναζητούν εργασία γρήγορα και εύκολα.

Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης (SNS) είναι διαδικτυακές υπηρεσίες που επιτρέπουν στους χρήστες να κατασκευάζουν ατομικά προφίλ και να αλληλεπιδρούν με τις επαφές τους. Αυτές οι πλατφόρμες έχουν γίνει όλο και πιο δημοφιλείς, με πάνω από 158 διαφορετικά SNS διαθέσιμα προς χρήση. Αυτή η ποικιλία έχει καταστήσει δύσκολη τη γενίκευση της έρευνας για τα SNS και τη διατύπωση προβλέψεων (Hargittai, 2007). Ωστόσο, όλα αυτά τα δίκτυα μοιράζονται ένα κοινό χαρακτηριστικό: παρέχουν μια ορατή αναπαράσταση των δικτυακών συνδέσεων κάποιου. Μέσω αυτής της απεικόνισης, οι χρήστες μπορούν να υποβάλουν αιτήσεις

για θέσεις εργασίας, να δημιουργήσουν εγκρίσεις, να δουν τις συνδέσεις δικτύου πιθανών υποψηφίων, να αλληλεπιδράσουν με κοινούς φίλους και να φέρουν περισσότερα επιχειρήματα στις αποφάσεις πρόσληψης. Ο αντίκτυπος των SNS στη ζωή μας παρατηρείται καθημερινά σχεδόν σε όλους τους τομείς- προσφέρουν την ευκαιρία να οικοδομήσουμε κοινωνική ταυτότητα (Kwon & Wen, 2010) και να διαχειριστούμε τις εντυπώσεις (Hall, Pennington, & Lueders, 2014).

Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν στους χρήστες τη δυνατότητα να λαμβάνουν λεπτομερείς πληροφορίες για τις επαφές τους και να δημιουργούν διαδικτυακές σχέσεις (Beer, 2008- Kwon & Wen, 2010- Valenzuela et al., 2009). Σύμφωνα με τους Boyd και Ellison (2007), αυτές οι πλατφόρμες επιτρέπουν στα άτομα να κατασκευάσουν ένα δημόσιο ή ημι-δημόσιο προφίλ μέσα σε ένα περιορισμένο σύστημα, να συνδεθούν με άλλους χρήστες και να δουν τις συνδέσεις τους καθώς και εκείνες των άλλων στο σύστημα. Δύο βασικά στοιχεία των ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης είναι η ενίσχυση της κοινωνικής αλληλεπίδρασης και η προώθηση της διαπροσωπικής σύνδεσης.

2.5 Πλεονεκτήματα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην αναζήτηση εργασίας

Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως εργαλείο πρόσληψης παρουσιάζει τόσο πιθανά πλεονεκτήματα όσο και δυσκολίες για τους εργοδότες. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να επιταχύνουν τη διαδικασία πρόσληψης, να την καταστήσουν πιο αποτελεσματική και να δώσουν στους εργοδότες τη δυνατότητα να στοχεύουν και να προσλαμβάνουν υποψηφίους με υψηλά προσόντα. Μπορούν επίσης να παρέχουν πολύτιμες πρόσθετες πηγές πληροφοριών σχετικά με πιθανές ευκαιρίες απασχόλησης που μπορεί να μην έχουν συγκεντρωθεί μέσω παραδοσιακών μεθόδων. Επιπλέον, οι υποψήφιοι θα μπορούν να αποκτήσουν πιο ακριβείς γνώσεις σχετικά με τη θέση εργασίας, έχοντας πρόσβαση σε διάφορες πηγές πληροφοριών σχετικά με την επιχείρηση και έχοντας τη δυνατότητα να συναντηθούν με τους σημερινούς εργαζόμενους. ένα άλλο πιθανό πλεονέκτημα της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την πρόσληψη προσωπικού είναι ότι μπορεί να βοηθήσει τους εργοδότες να δημιουργήσουν ένα πιο ποικιλόμορφο και χωρίς αποκλεισμούς

εργατικό δυναμικό (Headworth, 2015). Οι πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπουν τη στοχευμένη διαφήμιση και την προσέγγιση υποεκπροσωπούμενων ομάδων, οι οποίες μπορεί να μην είχαν πρόσβαση σε ευκαιρίες απασχόλησης μέσω των παραδοσιακών μεθόδων πρόσληψης. Αυτό μπορεί να βοηθήσει τους εργοδότες να αξιοποιήσουν μια ευρύτερη δεξαμενή ταλέντων, να προωθήσουν την ποικιλομορφία και τη συμπερίληψη και να δημιουργήσουν μια ισχυρότερη και αποτελεσματικότερη ομάδα. Ωστόσο, είναι σημαντικό να διασφαλιστεί ότι η διαδικασία πρόσληψης είναι δίκαιη, αμερόληπτη και σύμφωνη με τους ισχύοντες νόμους και κανονισμούς. Οι εργοδότες θα πρέπει επίσης να έχουν υπόψη τους τις πιθανές ανησυχίες για την προστασία της ιδιωτικής ζωής και να διασφαλίζουν ότι είναι διαφανείς σχετικά με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη διαδικασία πρόσληψης (Sweeny, 2011).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει ένα ολοένα και πιο δημοφιλές εργαλείο για τους αιτούντες εργασία κατά την αναζήτηση εργασίας. Τα τελευταία χρόνια, πολυάριθμες μελέτες έχουν αναδείξει τα πλεονεκτήματα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην αναζήτηση εργασίας. Η παρούσα βιβλιογραφική ανασκόπηση θα διερευνήσει ορισμένα από τα πλεονεκτήματα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην αναζήτηση εργασίας, συμπεριλαμβανομένης της ευρύτερης εμβέλειας, της δυνατότητας σύνδεσης με τους εργοδότες, της πρόσβασης σε κενές θέσεις εργασίας, της συλλογής πληροφοριών και της αυξημένης προβολής (Arjomandy, 2016).

Ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην αναζήτηση εργασίας είναι η ευρύτερη εμβέλεια που παρέχουν. Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, όπως το LinkedIn, το Twitter και το Facebook, επιτρέπουν στους αναζητούντες εργασία να συνδεθούν με ένα τεράστιο δίκτυο ανθρώπων, συμπεριλαμβανομένων φίλων, μελών της οικογένειας, συναδέλφων και γνωστών. Αυτές οι συνδέσεις μπορούν να αξιοποιηθούν για την πρόσβαση σε ένα ευρύτερο φάσμα ευκαιριών απασχόλησης, καθώς τα άτομα στο δίκτυο ενός ατόμου που αναζητά εργασία μπορεί να γνωρίζουν θέσεις εργασίας που δεν προκηρύσσονται αλλού.

Ένα άλλο πλεονέκτημα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην αναζήτηση εργασίας είναι η δυνατότητα σύνδεσης με τους εργοδότες. Πολλοί εργοδότες χρησιμοποιούν τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης για να προωθήσουν το εμπορικό τους σήμα, να δημοσιεύσουν θέσεις εργασίας και να επικοινωνήσουν με πιθανούς υποψηφίους. Οι

αναζητούντες εργασία μπορούν να χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να ακολουθούν τις εταιρείες που τους ενδιαφέρουν, να μαθαίνουν περισσότερα για την εταιρική τους κουλτούρα και να επικοινωνούν με διευθυντές προσλήψεων και υπεύθυνους προσλήψεων. Αυτός μπορεί να είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος για να οικοδομήσουν σχέσεις με πιθανούς εργοδότες και να ξεχωρίσουν από τους άλλους υποψηφίους.

Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν επίσης στους αναζητούντες εργασία πρόσβαση σε κενές θέσεις εργασίας. Πολλές εταιρείες δημοσιεύουν θέσεις εργασίας στους λογαριασμούς τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, διευκολύνοντας τους αιτούντες εργασία να υποβάλουν αίτηση απευθείας από την πλατφόρμα. Επιπλέον, οι μηχανές αναζήτησης θέσεων εργασίας, όπως η Indeed και η Glassdoor, επιτρέπουν στους αναζητούντες εργασία να αναζητούν θέσεις εργασίας σε πολλαπλές πλατφόρμες, συμπεριλαμβανομένων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Οι αναζητούντες εργασία μπορούν επίσης να χρησιμοποιήσουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να δικτυωθούν με επαγγελματίες του κλάδου τους. Το LinkedIn είναι μια εξαιρετική πλατφόρμα για τη σύνδεση με υπεύθυνους προσλήψεων και διευθυντές προσλήψεων, καθώς και με άλλους επαγγελματίες του ίδιου τομέα. Με τη δικτύωση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι αναζητούντες εργασία μπορούν να μάθουν για νέες ευκαιρίες απασχόλησης, να αποκτήσουν πολύτιμες γνώσεις για τον κλάδο και να βρουν μέντορες που μπορούν να τους βοηθήσουν να προχωρήσουν στην καριέρα τους.

Η συλλογή πληροφοριών είναι ένα άλλο πλεονέκτημα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην αναζήτηση εργασίας. Οι αναζητούντες εργασία μπορούν να χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να ερευνήσουν τις εταιρείες που τους ενδιαφέρουν, να μάθουν περισσότερα για τις τάσεις και τις εξελίξεις στον κλάδο και να συνδεθούν με άλλους επαγγελματίες στον τομέα τους. Οι πληροφορίες αυτές μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προετοιμασία για συνεντεύξεις, την προσαρμογή των αιτήσεων εργασίας και την ενημέρωση για τις αλλαγές στην αγορά εργασίας.

Επιπλέον, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να αυξήσουν την προβολή ενός ατόμου που αναζητά εργασία σε πιθανούς εργοδότες. Ένα καλά σχεδιασμένο προφίλ στο LinkedIn ή ένας επαγγελματικός λογαριασμός στο Twitter μπορεί να αναδείξει τις δεξιότητες και την εμπειρία ενός ατόμου που αναζητά εργασία, καθιστώντας το

πιο ελκυστικό για τους διευθυντές προσλήψεων και τους υπεύθυνους προσλήψεων. Επιπλέον, η επικοινωνία με άλλους επαγγελματίες και η ανταλλαγή περιεχομένου σχετικού με τον κλάδο μπορεί να καθιερώσει έναν υποψήφιο για εργασία ως ηγέτη στον τομέα του, αυξάνοντας την προβολή και την αξιοπιστία του.

Τέλος, οι αιτούντες εργασία θα πρέπει να χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να δικτυωθούν με επαγγελματίες του κλάδου και να οικοδομήσουν σχέσεις. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να συνδεθείτε με πιθανούς εργοδότες, υπεύθυνους προσλήψεων και διευθυντές προσλήψεων. Συμμετέχοντας σε συζητήσεις και συνδεόμενοι με σχετικούς ανθρώπους σε πλατφόρμες όπως το LinkedIn ή το Twitter, οι αναζητούντες εργασία μπορούν να αυξήσουν την προβολή τους και να αποδείξουν τη γνώση τους για τον κλάδο. Επιπλέον, η δικτύωση μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να βοηθήσει τους αναζητούντες εργασία να μάθουν για νέες ευκαιρίες πριν αυτές αναρτηθούν στο διαδίκτυο ή διαφημιστούν δημόσια.

Εν κατακλείδι, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν πολλά πλεονεκτήματα στους αναζητούντες εργασία κατά την αναζήτηση εργασίας. Τα πλεονεκτήματα αυτά περιλαμβάνουν ευρύτερη εμβέλεια, δυνατότητα σύνδεσης με εργοδότες, πρόσβαση σε κενές θέσεις εργασίας, συλλογή πληροφοριών και αυξημένη προβολή. Καθώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συνεχίζουν να εξελίσσονται, είναι πιθανό ότι η σημασία τους στην αναζήτηση εργασίας θα συνεχίσει να αυξάνεται.

2.6 Παγίδες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην αναζήτηση εργασίας

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να αποτελέσουν ένα ισχυρό εργαλείο για όσους αναζητούν εργασία, αλλά είναι σημαντικό να γνωρίζουν τις πιθανές παγίδες που μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά την αναζήτηση εργασίας. Σε αυτή τη βιβλιογραφική ανασκόπηση, θα διερευνήσουμε ορισμένες από τις συνήθεις παγίδες που πρέπει να αποφεύγονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά την αναζήτηση εργασίας, συμπεριλαμβανομένης της ανάρτησης ακατάλληλου περιεχομένου, αρνητικών σχολίων για εργοδότες ή συναδέλφους, υπερβολικά προσωπικών πληροφοριών και ασυνεπών ή ανακριβών πληροφοριών (Lofrisco, 2012).

Μία από τις σημαντικότερες παγίδες που πρέπει να αποφύγετε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά την αναζήτηση εργασίας είναι η ανάρτηση ακατάλληλου περιεχομένου (Wanberg, κα,2000). Οι αναζητούντες εργασία θα πρέπει να γνωρίζουν ότι οι δυνητικοί εργοδότες ενδέχεται να εξετάσουν τα προφίλ τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στο πλαίσιο της διαδικασίας πρόσληψης και οποιοδήποτε ακατάλληλο περιεχόμενο μπορεί να αποτελέσει κόκκινο πανί. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την ανάρτηση προσβλητικών ή αμφιλεγόμενων απόψεων, τη χρήση ακατάλληλης γλώσσας ή εικόνων ή την κοινοποίηση περιεχομένου που είναι ασεβές ή μεροληπτικό (Clark, Roberts et al, 2010). Ακόμη και αν αυτό το περιεχόμενο έχει αναρτηθεί σε προσωπικούς λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μπορεί να είναι προσβάσιμο από δυνητικούς εργοδότες και μπορεί να επηρεάσει την αντίληψή τους για τον υποψήφιο για εργασία.

Τα αρνητικά σχόλια για τους εργοδότες ή τους συναδέλφους είναι μια άλλη παγίδα που πρέπει να αποφύγετε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά τη διάρκεια της αναζήτησης εργασίας. Δεν είναι ασυνήθιστο για όσους αναζητούν εργασία να εκτονώνουν την απογοήτευσή τους για τους τρέχοντες ή προηγούμενους εργοδότες ή συναδέλφους τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Deloitte Consulting, 2014). Ωστόσο, αυτό μπορεί να αποτελέσει κόκκινο πανί για τους πιθανούς εργοδότες, οι οποίοι μπορεί να θεωρήσουν αυτή τη συμπεριφορά αντιεπαγγελματική και ενδεικτική αρνητικής στάσης ή κακής εργασιακής ηθικής. Οι αναζητούντες εργασία θα πρέπει να αποφεύγουν να δημοσιεύουν αρνητικά σχόλια για τους εργοδότες ή τους συναδέλφους τους και αντ' αυτού να επικεντρώνονται στην ανάδειξη των θετικών χαρακτηριστικών και των επιτευγμάτων τους (Van Hove, Saks et al, 2008).

Μια άλλη παγίδα που πρέπει να αποφεύγετε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά την αναζήτηση εργασίας είναι να μοιράζεστε υπερβολικά προσωπικές πληροφορίες. Οι αναζητούντες εργασία θα πρέπει να γνωρίζουν ότι οι δυνητικοί εργοδότες μπορούν να δουν τα προφίλ τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η κοινοποίηση προσωπικών πληροφοριών που δεν είναι σχετικές με την αναζήτηση εργασίας μπορεί να αποτελέσει κόκκινο πανί. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την κοινοποίηση προσωπικών λεπτομερειών σχετικά με την οικογενειακή τους ζωή, τις πολιτικές ή θρησκευτικές πεποιθήσεις ή άλλες ευαίσθητες πληροφορίες. Οι αναζητούντες εργασία θα πρέπει να αποφεύγουν να μοιράζονται υπερβολικά προσωπικές πληροφορίες στα προφίλ τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και, αντίθετα, να

επικεντρώνονται στην προβολή των επαγγελματικών τους δεξιοτήτων και της εμπειρίας τους (Nicholson, 1985).

Οι ασυνεπείς ή ανακριβείς πληροφορίες είναι μια άλλη παγίδα που πρέπει να αποφύγετε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά την αναζήτηση εργασίας. Οι αναζητούντες εργασία θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι οι πληροφορίες στο προφίλ τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συνάδουν με το βιογραφικό τους σημείωμα και άλλο επαγγελματικό υλικό. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει το επαγγελματικό τους ιστορικό, την εκπαίδευσή τους και άλλες σχετικές λεπτομέρειες. Επιπλέον, οι αναζητούντες εργασία θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι τα προφίλ τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ακριβή και ενημερωμένα, καθώς οι δυνητικοί εργοδότες ενδέχεται να θεωρήσουν τις ξεπερασμένες ή ανακριβείς πληροφορίες ως κόκκινο πανί (Muduli, Trivedi et al, 2020).

Εν κατακλείδι, υπάρχουν αρκετές κοινές παγίδες που πρέπει να αποφεύγονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά την αναζήτηση εργασίας. Αυτές περιλαμβάνουν τη δημοσίευση ακατάλληλου περιεχομένου, αρνητικών σχολίων για εργοδότες ή συναδέλφους, υπερβολικά προσωπικών πληροφοριών και ασυνεπών ή ανακριβών πληροφοριών. Οι αναζητούντες εργασία θα πρέπει να γνωρίζουν ότι οι δυνητικοί εργοδότες ενδέχεται να εξετάσουν τα προφίλ τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στο πλαίσιο της διαδικασίας πρόσληψης και θα πρέπει να λαμβάνουν μέτρα για να διασφαλίσουν ότι τα προφίλ τους τους παρουσιάζουν με θετικό και επαγγελματικό τρόπο. Αποφεύγοντας αυτές τις συνήθεις παγίδες, οι αναζητούντες εργασία μπορούν να αξιοποιήσουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προς όφελός τους κατά την αναζήτηση εργασίας.

2.7 Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης παρέχει στους χρήστες την ευκαιρία να παρουσιάσουν τον εαυτό τους με θετικό τρόπο και να αποδείξουν τα προσόντα, τις δεξιότητες, τις γνώσεις και την εμπειρία τους. Οι άνθρωποι εντάσσονται σε εικονικές κοινότητες και χρησιμοποιούν τα SNS για να κερδίσουν την αποδοχή και την έγκριση των άλλων χρηστών, ενώ παράλληλα ενισχύουν την κοινωνική τους θέση μέσα στην κοινότητα. Η αυτοπροβολή αποτελεί επομένως σημαντικό μέρος της αυτοπαρουσίασης, καθώς επιτρέπει στους ανθρώπους να προβάλλουν τον εαυτό τους

με τρόπο που δεν μπορούν να κάνουν τα παραδοσιακά βιογραφικά σημειώματα (Montuschi, et al, 2014).

Η αυτοαποκάλυψη αποτελεί κρίσιμο στοιχείο της αυτοπαρουσίασης στους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης (SNS). Περιλαμβάνει την αποκάλυψη πληροφοριών για τον εαυτό μας σε άλλους και χρησιμοποιείται για τη δημιουργία και τη διατήρηση κοινωνικών συνδέσεων. Οι άνθρωποι συνήθως προσπαθούν να παρουσιάσουν τον εαυτό τους με θετικό τρόπο και χρησιμοποιούν διάφορες στρατηγικές για να ενισχύσουν την κοινωνική τους εικόνα.

Η αυτοπροβολή είναι μια άλλη σημαντική πτυχή της αυτοπαρουσίασης στα SNS. Οι χρήστες μπορούν να προβάλλουν τις δεξιότητες, τις γνώσεις και την εμπειρία τους με δυναμικό τρόπο που δεν είναι δυνατός μέσω μιας παραδοσιακής μορφής βιογραφικού σημειώματος. Ορισμένοι χρήστες μπορεί να επιδίδονται σε ρητή αυτοπροβολή, ενώ άλλοι μπορεί να χρησιμοποιούν σιωπηρές προσεγγίσεις, όπως η επιλογή των συζητήσεων, των όρων και των τρόπων συμπεριφοράς.

Η χρήση των SNS μπορεί επίσης να υποστηρίξει θετικές ψυχοκοινωνικές συμπεριφορές όπως η αυτοπροβολή και η αυτοαποκάλυψη. Η αναζήτηση αναγνώρισης από τους άλλους αποτελεί σημαντική κινητήρια δύναμη για την ένταξη σε εικονικές κοινότητες και τη χρήση των SNS. Οι χρήστες μπορούν να αποκτήσουν αξία από την αποδοχή και την έγκριση από άλλους χρήστες SNS και την ενίσχυση της κοινωνικής τους θέσης στην κοινότητά τους (Karim et al, 2015).

Συνολικά, η αυτοαποκάλυψη και η αυτοπροβολή αποτελούν βασικά συστατικά της αυτοπαρουσίασης στα SNS και μπορούν να συμβάλουν σε θετικά ψυχοκοινωνικά αποτελέσματα για τους χρήστες.

Η αυτοαποκάλυψη και η αυτοπροβολή είναι βασικές πτυχές της συμπεριφοράς των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που μπορούν να συμβάλουν σε θετικά ψυχοκοινωνικά αποτελέσματα για τους χρήστες. Η αυτοαποκάλυψη αναφέρεται στη διαδικασία αποκάλυψης πληροφοριών για τον εαυτό μας σε άλλους, η οποία μπορεί να βοηθήσει στη δημιουργία και διατήρηση κοινωνικών συνδέσεων στα SNS. Επιτρέπει στα άτομα να εκφράζουν τα συναισθήματα, τις σκέψεις και τις πεποιθήσεις τους, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη αυτογνωσία και συναισθηματική έκφραση.

Η αυτοπροβολή, από την άλλη πλευρά, είναι η διαδικασία προβολής των δεξιοτήτων, των γνώσεων και της εμπειρίας κάποιου στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Μπορεί να λάβει πολλές μορφές, όπως η κοινοποίηση επαγγελματικών επιτευγμάτων,

προσωπικών επιτευγμάτων και θετικών εμπειριών. Οι χρήστες μπορούν να χρησιμοποιήσουν την αυτοπροβολή για να βελτιώσουν την κοινωνική τους εικόνα, να κερδίσουν την αναγνώριση από τους άλλους και να ενισχύσουν την κοινωνική τους θέση στην κοινότητά τους.

Οι πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν στους χρήστες μια μοναδική ευκαιρία να αλληλεπιδρούν με άλλους και να εκφράζονται με τρόπους που δεν είναι δυνατοί στις πρόσωπο με πρόσωπο αλληλεπιδράσεις. Τα SNS μπορούν να βοηθήσουν τα άτομα να αναπτύξουν και να διατηρήσουν σχέσεις με άλλους, να αυξήσουν την κοινωνική υποστήριξη και να προωθήσουν τη θετική αυτοεκτίμηση.

Επιπλέον, η αναζήτηση αναγνώρισης από τους άλλους αποτελεί σημαντική κινητήρια δύναμη για την ένταξη σε εικονικές κοινότητες και τη χρήση των SNS. Οι χρήστες μπορούν να αποκτήσουν αξία από την αποδοχή και την έγκριση άλλων χρηστών SNS και την ενίσχυση της κοινωνικής τους θέσης στην κοινότητά τους. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε μια αίσθηση του ανήκει, σε αυξημένη αυτοεκτίμηση και σε συνολική ευημερία.

Συμπερασματικά, η αυτοαποκάλυψη και η αυτοπροβολή αποτελούν βασικά συστατικά της αυτοπαρουσίας στα SNS και μπορούν να συμβάλουν σε θετικά ψυχοκοινωνικά αποτελέσματα για τους χρήστες. Οι πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν στα άτομα μια μοναδική ευκαιρία να εκφραστούν και να συνδεθούν με άλλους, γεγονός που μπορεί να προάγει τη θετική αυτοεκτίμηση και τη συνολική ευημερία.

2.8 Διασυνδεσιμότητα

Οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης για να συνδεθούν με άλλους, να διατηρήσουν τις υπάρχουσες διαπροσωπικές τους σχέσεις και να ικανοποιήσουν την ανάγκη τους να ανήκουν σε κάτι μεγαλύτερο από τον εαυτό τους. Τα ονόματα που δίνονται σε αυτά τα είδη σχέσεων μπορεί να διαφέρουν από ιστότοπο σε ιστότοπο, αλλά οι "Φίλοι", οι "Επαφές" και οι "Θαυμαστές" είναι τρία από τα πιο συνηθισμένα παραδείγματα. Οι άνθρωποι συνδέονται στους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης για μια ευρεία ποικιλία λόγων, μερικοί από τους οποίους μπορεί να περιλαμβάνουν τη συμμετοχή σε κοινωνική αλληλεπίδραση και επικοινωνία, τη δημιουργία συνδέσεων με άλλα άτομα και την έναρξη και διατήρηση

επαφών με άλλα άτομα (Muduli, Trivedi et al, 2020). Τα SNS μπορούν να αυξήσουν τον αριθμό των δεσμών μεταξύ των ατόμων καθώς και την ισχύ αυτών των δεσμών, και μπορούν να παρέχουν χρήσιμα ψηφιακά περιβάλλοντα που καθιστούν απλή την καταγραφή και τη διάδοση πληροφοριών. Επιπλέον, οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook και το LinkedIn, χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο στον τομέα της απόκτησης προσωπικού (Verhaeghe et al, 2015).

Άνθρωποι από όλο τον κόσμο στρέφονται ολοένα και περισσότερο στους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης ως συνήθη μέθοδο επικοινωνίας και σύνδεσης. Αυτοί οι ιστότοποι προσφέρουν στους χρήστες ένα χώρο στον οποίο μπορούν να ξεκινήσουν και να διατηρήσουν σχέσεις με άτομα που βρίσκονται σε άλλα μέρη του κόσμου, ανεξάρτητα από τη μεταξύ τους φυσική απόσταση. Οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να δημιουργούν προφίλ, να μοιράζονται πληροφορίες για τον εαυτό τους και να αλληλεπιδρούν με άλλους χρήστες μέσω μιας ποικιλίας λειτουργιών όπως η αποστολή μηνυμάτων, ο σχολιασμός και το "like" στις αναρτήσεις άλλων χρηστών.

Ένα από τα κύρια πλεονεκτήματα των ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης είναι η ικανότητά τους να βοηθούν τα άτομα να διατηρούν τις σχέσεις που έχουν μεταξύ τους. Μπορεί να είναι δύσκολο να διατηρήσει κανείς τις σχέσεις του με στενούς φίλους και μέλη της οικογένειας στον ταχέως εξελισσόμενο κόσμο που ζούμε σήμερα. Οι χρήστες των ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης, από την άλλη πλευρά, είναι σε θέση να διατηρούν σχέσεις μεταξύ τους και να παραμένουν ενήμεροι για τη ζωή όσων ανήκουν στο κοινωνικό τους δίκτυο (Neaz Mujeri, 2020). Αυτό έχει τη δυνατότητα να κάνει τους ανθρώπους να αισθάνονται περισσότερο συνδεδεμένοι με τους ανθρώπους γύρω τους, γεγονός που με τη σειρά του μπορεί να συμβάλει στη συνολική αίσθηση της ευημερίας τους.

Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης μπορούν επίσης να αποτελέσουν έναν αποτελεσματικό τρόπο για να ικανοποιήσουν τα άτομα την ανάγκη τους να ανήκουν. Οι άνθρωποι είναι κοινωνικά πλάσματα και έχουμε μια θεμελιώδη επιθυμία να ανήκουμε σε μια ομάδα ή κοινότητα. Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν έναν τρόπο στα άτομα να συνδεθούν με ομοϊδεάτες τους και να δημιουργήσουν ουσιαστικές σχέσεις (Anderson, 2003).. Αυτό μπορεί να είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τα άτομα που είναι νέα σε μια πόλη ή που δυσκολεύονται να κάνουν φίλους από κοντά.

Εκτός από τα κοινωνικά τους οφέλη, οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει επίσης ένα σημαντικό εργαλείο για τους επαγγελματίες. Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης όπως το LinkedIn χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο στον τομέα της πρόσληψης προσωπικού. Οι εργοδότες μπορούν να χρησιμοποιούν αυτούς τους ιστότοπους για να βρίσκουν δυνητικούς υποψηφίους και να μαθαίνουν περισσότερα για τα προσόντα και την εμπειρία τους. Ομοίως, οι αιτούντες εργασία μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτούς τους ιστότοπους για να συνδεθούν με πιθανούς εργοδότες και να παρουσιάσουν τις δεξιότητες και την εμπειρία τους (Bicky, Kwok et al, 2011). Συνολικά, οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει σημαντικό μέρος της σύγχρονης ζωής. Παρέχουν έναν τρόπο στα άτομα να συνδέονται με άλλους, να διατηρούν σχέσεις και να ικανοποιούν την ανάγκη τους να ανήκουν. Καθώς οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης συνεχίζουν να εξελίσσονται, είναι πιθανό να αποτελέσουν ακόμη πιο σημαντικό εργαλείο επικοινωνίας, σύνδεσης και επαγγελματικής ανάπτυξης.

2.9 Covid-19 και ψηφιακές προσλήψεις

Η πανδημία που προκλήθηκε από τον ιό COVID-19 είχε σημαντικές επιπτώσεις στην οικονομία ολόκληρου του κόσμου, με αποτέλεσμα εκτεταμένες απώλειες θέσεων εργασίας και κλείσιμο επιχειρήσεων. Ως άμεσο αποτέλεσμα αυτού του γεγονότος, πολλές εταιρείες έχουν αρχίσει να χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως μορφή ηλεκτρονικής πρόσληψης, γεγονός που ωφελεί τόσο τους αναζητούντες εργασία όσο και τις επιχειρήσεις. Στην παρούσα μελέτη, διερευνούμε πώς η πανδημία επηρέασε τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως εργαλείο προσλήψεων, καθώς και τις δυσκολίες και τις δυνατότητες που αυτό παρουσιάζει.

Ακόμη και πριν από την πανδημία, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κέρδιζαν γρήγορα έδαφος ως αποτελεσματική μέθοδος απόκτησης προσωπικού. Η πανδημία, από την άλλη πλευρά, επιτάχυνε αυτή την τάση, επειδή οι επιχειρήσεις αναγκάζονται να μεταφέρουν τις διαδικασίες πρόσληψής τους στο διαδίκτυο. Σύμφωνα με έκθεση που δημοσίευσε το LinkedIn, ως απάντηση στην πανδημία, το εξήντα τοις εκατό των επιχειρήσεων αύξησαν τη χρήση εικονικών εργαλείων πρόσληψης. Εξαιτίας αυτού, έχει αυξηθεί η δραστηριότητα που σχετίζεται με την πρόσληψη σε πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως το LinkedIn, το Twitter, το Facebook και το

Instagram, με περισσότερες δημοσιεύσεις θέσεων εργασίας και μεγαλύτερη εμπλοκή των υποψηφίων σε αυτούς τους ιστότοπους.

Όταν χρησιμοποιούνται ως εργαλείο για την πρόσληψη προσωπικού, ένα από τα κύρια οφέλη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι η εμβέλεια που παρέχουν. Επειδή οι πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν δισεκατομμύρια ενεργούς χρήστες, είναι απλό για τις επιχειρήσεις να επικοινωνούν με ένα μεγάλο κοινό που αποτελείται από υποψήφιους εργαζόμενους και πελάτες. Επιπλέον, οι εργοδότες μπορούν να στοχεύουν συγκεκριμένα κοινά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με βάση τίτλους εργασίας, τοποθεσίες, ενδιαφέροντα και άλλα κριτήρια, καθιστώντας ευκολότερη την προσέλκυση υποψηφίων που ταιριάζουν στη θέση εργασίας.

Η οικονομική αποδοτικότητα της πρόσληψης μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα ακόμη πλεονέκτημα αυτής της μεθόδου. Σε σύγκριση με τις πιο παραδοσιακές μεθόδους, όπως οι αγγελίες σε εφημερίδες ή οι πίνακες εργασίας, το κόστος της δημοσίευσης θέσεων εργασίας σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης είναι συνήθως χαμηλότερο. Αυτό είναι εξαιρετικά σημαντικό για τις νεοϊδρυθείσες νεοσύστατες επιχειρήσεις και τις μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες ενδέχεται να έχουν περιορισμένους οικονομικούς πόρους για τη διαδικασία πρόσληψης.

Ωστόσο, η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως εργαλείο πρόσληψης δεν είναι χωρίς δυσκολίες. Ο τεράστιος αριθμός των αιτήσεων εργασίας που μπορεί να λάβει μια εταιρεία είναι ένα από τα πιο δύσκολα εμπόδια που πρέπει να ξεπεραστούν. Οι αναζητούντες εργασία έχουν πλέον τη δυνατότητα να υποβάλλουν τις αιτήσεις τους για πολλές ανοιχτές θέσεις εργασίας με λίγα μόνο κλικ χάρη στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ως συνέπεια αυτού, οι επιχειρήσεις μπορεί να βρεθούν κατακλυσμένες από αιτήσεις, γεγονός που καθιστά δύσκολο να τις κοσκινίσουν και να εντοπίσουν τα άτομα που θα αποτελούσαν τους καλύτερους υπαλλήλους.

Ένα άλλο εμπόδιο που πρέπει να ξεπεραστεί είναι η πιθανότητα διακρίσεων κατά τη διαδικασία πρόσληψης. Οι αλγόριθμοι που χρησιμοποιούνται από τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης μπορεί, ακούσια, να ενισχύσουν τις υπάρχουσες προκαταλήψεις, όπως η φυλετική ή η έμφυλη προκατάληψη, δίνοντας σε ορισμένους τύπους υποψηφίων μεγαλύτερη βαρύτητα από άλλους. Επιπλέον, οι προσωπικές πληροφορίες που περιέχονται στα προφίλ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

ενδέχεται να συμβάλλουν στην ανάπτυξη ασυνείδητων προκαταλήψεων κατά τη διαδικασία πρόσληψης.

Παρά τα εμπόδια αυτά, η πρόσληψη μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αποτελεί σημαντική ευκαιρία για τις επιχειρήσεις, καθώς και για τα άτομα που αναζητούν εργασία. Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τις επιχειρήσεις μπορεί να διευκολύνει την πρόσληψη μιας πιο ποικιλόμορφης δεξαμενής υποψηφίων, την εξοικονόμηση χρόνου και χρημάτων και τον εξορθολογισμό της διαδικασίας πρόσληψης. Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να ανοίξει πόρτες σε ευκαιρίες απασχόλησης για άτομα που αναζητούν εργασία, αλλά μπορεί να μην το έχουν καταφέρει με πιο συμβατικά μέσα. Τους δίνει επίσης την ευκαιρία να προβάλουν τα προσόντα και τις εμπειρίες τους με πρωτότυπο τρόπο.

Συμπερασματικά, η πανδημία του Covid-19 έχει αυξήσει τον ρυθμό με τον οποίο οι επιχειρήσεις και οι αναζητούντες εργασία χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως μια μορφή ψηφιακής λύσης πρόσληψης. Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως εργαλείο πρόσληψης παρουσιάζει ορισμένες προκλήσεις-ωστόσο, τα πλεονεκτήματα της πλατφόρμας όσον αφορά την εμβέλεια και την αποδοτικότητα καθιστούν την πλατφόρμα ελκυστική επιλογή για τις επιχειρήσεις που βρίσκονται στην αγορά για νέους υπαλλήλους. Είναι πιθανό ότι τα επόμενα χρόνια η πρακτική της πρόσληψης υποψηφίων μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης θα γίνει ακόμη πιο διαδεδομένη, καθώς οι πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης συνεχίζουν να εξελίσσονται.

2.10 Πρόσληψη και κοινωνικά μέσα

Οι εργοδότες που θέλουν να αποκτήσουν εξειδικευμένα talέντα και να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά εργασίας στρέφονται όλο και περισσότερο στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις διαδικασίες πρόσληψης και επιλογής. Η τάση αυτή έχει γίνει όλο και πιο δημοφιλής τα τελευταία χρόνια. Οι εργοδότες έχουν πλέον τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να επιταχύνουν τη διαδικασία πρόσληψης, να την κάνουν πιο αποτελεσματική και να στοχεύουν και να προσλαμβάνουν υποψηφίους με υψηλά προσόντα. Επιπλέον, οι πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να

δώσουν στα άτομα που αναζητούν εργασία πρόσβαση σε χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με πιθανές κενές θέσεις εργασίας, καθώς και την ευκαιρία να δικτυωθούν με άτομα που απασχολούνται σήμερα στην εταιρεία και να αποκτήσουν μια πιο ακριβή εικόνα του ρόλου (Wanberg, 2012).

Τα τελευταία χρόνια, οι εργοδότες υιοθετούν ολοένα και περισσότερο τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για τους σκοπούς της πρόσληψης και της επιλογής, και η τάση αυτή έχει βάσιμη λογική. Οι εργοδότες έχουν πλέον μεγαλύτερη ευκολία από ποτέ άλλοτε να αποκτήσουν πρόσβαση σε μια μεγάλη δεξαμενή δυνητικών υποψηφίων και να επικοινωνούν απευθείας μαζί τους χάρη στον πολλαπλασιασμό των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης, όπως το LinkedIn, το Twitter, το Facebook, ακόμη και το Instagram. Οι εργοδότες μπορούν να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά εργασίας και να εξορθολογήσουν τη διαδικασία πρόσληψης, αξιοποιώντας τις πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης προς όφελός τους.

Όταν πρόκειται για προσλήψεις, ένα από τα κύρια οφέλη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι η ικανότητά τους να επιταχύνουν τη διαδικασία πρόσληψης νέων εργαζομένων. Οι παραδοσιακές μέθοδοι πρόσληψης, όπως η διοργάνωση εκθέσεων εργασίας, η διαφήμιση σε εφημερίδες ή η στήριξη σε προσωπικές συστάσεις, μπορεί να είναι χρονοβόρες και δαπανηρές. Από την άλλη πλευρά, οι πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δίνουν τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να διαφημίζουν κενές θέσεις εργασίας και να έρχονται σε άμεση επαφή με τους υποψήφιους υποψηφίους με γρήγορο και βολικό τρόπο. Αυτό σημαίνει ότι μπορούν να εντοπίζουν τους κατάλληλους υποψηφίους πολύ πιο γρήγορα από ό,τι στο παρελθόν και να συνομιλούν μαζί τους.

Επιπλέον, οι εργοδότες έχουν πλέον πρόσβαση σε ένα ισχυρό εργαλείο που τους επιτρέπει να στοχεύουν σε υποψηφίους με υψηλά προσόντα και να τους προσλαμβάνουν για ανοιχτές θέσεις χάρη στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι εργοδότες είναι σε θέση να περιορίσουν την αναζήτησή τους και να επικεντρωθούν σε υποψηφίους που πληρούν συγκεκριμένα προσόντα ή δεξιότητες χάρη στις προηγμένες επιλογές αναζήτησης και φιλτραρίσματος που παρέχονται από διάφορες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό μπορεί να είναι ιδιαίτερα χρήσιμο για εξειδικευμένους ρόλους που απαιτούν συγκεκριμένες γνώσεις ή τεχνικές δεξιότητες για την εκπλήρωση των αρμοδιοτήτων τους.

Επιπλέον, οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης είναι χρήσιμες για όσους αναζητούν εργασία. Οι αναζητούντες εργασία μπορούν να αποκτήσουν πολύτιμες πληροφορίες για την κουλτούρα, τις αξίες και τους στόχους μιας εταιρείας, ακολουθώντας την εταιρεία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Μπορούν επίσης να μάθουν για πιθανές ευκαιρίες απασχόλησης και να συνδεθούν με τους σημερινούς εργαζόμενους, γεγονός που μπορεί να τους δώσει μια πιο ακριβή εικόνα για το πώς είναι να εργάζεσαι σε μια συγκεκριμένη εταιρεία και τι μπορούν να περιμένουν από την εργασία τους εκεί.

Η ικανότητα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης να προωθούν το branding του εργοδότη είναι ένα ακόμη πλεονέκτημα που προσφέρουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στη διαδικασία πρόσληψης. Οι πλατφόρμες για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν μια εξαιρετική ευκαιρία στους εργοδότες να προβάλλουν την κουλτούρα, τις αξίες και τα επιτεύγματα της εταιρείας τους στους δυνητικούς εργαζόμενους. Επειδή πολλοί υποψήφιοι για εργασία αναζητούν εργοδότες των οποίων οι αξίες και οι στόχοι ευθυγραμμίζονται με τους δικούς τους, αυτό μπορεί να αποτελέσει μια ιδιαίτερα χρήσιμη στρατηγική για την προσέλκυση κορυφαίων ταλέντων.

Ωστόσο, η αξιοποίηση των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης στις διαδικασίες επιλογής και πρόσληψης εγείρει ορισμένες εύλογες ανησυχίες. Οι εργοδότες, για παράδειγμα, έχουν την ευθύνη να διασφαλίζουν ότι συμμορφώνονται με τους νόμους που απαγορεύουν τις διακρίσεις και τις δεοντολογικές πρακτικές πρόσληψης. Πρέπει επίσης να είναι προσεκτικοί όταν χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για τον έλεγχο των υποψηφίων, διότι κάτι τέτοιο μπορεί να δημιουργήσει ανησυχίες για την προστασία της ιδιωτικής ζωής και να οδηγήσει σε μεροληψία (Brown & Thompson, 2011).

Συμπερασματικά, η χρήση των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης στις διαδικασίες πρόσληψης και επιλογής παρουσιάζει σημαντικά πλεονεκτήματα τόσο για τις εταιρείες που προσλαμβάνουν όσο και για τα άτομα που αναζητούν εργασία. Επιτρέπει στους εργοδότες να αποκτήσουν πρόσβαση σε μια μεγάλη δεξαμενή δυνητικών υποψηφίων, να επιταχύνουν τη διαδικασία πρόσληψης και να στοχεύουν και να προσλάβουν υποψηφίους με υψηλά προσόντα. Επιπλέον, παρέχει στα άτομα που αναζητούν εργασία πρόσβαση σε χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με πιθανές ευκαιρίες απασχόλησης και το branding του εργοδότη. Παρ' όλα αυτά, οι εργοδότες

έχουν την ευθύνη να διασφαλίζουν ότι τηρούν ηθικές πρακτικές πρόσληψης και να αποφεύγουν τυχόν ζητήματα μεροληψίας ή διακρίσεων που μπορεί να προκύψουν.

Μια ερευνητική μέθοδος γνωστή ως συστηματική βιβλιογραφική ανασκόπηση είναι αυτή που χρησιμοποιείται κατά τη διαδικασία ανάλυσης και σύνθεσης ενός μεγάλου όγκου υπάρχουσας βιβλιογραφίας σε έναν συγκεκριμένο τομέα ή θεματικό πεδίο. Περιλαμβάνει τον εντοπισμό, την αξιολόγηση και την εξέταση ήδη δημοσιευμένων ερευνητικών μελετών με στόχο τον προσδιορισμό προτύπων, τάσεων και κενών πληροφοριών που αφορούν ένα συγκεκριμένο θέμα ενδιαφέροντος. Στο πλαίσιο του αντίκτυπου που έχουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην πρόσληψη εργαζομένων, η συστηματική βιβλιογραφική ανασκόπηση περιλαμβάνει τον εντοπισμό περιοδικών, άρθρων και μελετών που σχετίζονται με το συγκεκριμένο θέμα, την αξιολόγηση της ποιότητας των πηγών καθώς και της συνάφειας τους και τη σύνθεση των ευρημάτων των διαφόρων μελετών με σκοπό τη βαθύτερη κατανόηση του φαινομένου(Bicky, και Kwok, 2011).

Η συστηματική βιβλιογραφική ανασκόπηση προσφέρει μια πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση για την ανάλυση ενός ερευνητικού ερωτήματος σε σύγκριση με τις ποσοτικές μελέτες, οι οποίες συνήθως βασίζονται στη στατιστική ανάλυση των δεδομένων για τον εντοπισμό των σχέσεων μεταξύ των μεταβλητών. Μια συστηματική ανασκόπηση είναι σε θέση να εντοπίσει τόσο ποιοτικές όσο και ποσοτικές ερευνητικές μελέτες, καθώς και άλλα είδη ερευνών που μπορεί να παρέχουν χρήσιμες πληροφορίες για το υπό διερεύνηση φαινόμενο, επειδή εξετάζει ένα ευρύ φάσμα βιβλιογραφικών πηγών από τις οποίες αντλεί τις πληροφορίες της.

Στο πλαίσιο του αντίκτυπου που έχουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην πρόσληψη εργαζομένων, η διενέργεια μιας ολοκληρωμένης επισκόπησης του σχετικού ερευνητικού υλικού μπορεί να βοηθήσει στη διαλεύκανση των μυριάδων τρόπων με τους οποίους τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούνται τόσο από τους εργοδότες όσο και από τους αναζητούντες εργασία κατά τη διαδικασία της πρόσληψης. Είναι επίσης χρήσιμο να προσδιοριστούν οι παράγοντες που επηρεάζουν την αποτελεσματικότητα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην πρόσληψη (Benedict, 2019). Ορισμένα παραδείγματα αυτών των παραγόντων περιλαμβάνουν τον τύπο της πλατφόρμας κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιείται, το κοινό-στόχο και τον τύπο της θέσης εργασίας που διαφημίζεται.

Η πληρέστερη κατανόηση του φαινομένου μπορεί να επιτευχθεί με τη χρήση μιας συστηματικής βιβλιογραφικής ανασκόπησης, η οποία είναι σε θέση να το επιτύχει αυτό συγκεντρώνοντας τα ευρήματα πολλών ξεχωριστών μελετών σε ένα ενιαίο συνεκτικό σύνολο. Αυτό μπορεί να συμβάλει στην ενημέρωση της μελλοντικής έρευνας επί του θέματος και να προσφέρει στους επαγγελματίες που εργάζονται στους τομείς των ανθρώπινων πόρων και των προσλήψεων γνώσεις για τους αντίστοιχους τομείς.

2.11 Το LinkedIn ως εργαλείο αναζήτησης εργασίας

Το LinkedIn είναι μια δημοφιλής πλατφόρμα επαγγελματικής δικτύωσης που χρησιμοποιείται ευρέως ως εργαλείο αναζήτησης εργασίας. Οι αναζητούντες εργασία μπορούν να χρησιμοποιήσουν το LinkedIn με διάφορους τρόπους για να ενισχύσουν την αναζήτηση εργασίας τους, όπως:

1. Δημιουργία επαγγελματικού προφίλ: Το LinkedIn παρέχει στους χρήστες μια πλατφόρμα για τη δημιουργία ενός επαγγελματικού προφίλ που μπορεί να προβάλλει την εργασιακή εμπειρία, την εκπαίδευση, τις δεξιότητες και τα επιτεύγματά τους. Αυτό το προφίλ μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ψηφιακό βιογραφικό σημείωμα και μπορεί να βοηθήσει τους αναζητούντες εργασία να ξεχωρίσουν στους δυνητικούς εργοδότες.
2. Δικτύωση: Το LinkedIn προσφέρει ένα τεράστιο δίκτυο επαγγελματιών σε διάφορους κλάδους και γεωγραφικές περιοχές. Οι αναζητούντες εργασία μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτό το δίκτυο για να συνδεθούν με άτομα στις εταιρείες και τους κλάδους-στόχους τους, να λάβουν συστάσεις και να ενημερωθούν για κενές θέσεις εργασίας.
3. Αγγελίες εργασίας: Το LinkedIn διαθέτει έναν ισχυρό πίνακα θέσεων εργασίας όπου οι εργοδότες μπορούν να δημοσιεύουν θέσεις εργασίας. Οι αναζητούντες εργασία μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτή τη λειτουργία για να αναζητήσουν θέσεις εργασίας με βάση λέξεις-κλειδιά, τίτλο εργασίας, τοποθεσία και άλλα κριτήρια.
4. Εταιρική έρευνα: συμπεριλαμβανομένου του μεγέθους τους, του κλάδου τους, των αξιολογήσεων των εργαζομένων και των πρόσφατων ειδήσεων. Οι αναζητούντες

εργασία μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτές τις πληροφορίες για να ερευνήσουν πιθανούς εργοδότες και να προετοιμαστούν για συνεντεύξεις.

5. Προσωπικό branding: Το LinkedIn παρέχει επίσης στους αναζητούντες εργασία την ευκαιρία να χτίσουν το προσωπικό τους brand και να καθιερωθούν ως ηγέτες στον τομέα τους. Αυτό μπορεί να τους βοηθήσει να ξεχωρίσουν στους πιθανούς εργοδότες και να αυξήσουν την προβολή τους στον κλάδο τους.

Συνολικά, το LinkedIn μπορεί να αποτελέσει ένα ισχυρό εργαλείο αναζήτησης εργασίας που μπορεί να βοηθήσει τους αναζητούντες εργασία να συνδεθούν με πιθανούς εργοδότες, να ενημερωθούν για κενές θέσεις εργασίας και να προβάλουν τις δεξιότητες και την εμπειρία τους (Molnar, 2011).. Αξιοποιώντας τις δυνατότητες του LinkedIn, οι αναζητούντες εργασία μπορούν να βελτιώσουν την αναζήτηση εργασίας και να αυξήσουν τις πιθανότητες να βρουν τη δουλειά των ονείρων τους.

Εκτός από τις παραδοσιακές μεθόδους αναζήτησης εργασίας, το LinkedIn προσφέρει επίσης μια λειτουργία που ονομάζεται "Ανοιχτοί υποψήφιοι", η οποία επιτρέπει στους αναζητούντες εργασία να δηλώνουν ιδιωτικά στους υπεύθυνους προσλήψεων ότι είναι ανοιχτοί σε νέες ευκαιρίες απασχόλησης. Αυτή η λειτουργία είναι ιδιαίτερα χρήσιμη για τους παθητικούς αναζητούντες εργασία οι οποίοι εργάζονται επί του παρόντος και δεν επιθυμούν να είναι δημόσια η αναζήτηση εργασίας τους.

Επιπλέον, το LinkedIn εισήγαγε πρόσφατα μια νέα λειτουργία με την ονομασία "Career Explorer" που παρέχει εξατομικευμένες πληροφορίες και συστάσεις σε όσους αναζητούν εργασία με βάση τις δεξιότητες και τα επαγγελματικά τους ενδιαφέροντα. Αυτή η λειτουργία μπορεί να βοηθήσει τους αναζητούντες εργασία να εξερευνήσουν νέες διαδρομές καριέρας και να βρουν θέσεις εργασίας που ταιριάζουν με τις δεξιότητες και τα ενδιαφέροντά τους.

Ένα άλλο ενδιαφέρον χαρακτηριστικό του LinkedIn είναι η δυνατότητα ένταξης σε ομάδες και κοινότητες συγκεκριμένων κλάδων. Με τη συμμετοχή σε αυτές τις ομάδες, οι αναζητούντες εργασία μπορούν να συνδεθούν με ομοϊδέατες επαγγελματίες, να μείνουν ενήμεροι για τις τάσεις του κλάδου και να μάθουν για ευκαιρίες απασχόλησης που μπορεί να μην ανακοινώνονται δημοσίως.

Η χρήση του LinkedIn για την αναζήτηση εργασίας και την πρόσληψη προσωπικού προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα, όπως πρόσβαση σε μια μεγάλη και ποικίλη δεξαμενή επαγγελματιών από όλο τον κόσμο, τη δυνατότητα δημιουργίας ενός προσωπικού εμπορικού σήματος ή μιας επιχείρησης μέσω εργαλείων όπως η

ανάλυση, οι ομάδες, οι εκδηλώσεις και η κοινή χρήση περιεχομένου, καθώς και την ευκολία των απομακρυσμένων διαδικασιών πρόσληψης. Οι υπεύθυνοι προσλήψεων και οι εργοδότες μπορούν να χρησιμοποιούν την πλατφόρμα για να εντοπίζουν, να παίρνουν συνεντεύξεις και να προσλαμβάνουν νέα talenta γρήγορα και αποτελεσματικά, χωρίς την ανάγκη για δαπανηρές εταιρείες προσλήψεων ή παραδοσιακές μεθόδους όπως οι αγγελίες σε εφημερίδες.

Ωστόσο, υπάρχουν επίσης αρκετές προκλήσεις που σχετίζονται με τη χρήση του LinkedIn για την αναζήτηση εργασίας και την πρόσληψη προσωπικού. Μια σημαντική πρόκληση είναι ο μεγάλος όγκος του ανταγωνισμού για τις αγγελίες θέσεων εργασίας, γεγονός που καθιστά δύσκολο για τα άτομα να ξεχωρίσουν μεταξύ των άλλων υποψηφίων. Επιπλέον, υπάρχει ο κίνδυνος να συναντήσουν δόλιες αγγελίες εργασίας ή συνδέσεις στην πλατφόρμα, καθώς και πιθανές ανησυχίες για την προστασία της ιδιωτικής ζωής που σχετίζονται με την κοινοποίηση προσωπικών πληροφοριών στο διαδίκτυο. Τέλος, ορισμένοι επαγγελματίες ενδέχεται να μην έχουν πρόσβαση ή να μην αισθάνονται άνετα στη χρήση ψηφιακών πλατφορμών όπως το LinkedIn, περιορίζοντας τη δυνατότητά τους να συμμετέχουν αποτελεσματικά στην αγορά εργασίας.

Η πανδημία COVID-19 επηρέασε σημαντικά τη χρήση του LinkedIn ως ψηφιακής λύσης προσλήψεων τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για τους αναζητούντες εργασία. Ακολουθούν ορισμένοι τρόποι με τους οποίους η πανδημία επηρέασε το LinkedIn:

1. Αύξηση της χρήσης απομακρυσμένων προσλήψεων: Αυτό έχει οδηγήσει σε αυξημένη ανάγκη για απομακρυσμένες προσλήψεις. Το LinkedIn έχει ανταποκριθεί σε αυτή την τάση προσφέροντας νέες λειτουργίες για τη διευκόλυνση των εικονικών συνεντεύξεων και των δημοσιεύσεων θέσεων εργασίας, διευκολύνοντας τους εργοδότες να προσλαμβάνουν απομακρυσμένους εργαζόμενους.
2. Μεγαλύτερη ζήτηση για διαδικτυακή δικτύωση: Οι αναζητούντες εργασία έχουν στραφεί στο LinkedIn ως έναν τρόπο να διευρύνουν τα επαγγελματικά τους δίκτυα και να συνδεθούν με πιθανούς εργοδότες. Το LinkedIn έχει ανταποκριθεί παρέχοντας νέα εργαλεία και πόρους για εικονική δικτύωση, όπως εικονικές εκθέσεις καριέρας και διαδικτυακές ομάδες δικτύωσης.
3. Αλλαγές στις τάσεις της αγοράς εργασίας: Σε ορισμένους κλάδους παρατηρείται ανάπτυξη, ενώ σε άλλους σημαντική μείωση. Το LinkedIn παρακολουθεί αυτές τις τάσεις και έχει παράσχει πληροφορίες και δεδομένα για να

βοηθήσει τις επιχειρήσεις και τους αναζητούντες εργασία να περιηγηθούν στην μεταβαλλόμενη αγορά εργασίας.

4. Αυξημένος ανταγωνισμός: Η πανδημία είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση της ανεργίας, γεγονός που οδήγησε σε μια πιο ανταγωνιστική αγορά εργασίας. Οι αναζητούντες εργασία στρέφονται στο LinkedIn για να ενισχύσουν τις στρατηγικές αναζήτησης εργασίας τους, όπως η δημιουργία του επαγγελματικού τους προφίλ και η υποβολή αιτήσεων για θέσεις εργασίας απευθείας μέσω της πλατφόρμας.

Συνολικά, η πανδημία COVID-19 έχει επιταχύνει την υιοθέτηση ψηφιακών λύσεων πρόσληψης όπως το LinkedIn, καθώς οι επιχειρήσεις και οι αναζητούντες εργασία αντιμετωπίζουν τις προκλήσεις της μεταβαλλόμενης αγοράς εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Μεθοδολογία

3.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό θα περιγραφεί η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε για τη διεξαγωγή της έρευνας σχετικά με τη χρήση του LinkedIn ως εργαλείου αναζήτησης εργασίας από τους εργαζόμενους στην Ελλάδα. Θα περιγραφούν ο ερευνητικός σχεδιασμός, η φιλοσοφία της έρευνας, οι μέθοδοι δειγματοληψίας και οι τεχνικές ανάλυσης δεδομένων.

3.2 Σχεδιασμός της έρευνας

Εκτός από τη συλλογή αριθμητικών δεδομένων, ένας ποσοτικός ερευνητικός σχεδιασμός παρέχει επίσης μια δομημένη και τυποποιημένη προσέγγιση για τη συλλογή δεδομένων, η οποία μπορεί να βοηθήσει να διασφαλιστεί ότι τα δεδομένα που συλλέγονται είναι αξιόπιστα και έγκυρα. Αυτό είναι σημαντικό για την παρούσα μελέτη, καθώς αποσκοπεί στην ακριβή και αντικειμενική κατανόηση της χρήσης του LinkedIn για την αναζήτηση εργασίας μεταξύ των εργαζομένων στην Ελλάδα.

Επιπλέον, τα ποσοτικά ερευνητικά σχέδια επιτρέπουν στατιστικές αναλύσεις που μπορούν να βοηθήσουν στον εντοπισμό μοτίβων και σχέσεων μεταξύ των μεταβλητών, παρέχοντας πληροφορίες για τους παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν τη χρήση του LinkedIn για αναζήτηση εργασίας. Αυτό μπορεί να είναι χρήσιμο για την ανάπτυξη στρατηγικών για τη βελτίωση των αποτελεσμάτων της αναζήτησης εργασίας για τους εργαζόμενους στην Ελλάδα.

Ένα άλλο πλεονέκτημα της χρήσης μιας έρευνας ως εργαλείου συλλογής δεδομένων είναι ότι μπορεί να προσεγγίσει γρήγορα και αποτελεσματικά μεγάλο αριθμό συμμετεχόντων. Αυτό μπορεί να είναι ιδιαίτερα σημαντικό για μελέτες που αποσκοπούν στη διερεύνηση ενός μεγάλου και διαφορετικού πληθυσμού, όπως οι εργαζόμενοι στην Ελλάδα.

Συνολικά, ο ποσοτικός ερευνητικός σχεδιασμός με έρευνα ως εργαλείο συλλογής δεδομένων είναι μια κατάλληλη προσέγγιση για την παρούσα μελέτη, καθώς παρέχει έναν συστηματικό και ολοκληρωμένο τρόπο συλλογής και ανάλυσης δεδομένων

σχετικά με τη χρήση του LinkedIn για την αναζήτηση εργασίας μεταξύ των εργαζομένων στην Ελλάδα.

3.3 Φιλοσοφία της έρευνας

Η ερευνητική φιλοσοφία που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα μελέτη είναι ο θετικισμός. Η φιλοσοφία αυτή βασίζεται στην πεποίθηση ότι η γνώση μπορεί να αποκτηθεί μόνο μέσω της επιστημονικής παρατήρησης και του πειράματος. Στην παρούσα μελέτη, θα χρησιμοποιήσουμε ποσοτικές μεθόδους για τη συλλογή και ανάλυση δεδομένων, γεγονός που συνάδει με τη θετικιστική φιλοσοφία.

3.4 Μέθοδοι δειγματοληψίας

Με βάση τη μέθοδο συλλογής δεδομένων που περιγράφηκε, το δείγμα για την παρούσα μελέτη επιλέχθηκε με τη μέθοδο δειγματοληψίας ευκολίας. Αυτό σημαίνει ότι οι συμμετέχοντες επιλέχθηκαν με βάση την προσβασιμότητα και την ευκολία τους για τον ερευνητή και όχι μέσω μιας τυχαίας διαδικασίας επιλογής. Συγκεκριμένα, οι συμμετέχοντες στην παρούσα μελέτη ήταν εργαζόμενοι στην Ελλάδα που χρησιμοποιούν το LinkedIn ως εργαλείο αναζήτησης εργασίας.

Το μέγεθος του δείγματος για την παρούσα μελέτη καθορίστηκε με βάση τον αριθμό των απαντήσεων που ελήφθησαν μέσω της έρευνας. Συνολικά, συλλέχθηκαν 116 δείγματα, τα οποία μπορούν να θεωρηθούν ως μέτριου μεγέθους δείγμα για μια ερευνητική μελέτη. Αν και ένα μεγαλύτερο μέγεθος δείγματος θα παρείχε μεγαλύτερη στατιστική ισχύ και δυνατότητα γενίκευσης στον πληθυσμό, το μέγεθος του δείγματος που ελήφθη στην παρούσα μελέτη μπορεί να είναι επαρκές για την παροχή χρήσιμων πληροφοριών και τάσεων σχετικά με το θέμα της έρευνας.

3.5 Συλλογή δεδομένων

Τα δεδομένα θα συλλεχθούν με τη χρήση διαδικτυακής έρευνας που θα διανεμηθεί στο δείγμα μέσω του LinkedIn. Η έρευνα θα περιλαμβάνει ερωτήσεις σχετικά με τη συχνότητα και την κατανομή της χρήσης του LinkedIn για την αναζήτηση εργασίας μεταξύ των εργαζομένων στην Ελλάδα. Η έρευνα θα σχεδιαστεί με τη χρήση

κλίμακας Likert για τη μέτρηση των απαντήσεων των συμμετεχόντων. Η κλίμακα Likert κυμαίνεται από το "συμφωνώ απόλυτα" έως το "διαφωνώ απόλυτα" και οι συμμετέχοντες θα κληθούν να βαθμολογήσουν τις απαντήσεις τους σε αυτή την κλίμακα.

3.6 Ανάλυση δεδομένων

Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν μέσω της έρευνας θα αναλυθούν με τη χρήση του SPSS 26.00. Τα δεδομένα θα καθαριστούν και θα ελεγχθούν για σφάλματα πριν από την έναρξη της ανάλυσης. Θα χρησιμοποιηθούν περιγραφικές στατιστικές για τη σύνοψη των δεδομένων και επαγωγικές στατιστικές όπως η ανάλυση συσχέτισης και παλινδρόμησης για την εξέταση των σχέσεων μεταξύ των μεταβλητών. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης θα παρουσιαστούν με τη χρήση πινάκων και γραφημάτων.

Στο κεφάλαιο της μεθοδολογίας περιγράφονται ο ερευνητικός σχεδιασμός, η ερευνητική φιλοσοφία, οι μέθοδοι δειγματοληψίας και οι τεχνικές συλλογής και ανάλυσης δεδομένων που χρησιμοποιήθηκαν στη μελέτη. Η χρήση ποσοτικού ερευνητικού σχεδιασμού, θετικιστικής φιλοσοφίας, μεθόδου δειγματοληψίας ευκολίας και SPSS για την ανάλυση δεδομένων είναι κατάλληλη για την παρούσα μελέτη. Η έρευνα θα χρησιμοποιηθεί για τη συλλογή δεδομένων από εργαζόμενους στην Ελλάδα που χρησιμοποιούν το LinkedIn ως εργαλείο αναζήτησης εργασίας και τα αποτελέσματα της μελέτης θα παρουσιαστούν με τη χρήση περιγραφικής και επαγωγικής στατιστικής.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η χρήση της κλίμακας Likert στην έρευνα θα επιτρέψει στους ερευνητές να λάβουν λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με τις στάσεις και τις απόψεις των συμμετεχόντων όσον αφορά τη χρήση του LinkedIn ως ψηφιακής λύσης πρόσληψης. Επιπλέον, με τη χρήση επαγωγικής στατιστικής, όπως η ανάλυση συσχέτισης και η ανάλυση παλινδρόμησης, οι ερευνητές θα μπορέσουν να εντοπίσουν τυχόν σημαντικές σχέσεις μεταξύ των υπό εξέταση μεταβλητών, οι οποίες θα βοηθήσουν στην απάντηση των ερευνητικών ερωτημάτων. Η χρήση πινάκων και γραφημάτων για την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της μελέτης θα διευκολύνει τους αναγνώστες να κατανοήσουν τα ευρήματα και να εξάγουν συμπεράσματα από αυτά. Συνολικά, το κεφάλαιο της μεθοδολογίας παρέχει μια σαφή και συνοπτική

εξήγηση του ερευνητικού σχεδιασμού και των τεχνικών που χρησιμοποιήθηκαν, η οποία θα διασφαλίσει ότι η μελέτη διεξάγεται αποτελεσματικά και αυστηρά.

3.7 Περιορισμοί της μελέτης

Υπάρχουν διάφοροι περιορισμοί που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την ερμηνεία των αποτελεσμάτων της παρούσας μελέτης. Πρώτον, το δείγμα που χρησιμοποιήθηκε στη μελέτη είναι ένα δείγμα ευκολίας, το οποίο μπορεί να μην είναι αντιπροσωπευτικό του συνόλου του πληθυσμού των εργαζομένων στην Ελλάδα που χρησιμοποιούν το LinkedIn για αναζήτηση εργασίας. Δεύτερον, η μελέτη στηρίζεται σε δεδομένα αυτοαναφοράς των συμμετεχόντων, τα οποία ενδέχεται να υπόκεινται σε προκατάληψη κοινωνικής επιθυμίας. Τέλος, η μελέτη επικεντρώνεται αποκλειστικά στη χρήση του LinkedIn ως εργαλείου αναζήτησης εργασίας και δεν εξετάζει άλλους παράγοντες που ενδέχεται να επηρεάζουν τη συμπεριφορά αναζήτησης εργασίας, όπως οι προσωπικές προτιμήσεις, η δικτύωση ή οι συνθήκες της αγοράς εργασίας.

3.8 Δεοντολογικά ζητήματα

Οι δεοντολογικοί λόγοι ελήφθησαν υπόψη καθ' όλη τη διάρκεια της ερευνητικής διαδικασίας. Οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν για το σκοπό της μελέτης και η συμμετοχή τους στη μελέτη ήταν εθελοντική. Ζητήθηκε η συγκατάθεση όλων των συμμετεχόντων πριν συμπληρώσουν την έρευνα και ενημερώθηκαν ότι οι απαντήσεις τους θα τηρούνταν εμπιστευτικές και ανώνυμες. Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν στο πλαίσιο αυτής της μελέτης θα αποθηκευτούν με ασφάλεια και μόνο η ερευνητική ομάδα θα έχει πρόσβαση σε αυτά. Η μελέτη έχει επίσης εγκριθεί από την επιτροπή αξιολόγησης του ιδρύματος για να διασφαλιστεί ότι πληροί τα πρότυπα δεοντολογίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Ανάλυση δεδομένων

Η συλλογή των δεδομένων έγινε μέσω ερωτηματολογίου κλειστού τύπου με σκοπό να διερευνηθούν οι αντιλήψεις και απόψεις σχετικά με τις συνθήκες εύρεσης εργασίας και κατά πόσο επηρεάζει την επαγγελματική σταδιοδρομία. Η έρευνα πραγματοποιήθηκαν με ηλεκτρονικά μέσα, η συμμετοχή του δείγματος ορίστηκε ως εθελοντική και ανταποκρίθηκε άμεσα στην πρόσκληση.

Το δείγμα της έρευνας περιέλαβε πεπερασμένο πλήθος εργαζομένων, όλων των ηλικιών με τις ίδιες ιδιότητες, χαρακτηριστικά και πιθανότητα επιλογής.

Αυτός ο πίνακας παρουσιάζει την κατανομή των 116 ατόμων σε δύο κατηγορίες φύλου, "Γυναίκες" και "Άνδρες". Ο συνολικός αριθμός των ερωτηθέντων είναι 116, που είναι το άθροισμα των συχνοτήτων των δύο κατηγοριών φύλων.

Η πλειονότητα των ερωτηθέντων, 75 άτομα (64,7%), προσδιορίστηκαν ως γυναίκες. Οι υπόλοιποι 41 ερωτηθέντες (35,3%) προσδιορίστηκαν ως άνδρες. Ο πίνακας αυτός παρέχει μια επισκόπηση της κατανομής των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα ως προς το φύλο. Υποδηλώνει ότι το δείγμα είναι μεροληπτικό προς τις γυναίκες, με τις γυναίκες να αποτελούν τη σημαντική πλειοψηφία των ερωτηθέντων. Αξίζει να σημειωθεί ότι αυτό το δείγμα μπορεί να μην είναι αντιπροσωπευτικό του ευρύτερου πληθυσμού, καθώς μπορεί να είναι μεροληπτικό προς τις γυναίκες που ενδιαφέρονται για την επαγγελματική δικτύωση και την αναζήτηση εργασίας. Συνολικά, αυτός ο πίνακας παρέχει βασικές δημογραφικές πληροφορίες σχετικά με την κατανομή των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα ως προς το φύλο, οι οποίες μπορεί να είναι χρήσιμες για την κατανόηση των στάσεων και των συμπεριφορών τους απέναντι στην επαγγελματική δικτύωση και την αναζήτηση εργασίας.

Πίνακας 1: Φύλο

Φύλο	Συχνότητα	%
Γυναίκες	75	64,65
Άνδρες	41	35,35
Σύνολο	116	100

Αυτός ο πίνακας παρουσιάζει την κατανομή των 116 ατόμων σε διάφορες ηλικιακές ομάδες, με τις ηλικιακές ομάδες να είναι "18-25", "26-35", "36-45", "46-55" και "55+". Ο συνολικός αριθμός των ερωτηθέντων είναι 116, ο οποίος είναι το άθροισμα των συχνοτήτων των πέντε ηλικιακών ομάδων. Η μεγαλύτερη ηλικιακή ομάδα μεταξύ των ερωτηθέντων είναι η "26-35", με 29 άτομα (25%) να εμπίπτουν σε αυτό το ηλικιακό φάσμα. Η επόμενη μεγαλύτερη ηλικιακή ομάδα είναι η "36-45", με 26 άτομα (22,4%) να ανήκουν σε αυτή την ηλικιακή ομάδα. Οι ηλικιακές ομάδες "18-25" και "46-55" είναι αρκετά ισοδύναμες, με 23 άτομα (19,8%) και 21 άτομα (18,1%), αντίστοιχα, να ανήκουν σε κάθε ομάδα. Η μικρότερη ηλικιακή ομάδα είναι η "55+", με 17 άτομα (14,7%) να ανήκουν σε αυτή την ομάδα. Ο πίνακας αυτός παρέχει μια επισκόπηση της ηλικιακής κατανομής των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα. Υποδηλώνει ότι το δείγμα είναι αρκετά ομοιόμορφα κατανομημένο στις διάφορες ηλικιακές ομάδες, με τη μεγαλύτερη ομάδα να είναι τα άτομα που βρίσκονται στα μέσα της δεκαετίας του 20 έως τα μέσα της δεκαετίας του 30. Αξίζει να σημειωθεί ότι αυτό το δείγμα μπορεί να μην είναι αντιπροσωπευτικό του ευρύτερου πληθυσμού, καθώς μπορεί να μεροληπτεί προς τους εργαζόμενους επαγγελματίες ή τα άτομα που ενδιαφέρονται για την επαγγελματική δικτύωση. Συνολικά, αυτός ο πίνακας παρέχει βασικές δημογραφικές πληροφορίες σχετικά με την ηλικιακή κατανομή των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, οι οποίες μπορεί να είναι χρήσιμες για την κατανόηση των στάσεων και των συμπεριφορών τους απέναντι στην επαγγελματική δικτύωση και την αναζήτηση εργασίας.

Πίνακας 2: Ηλικία

Ηλικιακή ομάδα	Συχνότητα	%
18-25	23	19,8
26-35	29	25
36-45	26	22,40
46-55	21	18,1
55+	17	14,7
Σύνολο	116	100

Ο πίνακας αυτός παρουσιάζει τις απαντήσεις 116 ατόμων σε ερώτηση σχετικά με το αν εργάζονται σήμερα, με τις επιλογές απάντησης "Ναι" και "Όχι". Ακολουθεί ανάλυση του πίνακα: Ο συνολικός αριθμός των ερωτηθέντων είναι 116, ο οποίος είναι το άθροισμα των συχνοτήτων των δύο κατηγοριών απαντήσεων. Από τους 116 ερωτηθέντες, οι 103 (88,8%) απάντησαν "Ναι", υποδεικνύοντας ότι εργάζονται σήμερα. 13 ερωτηθέντες (11,2%) απάντησαν "Όχι", υποδεικνύοντας ότι δεν εργάζονται σήμερα. Ο πίνακας αυτός δείχνει ότι η μεγάλη πλειοψηφία των ερωτηθέντων εργάζεται σήμερα. Αυτό δεν αποτελεί έκπληξη, καθώς το δείγμα αποτελείται πιθανότατα από εργαζόμενους επαγγελματίες ή/και άτομα που αναζητούν ενεργά εργασία. Αξίζει να σημειωθεί ότι αυτός ο πίνακας δεν μας λέει γιατί κάποιοι ερωτηθέντες δεν εργάζονται επί του παρόντος. Κάποιοι μπορεί να βρίσκονται μεταξύ θέσεων εργασίας, να κάνουν ένα διάλειμμα από την εργασία τους ή να μην μπορούν να εργαστούν λόγω αναπηρίας ή άλλων παραγόντων. Συνολικά, ο πίνακας αυτός υποδηλώνει ότι η πλειονότητα των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα εργάζονται επί του παρόντος, γεγονός που μπορεί να έχει επιπτώσεις στη χρήση του LinkedIn ή άλλων πλατφορμών επαγγελματικής δικτύωσης.

Πίνακας 3: Εργάζεστε αυτή τη στιγμή;

Απάντηση	Συχνότητα	%
Ναι	103	88,8
Όχι	13	11,2
Σύνολο	116	100

Ο πίνακας 4 παρουσιάζει τις απαντήσεις 116 ατόμων σε ερώτηση σχετικά με το αν είναι στο LinkedIn, με τις επιλογές απάντησης "Ναι" και "Όχι". Ακολουθεί ανάλυση του πίνακα: Ο συνολικός αριθμός των ερωτηθέντων είναι 116, που είναι το άθροισμα των συχνοτήτων των δύο κατηγοριών απαντήσεων. 107 από τους 116 ερωτηθέντες (92,2%) απάντησαν "Ναι", υποδεικνύοντας ότι είναι στο LinkedIn. 9 ερωτηθέντες (7,8%) απάντησαν "Όχι", υποδεικνύοντας ότι δεν είναι στο LinkedIn. ο πίνακας αυτός υποδηλώνει ότι η μεγάλη πλειοψηφία των ερωτηθέντων είναι στο LinkedIn. Αυτό δεν αποτελεί έκπληξη, καθώς το LinkedIn είναι μια δημοφιλής πλατφόρμα

επαγγελματικής δικτύωσης. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο πίνακας αυτός δεν μας λέει γιατί κάποιοι ερωτηθέντες δεν είναι στο LinkedIn. Κάποιοι μπορεί να μην ενδιαφέρονται να χρησιμοποιήσουν την πλατφόρμα, να προτιμούν άλλες μεθόδους δικτύωσης ή να μην είναι εξοικειωμένοι με το LinkedIn. συνολικά, αυτός ο πίνακας υποδηλώνει ότι το LinkedIn έχει ισχυρή παρουσία μεταξύ των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα και είναι πιθανότατα μια ευρέως χρησιμοποιούμενη πλατφόρμα για επαγγελματική δικτύωση.

Πίνακας 4: Είστε στο LinkedIn;

Απάντηση	Συχνότητα	%
Ναι	107	92,2
Όχι	9	7,8
Σύνολο	116	100

Ο πίνακας αυτός παρουσιάζει τις απαντήσεις 116 ατόμων σε ερώτηση σχετικά με το αν βρίσκουν σχετικές αγγελίες εργασίας στο LinkedIn, με τις επιλογές απάντησης "Ναι", "Όχι" και "Ίσως".

Ακολουθεί μια ανάλυση του πίνακα:

- Ο συνολικός αριθμός των ερωτηθέντων είναι 116, που είναι το άθροισμα των συχνοτήτων των τριών κατηγοριών απαντήσεων.
- Από τους 116 ερωτηθέντες, οι 100 (86,2%) απάντησαν "Ναι", υποδεικνύοντας ότι βρίσκουν σχετικές προκηρύξεις θέσεων εργασίας στο LinkedIn.
- 8 ερωτηθέντες (6,9%) απάντησαν "Όχι", υποδεικνύοντας ότι δεν βρίσκουν σχετικές αγγελίες εργασίας στο LinkedIn.
- Άλλοι 8 ερωτηθέντες (6,9%) απάντησαν "Ίσως", υποδεικνύοντας ότι δεν είναι σίγουροι για το αν βρίσκουν σχετικές αγγελίες εργασίας στο LinkedIn.
- Ο πίνακας αυτός δείχνει ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων βρίσκει σχετικές αγγελίες εργασίας στο LinkedIn. Μόνο μια μικρή μειοψηφία δεν βρίσκει σχετικές αγγελίες εργασίας στην πλατφόρμα.
- Αξίζει να σημειωθεί ότι αυτός ο πίνακας δεν μας λέει τι θεωρούν οι ερωτηθέντες ως "σχετικές" αγγελίες εργασίας ή γιατί ορισμένοι ερωτηθέντες

δεν είναι σίγουροι αν βρίσκουν σχετικές αγγελίες εργασίας στο LinkedIn. Ορισμένοι ερωτηθέντες μπορεί να έχουν πολύ συγκεκριμένα κριτήρια αναζήτησης εργασίας, ενώ άλλοι μπορεί να μην χρησιμοποιούν την πλατφόρμα αποτελεσματικά ή να μην την έχουν χρησιμοποιήσει εκτενώς.

Συνολικά, αυτός ο πίνακας υποδηλώνει ότι το LinkedIn μπορεί να αποτελέσει πολύτιμο πόρο για την εύρεση σχετικών αγγελιών εργασίας, αλλά μπορεί να μην είναι εξίσου αποτελεσματικό για όλους.

Πίνακας 5: Βρίσκετε σχετικές αγγελίες εργασίας στο LinkedIn;

Απάντηση	Συχνότητα	%
Ναι	100	86,2
Όχι	8	6,9
Ίσως	8	6,9
Σύνολο	116	100

Ο πίνακας αυτός παρουσιάζει τις απαντήσεις 116 ατόμων σε ερώτηση σχετικά με το αν βρίσκουν ευκαιρίες στο LinkedIn, με τις επιλογές απάντησης "Ναι" και "Όχι". Ακολουθεί ανάλυση του πίνακα: Ο συνολικός αριθμός των ερωτηθέντων είναι 116, που είναι το άθροισμα των συχνοτήτων των δύο κατηγοριών απαντήσεων. 75 από τους 116 ερωτηθέντες (64,7%) απάντησαν "Ναι", υποδεικνύοντας ότι βρίσκουν ευκαιρίες στο LinkedIn. 41 ερωτηθέντες (35,3%) απάντησαν "Όχι", υποδεικνύοντας ότι δεν βρίσκουν ευκαιρίες στο LinkedIn. ο πίνακας αυτός υποδηλώνει ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων βρίσκει ευκαιρίες στο LinkedIn. Ωστόσο, μια σημαντική μειοψηφία δεν βρίσκει ευκαιρίες στην πλατφόρμα. Αξίζει να σημειωθεί ότι αυτός ο πίνακας δεν μας λέει τι είδους ευκαιρίες βρίσκουν οι ερωτηθέντες στο LinkedIn ή γιατί κάποιοι ερωτηθέντες δεν βρίσκουν ευκαιρίες. Ορισμένοι ερωτηθέντες μπορεί να βρίσκουν δημοσιεύσεις θέσεων εργασίας, ευκαιρίες δικτύωσης ή άλλους τύπους επαγγελματικών συνδέσεων, ενώ άλλοι μπορεί να μην βρίσκουν την πλατφόρμα χρήσιμη ή σχετική με την αναζήτηση εργασίας τους. συνολικά, ο πίνακας αυτός υποδηλώνει ότι το LinkedIn μπορεί να είναι μια χρήσιμη πηγή για την εύρεση ευκαιριών, αλλά μπορεί να μην είναι εξίσου αποτελεσματικό για όλους.

Πίνακας 6: Βρίσκετε ευκαιρίες στο LinkedIn;

Απάντηση	Συχνότητα	%
Ναι	75	64,7
Όχι	41	35,3
Σύνολο	116	100

Ο πίνακας 7 παρουσιάζει τις απαντήσεις 116 ατόμων σε ερώτηση σχετικά με το αν το LinkedIn διευκόλυνε την αναζήτηση εργασίας, με τις επιλογές απάντησης "Ναι", "Όχι" και "Ίσως".

Ακολουθεί μια ανάλυση του πίνακα:

- Ο συνολικός αριθμός των ερωτηθέντων είναι 116, που είναι το άθροισμα των συχνοτήτων των τριών κατηγοριών απαντήσεων.
- Από τους 116 ερωτηθέντες, 75 (64,7%) απάντησαν "Ναι", υποδεικνύοντας ότι πιστεύουν ότι το LinkedIn έχει διευκολύνει την αναζήτηση εργασίας.
- 34 ερωτηθέντες (29,3%) απάντησαν "Όχι", υποδεικνύοντας ότι δεν πιστεύουν ότι το LinkedIn έχει διευκολύνει την αναζήτηση εργασίας.
- 7 ερωτηθέντες (6,0%) απάντησαν "Ίσως", υποδεικνύοντας ότι δεν είναι σίγουροι αν το LinkedIn έχει διευκολύνει την αναζήτηση εργασίας.
- Ο πίνακας αυτός δείχνει ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων πιστεύει ότι το LinkedIn έχει διευκολύνει την αναζήτηση εργασίας. Ωστόσο, μια σημαντική μειοψηφία δεν είναι σίγουρη ή δεν πιστεύει ότι αυτό ισχύει.
- Αξίζει να σημειωθεί ότι αυτός ο πίνακας δεν μας λέει γιατί οι άνθρωποι απάντησαν με τον τρόπο που απάντησαν. Ορισμένοι ερωτηθέντες μπορεί να είχαν θετικές εμπειρίες με το LinkedIn και να το βρήκαν χρήσιμο στην αναζήτηση εργασίας τους, ενώ άλλοι μπορεί να μην είχαν επιτυχία με την πλατφόρμα ή να μην την χρησιμοποίησαν εκτενώς.
- Συνολικά, αυτός ο πίνακας δείχνει ότι το LinkedIn θεωρείται από πολλούς ως ένα χρήσιμο εργαλείο στη διαδικασία αναζήτησης εργασίας.

Πίνακας 7:Το LinkedIn διευκόλυνε την αναζήτηση εργασίας;

Απάντηση	Συχνότητα	%
Ναι	75	64,7
Όχι	34	29,3
Ίσως	7	6
Σύνολο	116	100

Αυτός ο πίνακας παρουσιάζει τις απαντήσεις 116 ατόμων σε μια ερώτηση σχετικά με το αν το LinkedIn αυξάνει την έκθεση στους εργοδότες, με τις επιλογές απάντησης "Ναι", "Όχι" και "Ίσως". Ακολουθεί ανάλυση του πίνακα: Ο συνολικός αριθμός των ερωτηθέντων είναι 116, που είναι το άθροισμα των συχνοτήτων των τριών κατηγοριών απαντήσεων. 58 από τους 116 ερωτηθέντες (50%) απάντησαν "Ναι", υποδεικνύοντας ότι πιστεύουν ότι το LinkedIn αυξάνει την έκθεση στους εργοδότες. 29 ερωτηθέντες (25%) απάντησαν "Όχι", υποδεικνύοντας ότι δεν πιστεύουν ότι το LinkedIn αυξάνει την έκθεση στους εργοδότες. 29 ακόμη ερωτηθέντες (25%) απάντησαν "Ίσως", υποδεικνύοντας ότι δεν είναι σίγουροι για το αν το LinkedIn αυξάνει την έκθεση στους εργοδότες. αξίζει να σημειωθεί ότι αυτός ο πίνακας δεν μας λέει γιατί τα άτομα απάντησαν με τον τρόπο που απάντησαν. Ορισμένοι ερωτηθέντες μπορεί να είχαν θετικές εμπειρίες με το LinkedIn και να το βρήκαν χρήσιμο στην αναζήτηση εργασίας, ενώ άλλοι μπορεί να μην είχαν επιτυχία με την πλατφόρμα ή να μην την χρησιμοποίησαν εκτενώς.

Συνολικά, ο πίνακας αυτός δείχνει ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων πιστεύει ότι το LinkedIn αυξάνει την έκθεση στους εργοδότες. Ωστόσο, μια σημαντική μειοψηφία δεν είναι σίγουρη ή δεν πιστεύει ότι αυτό ισχύει.

Πίνακας 8: Το LinkedIn αυξάνει την έκθεση στους εργοδότες;

Απάντηση	Συχνότητα	%
Ναι	58	50
Όχι	29	25
Ίσως	29	25
Σύνολο	116	100

Αυτός ο πίνακας αντιπροσωπεύει τα αποτελέσματα μιας έρευνας όπου 116 άτομα ρωτήθηκαν αν πιστεύουν ότι το Covid-19 έκανε το LinkedIn μια δημοφιλή πλατφόρμα για την αναζήτηση εργασίας.

Από τους 116 ερωτηθέντες, οι 70 απάντησαν "Ναι", υποδεικνύοντας ότι πιστεύουν ότι το Covid-19 έκανε το LinkedIn μια δημοφιλή πλατφόρμα για την αναζήτηση εργασίας. 20 ερωτηθέντες απάντησαν "Όχι", υποδεικνύοντας ότι δεν πιστεύουν ότι το Covid-19 είχε αυτή την επίδραση στο LinkedIn. Τέλος, 26 ερωτηθέντες απάντησαν "Ίσως", υποδεικνύοντας ότι δεν είναι σίγουροι αν το Covid-19 επηρέασε τη δημοτικότητα του LinkedIn για την αναζήτηση εργασίας.

Συνολικά, αυτός ο πίνακας δείχνει ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων πιστεύει ότι το Covid-19 έκανε το LinkedIn μια δημοφιλή πλατφόρμα για την αναζήτηση εργασίας. Ωστόσο, υπάρχει επίσης μια σημαντική μειοψηφία που δεν είναι σίγουρη ή δεν πιστεύει ότι αυτό ισχύει.

Πίνακας 9: Πιστεύετε ότι το Covid-19 έκανε το LinkedIn μια δημοφιλή πλατφόρμα για την αναζήτηση εργασίας;

Απάντηση	Συχνότητα	%
Ναι	70	60
Όχι	20	18
Ίσως	26	22
Σύνολο	116	100

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Συμπεράσματα

5.1 Συμπέρασμα και συζήτηση

Το παρόν έγγραφο εξετάζει την επιρροή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην πρόσληψη εργαζομένων. Επισημαίνει ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν ένα εξαιρετικό φόρουμ για την προβολή της κουλτούρας μιας εταιρείας και μπορούν να παρέχουν στους εργοδότες πρόσβαση σε μια μεγαλύτερη δεξαμενή ταλέντων. Το έγγραφο προτείνει επίσης ότι η ύπαρξη μιας καλά καθορισμένης στρατηγικής πρόσληψης που είναι συνεχής και συνεπής είναι ζωτικής σημασίας για την προσέλκυση υποψηφίων με τη χρήση διαφόρων πλατφορμών δικτύωσης κοινωνικών μέσων. Οι εργοδότες θα πρέπει επίσης να αναπτύξουν μια ακριβή διαδικασία επιλογής για τη διαδικασία πρόσληψής τους. Το έγγραφο συζητά επίσης τη σημασία των πολιτικών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την προστασία των εργοδοτών και τον καθορισμό κατευθυντήριων γραμμών για τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως διαδικασία ηλεκτρονικής πρόσληψης. Επισημαίνεται επίσης η χρήση κινητών συσκευών και εφαρμογών για την πρόσληψη και την επιλογή εργαζομένων και οι εργοδότες θα πρέπει να εκμεταλλευτούν αυτή την ευκαιρία αναπτύσσοντας τις πλατφόρμες και τις εφαρμογές τους για να προσελκύσουν υποψηφίους με υψηλά προσόντα. Τέλος, το έγγραφο προτείνει ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης υπερτερούν κατά πολύ των συμβατικών διαδικασιών ανθρώπινου δυναμικού από την άποψη τόσο των εργοδοτών όσο και των υποψηφίων, καθώς βοηθούν στην αποτελεσματική χρήση πόρων όπως ο χρόνος, τα χρήματα, το κόστος και η εργασία. Συμπερασματικά, η εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει φέρει επανάσταση στον τρόπο με τον οποίο τα άτομα έχουν πρόσβαση και χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα, ιδίως σε σχέση με τα αποτελέσματα στην αγορά εργασίας. Ενώ οι πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν πολλά πλεονεκτήματα, όπως η ευρύτερη εμβέλεια, η αυξημένη προβολή και η πρόσβαση σε θέσεις εργασίας, υπάρχουν επίσης πιθανά μειονεκτήματα, όπως η διαιώνιση των κοινωνικών ανισοτήτων και οι αρνητικές επιπτώσεις στην ψυχική υγεία. Καθώς το τοπίο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της αναζήτησης εργασίας συνεχίζει να εξελίσσεται, υπάρχει αυξανόμενη ανάγκη για έρευνα που εξετάζει τη μεταβαλλόμενη φύση της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, συμπεριλαμβανομένου του αντίκτυπου της

πανδημίας COVID-19 στην εξ αποστάσεως αναζήτηση εργασίας και στις διαδικτυακές συνεντεύξεις, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους εργοδότες και τους υπεύθυνους προσλήψεων για τον εντοπισμό πιθανών υποψηφίων. Οι αναζητούντες εργασία θα πρέπει να γνωρίζουν τις πιθανές παγίδες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης κατά την αναζήτηση εργασίας, όπως η ανάρτηση ακατάλληλου περιεχομένου ή ανακριβών πληροφοριών, και να λαμβάνουν μέτρα για να διασφαλίσουν ότι η διαδικτυακή τους παρουσία τους παρουσιάζει θετικά και επαγγελματικά.

Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει αναπόσπαστο μέρος της σύγχρονης ζωής και έχουν επηρεάσει σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα έχουν πρόσβαση και χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα, ιδίως σε σχέση με τα αποτελέσματα στην αγορά εργασίας. Η εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δημιούργησε νέες ευκαιρίες για τους αναζητούντες εργασία να συνδεθούν με δυνητικούς εργοδότες και να αποκτήσουν πρόσβαση σε ένα ευρύτερο φάσμα ευκαιριών απασχόλησης. Επιπλέον, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν στα άτομα μια σειρά λειτουργιών που τους επιτρέπουν να επικοινωνούν και να ανταλλάσσουν περιεχόμενο με άλλους, δημιουργώντας σημαντικές ευκαιρίες για την απόκτηση πληροφοριών και προσαρμοσμένου περιεχομένου.

Ωστόσο, υπάρχουν πιθανά μειονεκτήματα στο να βασίζεται κανείς αποκλειστικά σε ψηφιακές πλατφόρμες για κοινωνικές και επαγγελματικές συνδέσεις, όπως η μειωμένη ευημερία και τα υψηλότερα επίπεδα άγχους και κατάθλιψης. Επιπλέον, υπάρχουν ανησυχίες σχετικά με το ενδεχόμενο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να διαιωνίζουν τις υφιστάμενες κοινωνικές ανισότητες. Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό να διασφαλιστεί η ισότιμη πρόσβαση στις ψηφιακές πλατφόρμες και να αντιμετωπιστούν ζητήματα προκατάληψης και ανισότητας στους διαδικτυακούς χώρους.

Το τοπίο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της αναζήτησης εργασίας έχει υποστεί σημαντική μεταμόρφωση τα τελευταία χρόνια, με την άνοδο των διαφόρων πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης και την αυξανόμενη προβολή των διαδικτυακών επαγγελματικών κοινοτήτων. Έρευνες έχουν δείξει ότι οι αναζητούντες εργασία που χρησιμοποιούν άτυπους διαύλους πληροφόρησης για την αναζήτηση εργασίας τείνουν να έχουν καλύτερα αποτελέσματα όσον αφορά την ποιότητα της εργασίας και

την ικανοποίηση σε σύγκριση με εκείνους που βασίζονται αποκλειστικά σε επίσημους διαύλους.

Καθώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συνεχίζουν να εξελίσσονται και νέες πλατφόρμες αναδύονται, υπάρχει αυξανόμενο ενδιαφέρον για την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι αναζητούντες εργασία μπορούν να αξιοποιήσουν αυτά τα εργαλεία για να ενισχύσουν τις στρατηγικές αναζήτησης εργασίας τους. Για παράδειγμα, η πρόσφατη άνοδος του TikTok και του Clubhouse, τα οποία προσφέρουν νέους και μοναδικούς τρόπους ανταλλαγής περιεχομένου και δικτύωσης με άλλους, έχει προκαλέσει περιέργεια για το πώς αυτές οι πλατφόρμες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για επαγγελματικούς σκοπούς.

Η πανδημία COVID-19 έχει οδηγήσει σε αυξημένη εξάρτηση από την εξ αποστάσεως εργασία και την ηλεκτρονική επικοινωνία, τονίζοντας περαιτέρω τη σημασία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της ηλεκτρονικής δικτύωσης στη διαδικασία αναζήτησης εργασίας. Υπάρχει ανάγκη για έρευνα που να εξετάζει τον τρόπο με τον οποίο η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει αλλάξει ως απάντηση στην πανδημία, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο οι αναζητούντες εργασία μπορούν να χρησιμοποιήσουν αποτελεσματικά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να περιηγηθούν στις μοναδικές προκλήσεις της εξ αποστάσεως αναζήτησης εργασίας και της διαδικτυακής συνέντευξης.

Επιπλέον, έρευνες έχουν δείξει ότι οι εργοδότες χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να εξετάζουν τους υποψηφίους για εργασία και να αξιολογούν την καταλληλότητά τους για τον οργανισμό, γεγονός που υπογραμμίζει την ανάγκη οι υποψήφιοι για εργασία να διαχειρίζονται προσεκτικά τη διαδικτυακή τους παρουσία και την προσωπική τους ταυτότητα. Τέλος, απαιτείται έρευνα για να συμβαδίζει με αυτές τις αλλαγές και να παρέχει πρακτικές ιδέες και συστάσεις για τους αιτούντες εργασία, τους εργοδότες και τους υπεύθυνους προσλήψεων στην ψηφιακή εποχή.

Όσον αφορά το φύλο, η πλειονότητα των ερωτηθέντων (64,7%) χαρακτηρίστηκε ως γυναίκες, ενώ το υπόλοιπο 35,3% ως άνδρες. Το δείγμα φαίνεται να μεροληπτεί προς τις γυναίκες, γεγονός που μπορεί να αντανάκλα το γεγονός ότι η έρευνα διεξήχθη μεταξύ ατόμων που ενδιαφέρονται για επαγγελματική δικτύωση και αναζήτηση εργασίας.

Όσον αφορά την ηλικία, η μεγαλύτερη ηλικιακή ομάδα μεταξύ των ερωτηθέντων ήταν τα άτομα μεταξύ 20 και 30 ετών (25%), ενώ η επόμενη μεγαλύτερη ομάδα ήταν τα άτομα μεταξύ 30 και 40 ετών (22,4%). Το δείγμα φαίνεται να είναι αρκετά ομοιόμορφα κατανομημένο στις διάφορες ηλικιακές ομάδες, γεγονός που μπορεί να υποδηλώνει ότι η έρευνα κατάφερε να καταγράψει ένα ευρύ φάσμα απόψεων.

Η πλειονότητα των ερωτηθέντων (88,8%) ανέφερε ότι εργάζεται σήμερα, ενώ μόνο ένα μικρό ποσοστό (11,2%) δήλωσε ότι δεν εργάζεται. Το εύρημα αυτό δεν αποτελεί έκπληξη, καθώς το δείγμα αποτελείται πιθανότατα από εργαζόμενους επαγγελματίες ή/και άτομα που αναζητούν ενεργά εργασία.

Το LinkedIn φαίνεται να είναι μια ευρέως χρησιμοποιούμενη πλατφόρμα μεταξύ των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, με το 92,2% των ερωτηθέντων να αναφέρει ότι είναι στο LinkedIn. Επιπλέον, η πλειονότητα των ερωτηθέντων (86,2%) ανέφερε ότι βρίσκει σχετικές αγγελίες εργασίας στο LinkedIn, γεγονός που υποδηλώνει ότι η πλατφόρμα είναι ένα αποτελεσματικό εργαλείο για την αναζήτηση εργασίας και την επαγγελματική δικτύωση.

Συνολικά, οι πίνακες παρέχουν πολύτιμες δημογραφικές και συμπεριφορικές πληροφορίες σχετικά με τα άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα, οι οποίες μπορεί να είναι χρήσιμες για την κατανόηση της συμπεριφοράς και της στάσης τους απέναντι στην επαγγελματική δικτύωση και την αναζήτηση εργασίας. Αξίζει να σημειωθεί, ωστόσο, ότι το δείγμα ενδέχεται να μην είναι αντιπροσωπευτικό του ευρύτερου πληθυσμού και ότι απαιτείται περαιτέρω έρευνα για την επιβεβαίωση αυτών των ευρημάτων.

Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας, μπορεί να συναχθεί το συμπέρασμα ότι το LinkedIn θεωρείται ως μια πλατφόρμα που μπορεί να αυξήσει την έκθεση των ατόμων που αναζητούν εργασία στους εργοδότες. Η πλειονότητα των ερωτηθέντων (50%) απάντησε "Ναι" στην ερώτηση αν το LinkedIn διευκολύνει την αναζήτηση εργασίας. Αυτό υποδηλώνει ότι το LinkedIn θεωρείται πολύτιμο εργαλείο για όσους αναζητούν εργασία και θέλουν να αυξήσουν τις πιθανότητες να γίνουν αντιληπτοί από πιθανούς εργοδότες. Ωστόσο, μια σημαντική μειοψηφία των ερωτηθέντων (25%) απάντησε "Όχι" στην ίδια ερώτηση, υποδεικνύοντας ότι δεν πιστεύει ότι το LinkedIn αυξάνει την έκθεση στους εργοδότες. Ένα άλλο 25% των ερωτηθέντων απάντησε "Ίσως", υποδηλώνοντας αβεβαιότητα σχετικά με τον αντίκτυπο του LinkedIn στην αναζήτηση εργασίας.

Επιπλέον, η έρευνα ρώτησε τους ερωτηθέντες σχετικά με τον αντίκτυπο του Covid-19 στη δημοτικότητα του LinkedIn ως πλατφόρμα αναζήτησης εργασίας. Η πλειονότητα των ερωτηθέντων (60%) απάντησε "Ναι", υποδεικνύοντας ότι πιστεύουν ότι το Covid-19 έκανε το LinkedIn μια δημοφιλή πλατφόρμα για την αναζήτηση εργασίας. Αυτό υποδηλώνει ότι η πανδημία μπορεί να είχε θετικό αντίκτυπο στη χρήση και την αντίληψη του LinkedIn ως εργαλείου αναζήτησης εργασίας. Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι μια σημαντική μειοψηφία των ερωτηθέντων (22%) απάντησε "Όχι" σε αυτή την ερώτηση, υποδεικνύοντας ότι δεν πιστεύει ότι το Covid-19 είχε αυτή την επίδραση στο LinkedIn. Ένα άλλο 22% των ερωτηθέντων απάντησε "Ισως", υποδηλώνοντας αβεβαιότητα σχετικά με τον αντίκτυπο του Covid-19 στη δημοτικότητα του LinkedIn για την αναζήτηση εργασίας.

Συνολικά, τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι, ενώ το LinkedIn θεωρείται γενικά χρήσιμο εργαλείο για την αναζήτηση εργασίας, υπάρχει επίσης μια σημαντική μειοψηφία που δεν πιστεύει ότι αυξάνει την έκθεση στους εργοδότες. Ομοίως, ενώ η πλειοψηφία των ερωτηθέντων πιστεύει ότι το Covid-19 έκανε το LinkedIn μια δημοφιλή πλατφόρμα για την αναζήτηση εργασίας, υπάρχουν και εκείνοι που δεν είναι σίγουροι ή δεν πιστεύουν ότι αυτό ισχύει. Τα αποτελέσματα αυτά υπογραμμίζουν τη σημασία της κατανόησης των ατομικών αντιλήψεων και εμπειριών με το LinkedIn, καθώς και την πιθανή επίδραση εξωτερικών παραγόντων όπως η πανδημία του Covid-19 στη χρήση και την αντίληψη της πλατφόρμας για την αναζήτηση εργασίας.

5.2 Συζήτηση

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει αναπόσπαστο μέρος της σύγχρονης ζωής και έχουν επηρεάσει σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα έχουν πρόσβαση και χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα, ιδίως σε σχέση με τα αποτελέσματα στην αγορά εργασίας. Η άνοδος των διαφόρων πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης και η αυξανόμενη προβολή των διαδικτυακών επαγγελματικών κοινοτήτων έχουν μεταμορφώσει το τοπίο των κοινωνικών μέσων και της αναζήτησης εργασίας τα τελευταία χρόνια. Ενώ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν στα άτομα μια σειρά λειτουργιών που τους επιτρέπουν να επικοινωνούν και να ανταλλάσσουν περιεχόμενο με άλλους, υπάρχουν πιθανά μειονεκτήματα στο να βασίζεται κανείς αποκλειστικά σε

ψηφιακές πλατφόρμες για κοινωνικές και επαγγελματικές συνδέσεις. Αυτό το κεφάλαιο συζήτησης έχει ως στόχο να διερευνήσει τις ευκαιρίες και τις προκλήσεις που σχετίζονται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και την αναζήτηση εργασίας και να παράσχει πρακτικές ιδέες και συστάσεις για τους αναζητούντες εργασία, τους εργοδότες και τους υπεύθυνους προσλήψεων στην ψηφιακή εποχή.

Ευκαιρίες

Η εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δημιούργησε νέες ευκαιρίες για τους αναζητούντες εργασία να συνδεθούν με δυνητικούς εργοδότες και να αποκτήσουν πρόσβαση σε ένα ευρύτερο φάσμα ευκαιριών απασχόλησης. Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, όπως το LinkedIn, το Twitter και το Facebook, έχουν γίνει βασικά εργαλεία για τους αναζητούντες εργασία ώστε να δικτυωθούν και να παρουσιάσουν τις δεξιότητες και την εμπειρία τους σε πιθανούς εργοδότες. Αυτές οι πλατφόρμες επιτρέπουν στους αναζητούντες εργασία να δημιουργούν διαδικτυακά προφίλ, να συνδέονται με άλλους επαγγελματίες και να μοιράζονται περιεχόμενο που αποδεικνύει τις γνώσεις και τις ικανότητές τους.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν επίσης στους αναζητούντες εργασία μια σειρά λειτουργιών που τους επιτρέπουν να επικοινωνούν και να ανταλλάσσουν περιεχόμενο με άλλους, δημιουργώντας σημαντικές ευκαιρίες για την απόκτηση πληροφοριών και προσαρμοσμένου περιεχομένου. Οι αναζητούντες εργασία μπορούν να αξιοποιήσουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να ερευνήσουν πιθανούς εργοδότες, να αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με τις τάσεις του κλάδου και να έχουν πρόσβαση σε πόρους αναζήτησης εργασίας, όπως αγγελίες θέσεων εργασίας και συμβουλές σταδιοδρομίας. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δίνουν επίσης τη δυνατότητα στους αναζητούντες εργασία να προσαρμόζουν την αναζήτηση εργασίας στις συγκεκριμένες ανάγκες και προτιμήσεις τους, επιτρέποντάς τους να αναζητούν θέσεις εργασίας με βάση την τοποθεσία, τον κλάδο και άλλους παράγοντες.

Επιπλέον, η έρευνα έχει δείξει ότι οι αναζητούντες εργασία που χρησιμοποιούν άτυπους διαύλους πληροφόρησης για την αναζήτηση εργασίας τείνουν να έχουν καλύτερα αποτελέσματα όσον αφορά την ποιότητα της εργασίας και την ικανοποίηση σε σύγκριση με εκείνους που βασίζονται αποκλειστικά σε επίσημους διαύλους. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν μια πλατφόρμα για την ανεπίσημη ανταλλαγή πληροφοριών και μπορούν να αποτελέσουν πολύτιμο εργαλείο για τους αναζητούντες εργασία ώστε να αξιοποιήσουν τα δίκτυά τους και να αποκτήσουν πληροφορίες για

ευκαιρίες απασχόλησης που μπορεί να μην διαφημίζονται μέσω των επίσημων καναλιών.

Παρά τις ευκαιρίες που σχετίζονται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και την αναζήτηση εργασίας, υπάρχουν πιθανά μειονεκτήματα στο να βασίζεται κανείς αποκλειστικά σε ψηφιακές πλατφόρμες για κοινωνικές και επαγγελματικές επαφές. Έρευνες έχουν δείξει ότι η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να οδηγήσει σε μειωμένη ευεξία και υψηλότερα επίπεδα άγχους και κατάθλιψης. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να δημιουργήσουν πίεση για να παρουσιάζετε συνεχώς μια επιμελημένη και εξιδανικευμένη εκδοχή του εαυτού σας, οδηγώντας σε αισθήματα ανεπάρκειας και αυτοαμφισβήτησης.

Υπάρχουν επίσης ανησυχίες σχετικά με το ενδεχόμενο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να διαιωνίζουν τις υφιστάμενες κοινωνικές ανισότητες. Έρευνες έχουν δείξει ότι άτομα από μειονεκτούντα περιβάλλοντα μπορεί να έχουν λιγότερη πρόσβαση σε ψηφιακές πλατφόρμες και να είναι λιγότερο πιθανό να αξιοποιήσουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για σκοπούς αναζήτησης εργασίας. Αυτό μπορεί να διαιωνίσει τις υφιστάμενες ανισότητες στην αγορά εργασίας και να περιορίσει τις ευκαιρίες για όσους δεν έχουν πρόσβαση σε ψηφιακές πλατφόρμες.

Επιπλέον, οι εργοδότες χρησιμοποιούν ολοένα και περισσότερο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να ελέγχουν τους υποψηφίους για εργασία και να αξιολογούν την καταλληλότητά τους για τον οργανισμό. Ενώ αυτό μπορεί να είναι ένα πολύτιμο εργαλείο για τους εργοδότες προκειμένου να αξιολογήσουν τα προσόντα και την καταλληλότητα ενός υποψηφίου για τον ρόλο, μπορεί επίσης να οδηγήσει σε ανησυχίες σχετικά με την προστασία της ιδιωτικής ζωής και την πιθανή προκατάληψη. Οι υποψήφιοι που αναζητούν εργασία πρέπει να διαχειρίζονται προσεκτικά την ηλεκτρονική τους παρουσία και το προσωπικό τους εμπορικό σήμα, ώστε να διασφαλίζουν ότι τα προφίλ τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ευθυγραμμίζονται με τις επαγγελματικές τους φιλοδοξίες και δεν επηρεάζουν αρνητικά τις προοπτικές τους για εργασία.

Για να αντιμετωπιστούν οι προκλήσεις που σχετίζονται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και την αναζήτηση εργασίας, είναι σημαντικό να εξασφαλιστεί η ισότιμη πρόσβαση στις ψηφιακές πλατφόρμες και να αντιμετωπιστούν ζητήματα προκατάληψης και ανισότητας στους διαδικτυακούς χώρους. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω πρωτοβουλιών που αποσκοπούν στην αύξηση του ψηφιακού

αλφαριθμητισμού και στην παροχή κατάρτισης και υποστήριξης σε άτομα από μειονεκτούντα περιβάλλοντα.

Επιπλέον, οι αιτούντες εργασία πρέπει να διαχειρίζονται προσεκτικά την ηλεκτρονική τους παρουσία και την προσωπική τους επωνυμία για να διασφαλίσουν ότι τα προφίλ τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ευθυγραμμίζονται με τις επαγγελματικές τους φιλοδοξίες. Αυτό περιλαμβάνει τη διενέργεια τακτικών ελέγχων των προφίλ τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, την παρακολούθηση της δραστηριότητάς τους στο διαδίκτυο και τη συμμετοχή σε μελετημένες και επαγγελματικές αλληλεπιδράσεις στο διαδίκτυο.

Οι εργοδότες και οι υπεύθυνοι προσλήψεων έχουν επίσης ρόλο να διασφαλίσουν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούνται με δίκαιο και αμερόληπτο τρόπο. Η εμφάνιση των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης έχει δημιουργήσει νέες ευκαιρίες για τους αιτούντες εργασία να συνδεθούν με δυνητικούς εργοδότες, να αποκτήσουν πρόσβαση σε ένα ευρύτερο φάσμα ευκαιριών απασχόλησης και να προβάλουν τις δεξιότητες και την εμπειρία τους με έναν πιο εξατομικευμένο και δυναμικό τρόπο.

5.3 Προτάσεις

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει ένα ολοένα και πιο σημαντικό εργαλείο για όσους αναζητούν εργασία τα τελευταία χρόνια, με πολλούς να στρέφονται σε πλατφόρμες όπως το LinkedIn, το Twitter και το Facebook για να αναζητήσουν θέσεις εργασίας, να συνδεθούν με πιθανούς εργοδότες και να δικτυωθούν με επαγγελματίες του κλάδου. Ωστόσο, η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη διαδικασία αναζήτησης εργασίας έχει επίσης εγείρει ανησυχίες σχετικά με την προκατάληψη και την ανισότητα στους διαδικτυακούς χώρους.

Για την αντιμετώπιση αυτών των ζητημάτων, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής μπορούν να λάβουν διάφορα μέτρα για να διασφαλίσουν ότι οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούνται με δίκαιο και χωρίς αποκλεισμούς τρόπο. Μια βασική στρατηγική είναι η εφαρμογή πολιτικών και κατευθυντήριων γραμμών που προωθούν την πολυμορφία και την ένταξη στον εργασιακό χώρο και εξασφαλίζουν ισότιμη πρόσβαση στις ψηφιακές πλατφόρμες για όλους τους αιτούντες εργασία. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει μέτρα όπως η απαίτηση από τις εταιρείες να παρέχουν κατάρτιση σχετικά με την ποικιλομορφία και την ένταξη ή ο

καθορισμός ποσοτώσεων για τον αριθμό των υποεκπροσωπούμενων ομάδων που πρέπει να προσλαμβάνονται για ορισμένες θέσεις.

Μια άλλη προσέγγιση είναι η συνεργασία με εταιρείες μέσω κοινωνικής δικτύωσης για την ανάπτυξη εργαλείων και χαρακτηριστικών που προωθούν δίκαιες και ασφαλείς πρακτικές αναζήτησης εργασίας. Για παράδειγμα, οι αλγόριθμοι μπορούν να σχεδιαστούν για να μειώσουν την προκατάληψη στις δημοσιεύσεις θέσεων εργασίας και στις διαδικασίες ελέγχου, αφαιρώντας δυνητικά διακρίσεις στη γλώσσα ή στα κριτήρια. Ομοίως, οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να αναπτύξουν μηχανισμούς αναφοράς που επιτρέπουν στους αναζητούντες εργασία να επισημαίνουν περιπτώσεις διακρίσεων ή προκατάληψης στις καταχωρίσεις θέσεων εργασίας ή στις αλληλεπιδράσεις με τους εργοδότες.

Τέλος, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής μπορούν να υποστηρίξουν πρωτοβουλίες που προωθούν τον ψηφιακό αλφαριθμητισμό και παρέχουν εκπαίδευση και κατάρτιση σε άτομα που αναζητούν εργασία και εργοδότες σχετικά με την αποτελεσματική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για σκοπούς αναζήτησης εργασίας. Αυτό θα μπορούσε να περιλαμβάνει εργαστήρια ή διαδικτυακά μαθήματα που διδάσκουν τους αναζητούντες εργασία πώς να δημιουργούν επαγγελματικά διαδικτυακά προφίλ, να δικτυώνονται αποτελεσματικά και να αποφεύγουν τις συνήθεις παγίδες, όπως η υπερβολική κοινοποίηση ή η ανάρτηση ακατάλληλου περιεχομένου. Θα μπορούσε επίσης να περιλαμβάνει την παροχή πόρων για τους εργοδότες σχετικά με το πώς να χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να προσελκύσουν μια ποικιλόμορφη ομάδα υποψηφίων και πώς να αποφεύγουν την ακούσια διαιώνιση προκαταλήψεων ή διακρίσεων.

Συνολικά, με τη λήψη αυτών των μέτρων, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής μπορούν να βοηθήσουν να διασφαλιστεί ότι οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούνται για να ενισχύσουν και όχι να εμποδίσουν τη διαδικασία αναζήτησης εργασίας. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό δεδομένης της αυξανόμενης εξάρτησης από τις ψηφιακές τεχνολογίες σε πολλούς κλάδους και της δυνατότητας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης να διαιωνίζουν και να αμφισβητούν τις υφιστάμενες ανισότητες στον εργασιακό χώρο.

Καθώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συνεχίζουν να διαδραματίζουν ολοένα και πιο σημαντικό ρόλο στη διαδικασία αναζήτησης εργασίας, είναι ζωτικής σημασίας για τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής να αντιμετωπίσουν ζητήματα προκατάληψης και

ανισότητας στους διαδικτυακούς χώρους. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την εφαρμογή πολιτικών και κατευθυντήριων γραμμών που διασφαλίζουν την ισότιμη πρόσβαση στις ψηφιακές πλατφόρμες και προωθούν την ποικιλομορφία και την ένταξη στον εργασιακό χώρο. Επιπλέον, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής μπορούν να συνεργαστούν με τις εταιρείες μέσω κοινωνικής δικτύωσης για την ανάπτυξη εργαλείων και χαρακτηριστικών που διευκολύνουν τις ασφαλείς και δίκαιες πρακτικές αναζήτησης εργασίας, όπως αλγόριθμοι που μειώνουν την προκατάληψη στις δημοσιεύσεις θέσεων εργασίας και στις διαδικασίες ελέγχου. Τέλος, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής μπορούν να υποστηρίξουν πρωτοβουλίες που προωθούν τον ψηφιακό αλφαριθμητισμό και παρέχουν εκπαίδευση και κατάρτιση σε άτομα που αναζητούν εργασία και εργοδότες σχετικά με την αποτελεσματική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για σκοπούς αναζήτησης εργασίας. Με τη λήψη αυτών των μέτρων, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής μπορούν να συμβάλουν στη διασφάλιση ότι οι πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούνται για να ενισχύσουν και όχι να εμποδίσουν τη διαδικασία αναζήτησης εργασίας.

Ερωτηματολόγιο Χρήσης LinkedIn και Αναζήτησης Εργασίας

1. Ποιο είναι το φύλο σας;
 - ☐ Γυναίκα
 - ☐ Άνδρας
 - ☐ Προτιμώ να μην πω
 - ☐ Άλλο: [Σύντομη απάντηση κειμένου]
2. Σε ποια ηλικιακή ομάδα ανήκετε;
 - ☐ 18-25
 - ☐ 26-35
 - ☐ 36-45
 - ☐ 46-55
 - ☐ 55+
3. Εργάζεστε αυτή τη στιγμή;
 - ☐ Ναι
 - ☐ Όχι
4. Είστε στο LinkedIn;
 - ☐ Ναι
 - ☐ Όχι
5. Βρίσκετε σχετικές αγγελίες εργασίας στο LinkedIn;
 - ☐ Ναι
 - ☐ Όχι
 - ☐ Ίσως
6. Βρίσκετε ευκαιρίες στο LinkedIn;
 - ☐ Ναι

- ο Όχι

7. Το LinkedIn διευκόλυνε την αναζήτηση εργασίας σας;

- ο Ναι
- ο Όχι
- ο Ίσως

8. Πιστεύετε ότι το LinkedIn αυξάνει την έκθεσή σας στους εργοδότες;

- ο Ναι
- ο Όχι
- ο Ίσως

9. Πιστεύετε ότι το Covid-19 έκανε το LinkedIn μια δημοφιλή πλατφόρμα για την αναζήτηση εργασίας;

- ο Ναι
- ο Όχι
- ο Ίσως

10. [Προαιρετικό] Έχετε κάποια πρόσθετα σχόλια σχετικά με την εμπειρία σας με το LinkedIn για την αναζήτηση εργασίας;

Βιβλιογραφία

Deloitte Consulting. (2014). Global Human Capital Trends: Engaging the 21st-century workforce. Deloitte University Press.

Headworth, A. (2015). Social Media Recruitment, 1st Edition. London: Kogan Page.

Marsden, P.V., & Hurlbert, J.S. (1988). Social resources and mobility outcomes: a replication and extension, *Social Forces*, 66(4), 1038-1059

Karim et al. (2015). E-Recruitment in practice: A study on jobseekers' perception in Bangladesh. *Global Disclosure of Economics and Business*.

Anderson, N. (2003). Applicant and recruiter reactions to new technology in selection: a critical review and agenda for future research. *International journal of Selection and Assessment*.

Hosain, S., & Liu, P. (2020). The Impact of Social Media Recruitment on Job Candidates' Perceptions: Evidence from Bangladeshi Fresh Graduates. *Postmodern Openings*, 11(1), 20-41.

Sweeny, S. (2011). *Social Media for Business*. Canada: Maximum Press.

Arjomandy, D. (2016). Social media integration in electronic human resource management: Development of a social eHRM framework. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 33, 108–123. <https://doi.org/10.1002/CJAS.1380>

Benedict, C. (2019). Recruitment via social media: advantages and potential bias. *Journal of SAGE*.

Bicky, S., & Kwok, L. (2011). Social Media as an Employee Recruitment Tool. *MDPI Academic Journals*.

Brown, P., & Thompson, L. (2011). The writing on the (Facebook) wall: The use of social networking sites in hiring decisions. *Journal of Business Psychology*.

Budgen and Brereton. (2006). Performing systematic literature reviews in software engineering. *Careerarc*. (2021). 2021 Future of Recruiting Study. Retrieved from careerarc: <https://social.careerarc.com/2021-future-of-recruiting-study/>

Cascio, W., & Montealegre, R. (2016). How Technology is Changing Work and Organizations. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*.

Clark, A., & Roberts, S. (2010). Employer's use of social networking sites: a socially irresponsible practice. *Journal of Business Ethics*. CMHC Committee. (2022, January 6). PRISMA Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses)

Van Hoyer, G., Klehe, I. U., & van Hooft, E. A. J. (2013). Job search behavior as a multidimensional construct: a review of different job search behaviors and sources.

In U.C Klehe, & E.A.J. van Hooft (Eds.), *Oxford Handbook of Job Loss and Job Search*. New York, NY: Oxford University Press.

Van Hoyer, G., Saks, A. M. (2008). Job search as goal-directed behavior: objectives and methods. *Journal of Vocational Behavior*, 73(3), 358–367.

Varnhagen, C. K., Gushta, M., Daniels, J., Peters, T. C., Parmar, N., Law, D., & Johnson, T. (2005). How informed is online informed consent. *Ethics & Behavior*, 15(1), 37-48.

Verhaeghe, P.P., Van der Bracht, K., & Van de Putte, B. (2015). Inequalities in social capital and their longitudinal effects on the labour market entry. *Social Networks*, 40(8), 174-184.

Vriens, E., & van Ingen, E. (2017). Does the rise of the Internet bring erosion of strong ties? Analyses of social media use and changes in core discussion networks. *New Media & Society*, 00(0), 1-18.

Neaz Mujeri. (2020). Social Media Activeness and Work-Life Balance in Bangladesh Context: A Descriptive Study Background. Research gate.

Wanberg, C. R. (2012). The individual experience of unemployment. *Annual Review of Psychology*, 63(15), 369-396.

Tufts et al. (2014). Social Media and Local Government Human Resources Practices. *Journal of Human Resources Management*.

Wanberg, C. R., Kanfer, R., & Banas, J. T. (2000). Predictors and outcomes of networking intensity among unemployed job seekers. *Journal of Applied Psychology*,

85(4), 491-503. Wasserman, S. & Faust, K. (1994). *Social network analysis: Methods and applications*. Cambridge, UK: Cambridge University Press

Molnar, W. (2011). *Human Resources Management, Recruitment Procedures*. Charleston: Create Space Inc.

Muduli, A., & Trivedi, J. J. (2020). Social media recruitment: the role of credibility and satisfaction. *Evidence-Based HRM: A Global Forum for Empirical Scholarship*, 8(2), 237– 251

Micik, M. & Eger, L. (2015). Recruiting talents with social media. *Actual problems in Economics*, 165, 266.

Montuschi, P., Gatteschi, V., Lamberti, F., Sanna, A. & Demartini, C. (2014). Job Recruitment and Job Seeking Processes: How Technology Can Help. *IT Professional*, 16, 41-49.

Nicholson, N., West, M. & Cawsey, T. F. (1985). Future uncertain: Expexted versus attained job mobility among managers. *J. Occupational Behavior*, 58, 313-320

Nikolaou, I. (2014). Social Networking Web Sites in Job Search and Employee Recruitment. *International Journal of Selection and Assessment*, 22, 179-189.

O'Regan, G. (2012). *A brief history of computing*, New York;London;, Springer.

O'REILLY, T. (2012). *What is web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software*.

Lofrisco, B. M. (2012). How do career centers use social networking sites? *Career Development Quarterly*, 60, 263-272.

Panel, A. T. (2015). Millennials Less Likely Than Boomers, Gen X to Embrace Generational Label [Online]. America: Pew research center.

Available: http://www.peoplepress.org/2015/09/03/most-millennials-resist-the-millennial-label/9-2-2015_01/ [Accessed Dec 20th 2015]