

VIRTUALNO OKRUŽJE: POTENCIJALI DRUŠTVENE MREŽE LINKEDIN NA TRŽIŠTU RADA

Iva BULJUBAŠIĆ

Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Ulica kralja Petra Svačića 1f, Osijek, Hrvatska
buljubasic.unios@gmail.com

Sažetak

Na suvremenom tržištu rada pojava virtualnih okružja značajno je oblikovala strategije profesionalnog umrežavanja, traženja i ponude posla te poslovne prepoznatljivosti i osobne poslovne promocije. U virtualnom poslovnom okružju postoje „osobne iskaznice“ koje daju uvid u profesionalni identitet, karijeru i poslovne aktivnosti prije negoli smo i upoznali individuu ili organizaciju u fizičkom poslovnom okružju. LinkedIn, kao vodeća profesionalna društvena mreža, nudi brojne mogućnosti za prezentaciju vještina, iskustava i postignuća omogućujući korisnicima da izgrade svoj profesionalni identitet kao poduzeće ili individua i povežu se s potencijalnim poslodavcima, individuama sličnih ili istih profesionalnih puteva te akademskim i industrijskim liderima. Cilj je rada iskazan kroz istraživanje potencijala društvene mreže LinkedIn kao ključnog alata u oblikovanju ishoda zapošljavanja i poboljšanju razvoja karijere. Kroz analizu i pregled postojeće literature rad istražuje ulogu LinkedIna u olakšavanju mogućnosti zapošljavanja, koliko se spomenuta društvena mreža može učinkovito rabiti za tvrtke i individue i koje se informacije mogu širiti uz pomoć LinkedIna. Istraživanja ističu učinkovitost LinkedIna u širenju vlastite poslovne promocije, i poslovnih organizacija i samih individua, te uporabu mreže za kontinuirano učenje, razvoj i poslovno umrežavanje. Dodatno, u radu se raspravlja o izazovima povezanim s održavanjem aktivne prisutnosti na LinkedInu, koji sadržaj upotrebljavati na mreži kako bi se održavala relevantnost te može li se u današnjem virtualnom poslovnom svijetu biti prepoznat i vidljiv bez društvene mreže kao što je LinkedIn. Također, u radu se još prikazuje koje su slične društvene mreže poput LinkedIna, zašto je među njima LinkedIn vodeća društvena mreža te može li LinkedIn služiti kao ključni instrument povezivanja, promocije i komunikacije na tržištu rada. Predloženi su budući smjerovi istraživanja za daljnje razumijevanje rastućeg utjecaja LinkedIna na osobnu poslovnu promociju.

Ključne riječi: digitalizacija, društvene mreže, LinkedIn, osobna promocija, tržište rada

Ključna poruka rada: Usmjeravanje razvoja karijere u suvremenom poslovnom okruženju zahtjeva osvještavanje važnosti osobne poslovne promocije. Radom se istražuje utjecaj poslovne prepoznatljivosti i karijernog napretka.

1. Uvod

Današnji svijet je digitalno globalno selo i gdje se poslovni identiteti stvaraju putem poslovnih uspjeha, a ti isti poslovni uspjesi se danas mogu podijeliti s istomišljenicima na društvenim mrežama koje su specijalizirane baš za navedeno. U suvremenom okruženju uočavaju se značajne promjene u poslovnom okruženju, vrlo brzo mijenjajući se uglavnom pod utjecajem tehnologije (Milošević i sur., 2023; Khairan i Sesmiarni, 2024), a kroz tehnologiju civilizacija je dobila nove mogućnosti za učenje i napredovanje (Islam i sur., 2019; Umoru, 2014), te je i sama ta tehnologija utjecala na karijeru individualaca. (Davis i sur., 2020; Pena, Curado i Oliviera, 2022; Prastyaningtyas i sur., 2023; Jackson, Michelson i Munir, 2020; Kirilov, 2020)

U suvremenom okruženju uz naglasak važnosti internetske tehnologije jer spomenuta tehnologija učinkovito pomaže u usvajanju suradnje i mreže na većim geografskim udaljenostima među sveučilištima i tvrtkama (Ding i sur., 2010, Forman and van Zeebroeck, 2012, Hoekman i sur., 2010), također bitno je naći način umrežavanja jer je umrežavanje relevantna komponenta samo upravljanja u karijeri. (Schoen, Rost i Seidl, 2018; Yang, Chawla i Uzzi, 2019 kako je citirano u Olsson i sur., 2020; Blickle i sur., 2012; Kim, 2013; Ng i Feldman, 2014; Spurk, Hirschi i Dries, 2019; Wolff i Moser, 2009, 2010).

Pojava društvenih mreža značajno je promijenila dinamiku poslovne komunikacije i zapošljavanja, pružajući nove mogućnosti za stvaranje profesionalnih identiteta, širenje mreže kontakata te promoviranje vještina i postignuća. Među najvažnijim platformama koje su specijalizirane za povezivanje stručnjaka i razvoj karijera ističe se LinkedIn. Društvena mreža LinkedIn dozvoljava korisnicima da dijele svoje mišljenja i stavove u vezi svojih i drugih poslovnih poduhvata, da stvaraju poslovne, pa uz to i privatne identitete koje će impresionirati i motivirati druge korisnike za poslovnu suradnju te i na kraju stvoriti mrežu koja će pomoći u stvaranju poslovnog uspjeha na tržištu rada.

U istraživanju korišten je sustavni pregled literature, analiza sekundarnih podataka, te odabranih istraživanja objavljenih u razdoblju od 2000. do 2024. godine. Primarni fokus bio je na radovima na engleskom i hrvatskom jeziku. Pretraživanje je provedeno putem platformi *ResearchGate*, *Web of Science* i *Google Scholar*, koristeći ključne pojmove na engleskom jeziku, poput: *LinkedIn*, *LinkedIn as promotion tool* i *LinkedIn as social network*. Članci koji su starijeg datuma izabrani su za rad jer su opisani načini rada samog

LinkedIn-a i definicije umrežavanja, a zanimljivo je vidjeti da sve navedeno može pronaći i u literaturi objavljenoj prije dvadesetak godina. Za pretragu članaka na hrvatskom jeziku korišteni su izrazi poput: društvena mreža LinkedIn, LinkedIn na tržištu rada, LinkedIn kao promocijski kanal, LinkedIn za osobnu promociju i osobna promocija putem društvenih mreža. Autorica je kroz istraživanje pronašla 95 radova na zadanu temu, no određeni radovi nisu odabrani za analizu u ovom radu jer nisu zadovoljavali kriterij minimalne citiranosti, koji je bio ključni faktor u odabiru relevantnih izvora. Na kraju je odabrano 60 relevantnih radova (ostalo su mrežne stranice) koji su temeljito analizirani. Svrha ove metodologije bila je pružiti uvid u raznolikost kroz istraživanje potencijala društvene mreže LinkedIn kao značajnog alata u oblikovanju zapošljavanja i unapređenju karijernog razvoja.

Na temelju istražene literature, postavljena su dva sljedeće istraživačka pitanja:

IP1: Pridonosi li društvena mreža LinkedIn pri poslovnom umrežavanju, unapređenju karijere i u promociji na tržištu rada prema relevantnoj literaturi?

IP2: Mogu li se na društvenoj mreži LinkedIn dijeliti osobni podaci?

Cilj rada je da kroz analizu i pregled dostupne literature se analizira uloga LinkedIn-a u poboljšanju mogućnosti zapošljavanja, kako ga tvrtke i pojedinci mogu učinkovito koristiti te koje vrste informacija se mogu širiti putem te platforme. Uz navedeno, istražuje se kako istraživači predstavljaju potencijale društvene mreže LinkedIn kao ključnog alata u oblikovanju ishoda zapošljavanja, poboljšanju razvoja karijere i samo promocije.

2. Pregled literature

U nastavku slijedi pregled relevantne literature, s ciljem prikaza i analize postojećih istraživanja i teorijskih okvira vezanih uz društvenu mrežu LinkedIn, te kako LinkedIn utječe na unaprjeđenje karijere i da li je uspješan kao promocijski alat na tržištu rada.

2.1. Društveno mreža LinkedIn

Društvena mreža LinkedIn, jedna od vodećih mjesta za društveno umrežavanje u digitalnom svijetu, osmišljena s namjerom da se pomogne korisnicima međusobno se profesionalno povezati i unaprijediti profesionalni život u aspektima kao što su:

- a) Traženje prilika za posao;
- b) Traženje odgovarajućih potencijalnih kandidata za prilike za posao;
- c) Povećanje povezanosti između organizacija i profesionalaca;
- d) Ostvarivanje profesionalnih postignuća. (Basu, 2021)

LinkedIn je mreža koja je pokrenuta 05. svibnja 2003. godine od strane Reida Hoffmana i njegovog tima, imala je namjeru da se profesionalni život „doveđe“ u digitalni svijet i da se pruži prilika korisnicima za lakše profesionalno umrežavanje (Jose, 2019 kako je citirano u Zeb-Obipi i Ekweozor, 2020). Također, profili korisnika su profesionalni bez ili malo privatnih informacija (Heather i Felicia, 2013; Saković i Terzić, 2018; Romić, Poplašen i Mitrović, 2022; Daniels i sur., 2021) i gdje se dijele informacije vezane za vlastitu karijeru (Rubayet, 2019; Dobrinčić, 2020) i tražnje posla (Ostojić i sur., 2023). LinkedIn je besplatan (Knežević i Ivković, 2022) i omogućuje korisnicima da daju informacije o sebi i njihove kontakte, omogućujući potencijalnim poslodavcima traženje informacija o istima (Sameen i Cornelius, 2013). Autor Kortesus (2011), jednostavno definira LinkedIn kao Facebook za profesionalce.

Prema Jenifer, Vishmita i Sowmiya (2023) korisnici mogu izraditi profile na LinkedInu koristeći njegovu osnovnu funkcionalnost, koja obično uključuje prikaz profesionalnog životopisa korisnika, kao što je radno iskustvo, sposobnosti, te osobna fotografija za zaposlenike. Poslodavci mogu otvarati pozicije za razna radna mjesta i tražiti moguće kandidate za iste. Prema preporuci algoritma, korisnici mogu locirati tvrtke, osobe i mogućnosti zapošljavanja. Dodatno, korisnici imaju mogućnost praćenja raznih tvrtki, stručnih događaja i konferencija. Također, autori Safdar i Abbasi (2020) naglašavaju profesionalni aspekt LinkedIn-a u smislu da LinkedIn omogućuje korisnicima, poslodavcima i radnicima, stvaranje i uređivanje profila te međusobno povezivanje u online društvenoj mreži koja može simbolizirati profesionalni odnos i u stvarnom svijetu.

LinkedIn danas, prema Productlondondesign.com (2024):

- a) Broji preko 830 milijuna članova diljem svijeta;
- b) Svake dvije sekunde dobije 2 nova člana;
- c) Dostupan je na 24 jezika i služi raznolikoj globalnoj publici.

Prema Statista.com (2024), broj korisnika LinkedIna kontinuirano će se povećavati između 2024. i 2028. za ukupno 171,9 milijuna korisnika (+22,3 posto). Nakon šeste uzastopne godine povećanja, procjenjuje se da će LinkedIn korisnička baza dosegnuti 942,84 milijuna korisnika i stoga dosegnuti novi vrhunac 2028. godine.

Prema autoru Bump (2020) kako je napisano u Cortez, Johnston i Dastidar (2022) za korisnike LinkedIn-a najvažniji promocijski cilj je imati što pratitelja, a prema Lessard (2019) povećanje ukupnog broj pratitelja može dovesti do većeg organskog dosega i robusnijeg uvid u publiku tj. povećanje vidljivosti profila (Lessard, 2019).

2.2. Korištenje i potencijali LinkedIn-a

Prema istraživanju autora Ismail i Koshy (2017) LinkedIn je izvrstan alat za regrutacija nove radne snage na tržištu.

Prema Purcell (2021) ključna primjena LinkedIna je unutar područja upravljanja karijerom, dok prema Augado i suradnicima (2019) kvaliteta profila na društvenoj mreži LinkedIn se bazira na kvaliteti profila i iskustva korištenja društvenih mreža tj. shvaćanja načina funkcioniranja algoritma društvenih mreža.

Prema Ziegele i Reinecke (2017) uspješno korištenje LinkedIn-a ovisi o shvaćanju načina objavljivanja sadržaja, a preporučuju dijeljenje više pozitivnih u odnosu na negativne objave, te da dijeljenje osobnih informacija nije prihvatljivo za LinkedIn jer je napravljen za profesionalnu svrhu (Bryant i Marmo, 2012). Također, kada se govori o uspješnom korištenju LinkedIn-a, prema autoru Kananen (2014) kako je napisano u Gratschew (2016) profilna slika trebala bi biti vjerodostojna i predstaviti osobu što je realnije moguće. Dalje u profilu je sažetak, gdje korisnici mogu opisati svoja postignuća, ciljeve i misije, a sažetak treba uključivati sve što je ključno o korisniku LinkedIna što može poboljšati šanse profila da bude pronađen među milijunima drugih korisnika. Uz navedeno, autor Peregerin (2012) kako je navedeno u Power (2015) također govori o uspješnom korištenju LinkedIn-a te navodi kao i profilna slika veliku ulogu u vjerodostojnosti samog profila.

Prema istraživanju iz 2019. godine autora Mogaji-a, LinkedIn je predstavljao više izazova nego potencijala, dok autor Purcell (2021) smatra da je društvena mreža LinkedIn izvrstan alat za unapređenje karijere, te Pinho i suradnici (2019) također potvrđuju da je LinkedIn izvrstan alat za regrutaciju zaposlenika i samo umrežavanje. Svjetle točke društvene mreže LinkedIn također naglašavaju autori (Huisman i sur., 2002; Mangematin, 2000; Wendler i sur., 2012; McAlpine i Emmioğlu, 2015; Nogueira i sur., 2015; van der Weijden i sur., 2016) kako je navedeno u Baruffaldi, Maio i Landoni, 2017; Ecleo i Galido, 2017) koji govore da LinkedIn može pružiti važne podatke pomoću kojih bi se riješio problem zapošljavanja i unapređenja karijere na tržištu rada, baš u akademskoj zajednici. Dobrobiti društvene mreže LinkedIn za online umrežavanje, također je dokazano u istraživanju Davis i suradnika (2020) gdje su dokazali hipotezu da broj kontakata na LinkedInu i učestalost korištenja LinkedIna je imalo značajne pozitivne korelacije s karijernom orijentacijom i sposobnošću umrežavanja. No, isti autori, govore kako broj kontakata može biti vrlo istaknuta značajka na LinkedIn profilu, on nije dominantni prediktor ostvarivanja koristi. Mnogi kontakti mogu biti više ili manje uspavane veze za razliku od slabih veza koje zahtijevaju a minimalna razmjena. Uz dobre strane LinkedIna, veže se i autorica Utz (2016) kako je napisano u Maerz (2021) koja govora da postoji pozitivan odnos između čitanje postova i objavljivanje profesionalnog sadržaja na LinkedInu kako bi se povećala vidljivost pojedinca. Da društvena mreža LinkedIn pozitivno utječe na unapređenje karijere dokazano je istraživanjem autora Pardim i suradnika (2022), gdje su dokazane sljedeće hipoteze: korištenje LinkedIn-a pozitivno utječe na društveni utjecaj i obrnuto. Pozitivan utjecaj u društvu, naravno donosi i samom unapređenje karijere. Također, autori Kauffman, Weisberg i Fishman (2022) su dokazali da LinkedIn ima potencijal, ne samo za profesionalno umrežavanje, već i za unapređenje karijere i edukaciju, uz Healy i suradnike (2023) koji preporučuju da edukatori koji koriste LinkedIn u nastavnom planu

i programu temelje svoj rad na koherentnijim, kohezivnijim i integriranijim teorijama učenja o karijeri i zapošljavanju. Da, društvena mreža LinkedIn pomaže u unapređenju karijeru dokazuju i autori Antić i Lukić Nikolić (2023) gdje navode rezultate istraživanja koja su pokazala kako 40% ispitanika barem je nekada dobilo ponudu za posao putem LinkedIn mreže, a 61% ispitanika smatra ovu mrežu važnom za razvoj svoje karijere, i Ostojić i suradnici (2023) u svojem istraživanju govore kako 45,7% ispitanika traži posao putem LinkedIn-a, te 45,2% primjećuju oglase za posao na istoj poslovno – društvenoj mreži. Slika 1. prikazuje čimbenike uspješnog korištenja LinkedIn-a.

Slika 1. Faktori za uspješno korištenje LinkedIn-a



Izvor: izrada autorice

Da bi se lakše saželo i razumjelo način korištenja LinkedIn-a, autorica je napravila sliku pod brojem 1, gdje se može vidjeti da visoka kvaliteta profila mora sadržavati kvalitetnu sliku profila i zanimljiv sažetak, a zanimljiv sažetak znači da se korisnici lako mogu razlikovati od drugih profila kako bi bili što vidljiviji u virtualnom poslovnom okruženju. Uz navedeno, važno je na profilu dijeliti sadržaj koji je profesionalan ali ujedno i zanimljiv publici koja prati sadržaj na određenom profilu.

3. Rasprava

U okviru istraživanja 60 radova objavljenih u razdoblju 2000. do 2024. godine. U nastavku je prikazana tablica koja prikazuje glavne zaključke najznačajnijih radova. U pregled su uključeni i radovi iz ranijih razdoblja zbog kvalitete njihovih zaključaka.

Tablica 1. Pregled radova i zaključaka

Autori i godina	Zaključak
Ismail i Koshy (2017)	Prema istraživanju, LinkedIn je izvrstan alat za regrutaciju nove radne snage na tržištu.
Purcell (2021)	LinkedIn se primarno koristi unutar područja upravljanja karijerom .
Augado i sur. (2019)	Kvaliteta profila na LinkedIn-u se temelji na kvaliteti profila i iskustvu korištenja društvenih mreža te shvaćanju funkcioniranja algoritama .
Ziegele i Reinecke (2017)	Uspješno korištenje LinkedIn-a ovisi o shvaćanju načina objavljivanja sadržaja , pri čemu je preporučljivo dijeliti više pozitivnih nego negativnih objava. Dijeljenje osobnih informacija nije prihvatljivo jer je mreža namijenjena profesionalnim ciljevima.
Kananen (2014) (u Gratschew 2016)	Profilna slika na LinkedIn-u treba biti vjerodostojna i realno predstavljati osobu. Sažetak profila treba obuhvatiti ključne informacije o korisniku radi boljeg pretraživanja.
Peregerin (2012) (u Power 2015)	Profilna slika na LinkedInu igra ključnu ulogu u vjerodostojnosti profila.
Mogaji (2019)	Prema istraživanju, LinkedIn predstavlja više izazova nego potencijala .
Purcell (2021)	LinkedIn je izvrstan alat za unapređenje karijere .
Pinho i sur. (2019)	LinkedIn je odličan alat za regrutaciju zaposlenika i umrežavanje .
Huisman i sur. (2002); Mangematin (2000); Wendler i sur. (2012); McAlpine i Emmioğlu (2015); Nogueira i sur. (2015); van der Weijden i sur. (2016) (u Baruffaldi, Maio i Landoni, 2017)	LinkedIn pruža ključne podatke za rješavanje problema zapošljavanja i unapređenja karijere u akademskoj zajednici.
Davis i sur. (2020)	Broj kontakata na LinkedInu i učestalost korištenja imaju pozitivnu korelaciju s karijernom orijentacijom i umrežavanjem , ali nisu glavni prediktori koristi.
Utz (2016) (u Maerz 2021)	Postoji pozitivan odnos između čitanja postova i objavljivanja profesionalnog sadržaja na LinkedInu za povećanje vidljivosti.
Pardim i sur. (2022)	Korištenje LinkedIna pozitivno utječe na društveni utjecaj , što poboljšava unapređenje karijere .
Kauffman, Weisberg i Fishman (2022)	LinkedIn ima potencijal ne samo za profesionalno umrežavanje , već i za unapređenje karijere i edukaciju .
Healy i sur. (2023)	Preporučuju se integrirane teorije o učenju o karijeri i zapošljavanju u edukaciji putem LinkedIna .
Antić i Lukić Nikolić (2023)	40% ispitanika je dobilo ponudu za posao putem LinkedIna , a 61% smatra da je mreža važna za razvoj karijere .
Ostojić i sur. (2023)	45,7% ispitanika koristi LinkedIn za traženje posla , a 45,2% primjećuju oglase za posao na ovoj društvenoj mreži.

Izvor: izrada autorice

Na temelju sekundarnih podataka koji su pregledani u ovom radu, mogu se dati odgovori na istraživačka pitanja.

Pregled literature pokazuje da LinkedIn značajno doprinosi poslovnom umrežavanju, unapređenju karijere i promociji na tržištu rada. Različiti autori potvrđuju da je LinkedIn vrlo učinkovit alat za povezivanje profesionalaca, olakšavanje zapošljavanja te promicanje vještina i postignuća. LinkedIn se koristi za traženje poslova, regrutaciju, dijeljenje profesionalnog sadržaja i izgradnju poslovnih identiteta. Studije također ukazuju na važnost kvalitete profila, kao što su profesionalna slika i sažetak, koji igraju ključnu ulogu u uspješnom korištenju ove mreže. Osim toga, aktivna prisutnost i dijeljenje pozitivnog profesionalnog sadržaja na LinkedInu pomažu u povećanju vidljivosti i profesionalnog ugleda.

Odgovor na istraživačko pitanje pod brojem dva nije potvrdno. LinkedIn se primarno koristi za dijeljenje profesionalnih podataka kao što su radno iskustvo, vještine i postignuća, dok je dijeljenje osobnih informacija ograničeno. Literatura sugerira da se LinkedIn razlikuje od drugih društvenih mreža jer je namijenjen za profesionalne svrhe, a ne za osobne ili privatne interakcije. Stoga, dijeljenje osobnih podataka, poput privatnih detalja ili neformalnih sadržaja, nije prihvatljivo u profesionalnom kontekstu LinkedIna, te se preporučuje da korisnici zadrže fokus na poslovnim aspektima kako bi maksimizirali koristi ove platforme.

Također, putem pregleda literature može se ustanoviti kako LinkedIn mreža raste s brojem korisnika u zadnjih 10 godina i da će i dalje tako ostati. Stoga, s time i dolazi sama preporuka profesionalcima u industriji i akademiji da koriste navedenu društvenu mrežu, i ne samo radi rastućeg broj korisnika, već i bolje vidljivosti profesionalaca na spomenutoj društvenoj mreži na tržištu rada.

4. Zaključak

Na temelju analize literature objavljene na temu LinkedIn-a, može se zaključiti da ova društvena mreža ima višestruke koristi, osobito u kontekstu regrutacije, upravljanja karijerom i profesionalnog umrežavanja. Različiti autori potvrđuju da je LinkedIn snažan alat za regrutaciju unapređenje karijeru kao i za stjecanje profesionalnih kontakata i edukaciju. Istraživanja naglašavaju važnost kvalitete profila, pri čemu se ističe vjerodostojna profilna slika i sažetak kao ključni elementi za postizanje vidljivosti i autentičnosti na ovoj mreži. Također, uspješno korištenje LinkedIn-a povezano je s razumijevanjem načina funkcioniranja algoritama i objavljivanja pozitivnog, profesionalnog sadržaja. Samo jedan autor u analizi literaturi ističe da LinkedIn može predstavljati više prepreka nego potencijala. Unatoč tome, većina literature potvrđuje pozitivne korelacije između korištenja LinkedIn-a, broja kontakata i unapređenja karijere. Zaključno, LinkedIn se pokazuje kao važan alat za profesionalno napredovanje i umrežavanje, iako njegov uspjeh ovisi o kvaliteti korištenja i aktivnom sudjelovanju korisnika.



Zaključno, rad potvrđuje da je LinkedIn ključni alat za profesionalno umrežavanje, upravljanje karijerom i osobnu promociju na suvremenom tržištu rada. Kao vodeća društvena mreža usmjerena na poslovne korisnike, LinkedIn nudi brojne mogućnosti za prezentaciju vještina, umrežavanje i razvoj karijere. Analiza literature pokazuje da su ključni faktori za uspješno korištenje LinkedIn-a vjerodostojnost profila, kvalitetna profilna slika i sažetak, te aktivno sudjelovanje kroz objavljivanje profesionalnog sadržaja. Iako postoje i izazovi, kao što su održavanje relevantnosti i aktivnosti na platformi, većina istraživanja potvrđuje pozitivne učinke LinkedIn-a na razvoj karijere, pronalaženje zaposlenja i širenje profesionalne mreže kontakata. Rad također sugerira da LinkedIn ima potencijal za daljnje istraživanje kao alat za osobnu promociju i zapošljavanje, te naglašava potrebu za aktivnim i promišljenim korištenjem platforme kako bi se ostvarile prednosti koje ona nudi.

Rad ne uzima u obzir potencijalne razlike u korištenju LinkedIna između različitih zemalja i regija što je važno budući da specifičnosti tržišta rada i poslovne kulture mogu značajno utjecati na uspjeh korištenja LinkedIna, a to nije dovoljno razmotreno u radu. Također, u okviru rada se ne predviđaju buduće promjene i kako će one utjecati na korištenje društvenih mreža. Ovo istraživanje nije analiziralo specifičnosti kako određeni sektori (npr. zanatska zanimanja, medicinski sektor) mogu imati manje ili više koristi od platforme.

Uslijed navedenog, buduća istraživanja trebala bi detaljnije ispitati utjecaj LinkedIna u različitim industrijskim sektorima, kako bi se utvrdilo postoji li razlika u korištenju različitih društvenih mreža u pojedinim poslovnim granama. Također, buduća istraživanja mogla bi se fokusirati na usporedbu korištenja LinkedIna u različitim kulturnim kontekstima i tržištima rada, kako bi se razumjele specifične prednosti i izazovi u različitim geografskim područjima. Preporuča se provođenje longitudinalnih studija koje bi pratile odabrane korisnike LinkedIna tijekom duljeg vremenskog razdoblja, kako bi se kvantificirao stvarni utjecaj platforme na zapošljavanje i karijerni razvoj.

Literatura

50 LinkedIn Statistics Every Professional Should Know in 2024 (25. kolovoza 2024). Preuzeto s <https://productlondondesign.com/linkedin-statistics-every-professional-should-know-2024/>

Aguado, D., Andres, J., Garcia-Izquierdo, A. i Rodriguez, J. (2019). LinkedIn “Big Four”: Job performance validation in the ICT sector. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 35 (2), 53 – 64.

Antić, S. i Lukić Nikolić, J. (2023). Uticaj savremenih digitalnih alata na kandidate sa tržišta rada: analiza linkedin mreže. *Skei-međunarodni interdisciplinarni časopis*, 4 (1), 6 – 17.

Baruffaldia, S.H., Maiob G., D. i Landoni, P. (2017). Determinants of PhD holders’ use of social networking sites: An analysis based on LinkedIn. *Research Policy*, 46 (4), 740 – 750.

Basu, A. (2021). Effect of Personal Branding Efforts on Job Prospects of a LinkedIn User. *IT in Industry*, 9 (2), 323 – 332.

Blickle, G., John, J., Ferris, G. R., Momm, T., Liu, Y., Haag, R. i Oerder, K. (2012). Fit of political skill to the work context: A two-study investigation. *Applied Psychology: An International Review*, 61, 295 – 322 DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2011.00469.x>.

Bryant, E. M. i Marmo, J. (2012). The rules of Facebook friendship: A two stage examination of interaction rules in close, casual, and acquaintance friendships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 29 (8), 1013 – 1035. DOI: <https://doi.org/10.1177/0265407512443616>

Bump, P. (2020). 24 LinkedIn stats that marketers need to know in 2020. Preuzeto s <https://blog.hubspot.com/marketing/>

Cortez, R., M., Johnston, W., J. i Dastidar, A., G. (2022). Managing the content of LinkedIn posts: Influence on B2B customer engagement and sales? *Journal of Business Research*, 155 (8), 1 – 13. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113388>

Daniels, R., A., Pemble, S., D., Allen, D., Lain, G. i Miller, L., A. (2021). LinkedIn Blunders: A Mixed Method Study of College Students’ Profiles. *Community College Journal of Research and Practice*, 47 (2), 90 – 105. DOI: <https://doi.org/10.1080/10668926.2021.1944932>

Davis, J., Wolff, H. G., Forret, M. L. i Sullivan, S. E. (2020). Networking via LinkedIn: An examination of usage and career benefits. *Journal of Vocational Behavior*, 118

- Ding, W.W., Levin, S.G., Stephan, P.E. i Winkler, A.E. (2010). The impact of information technology on academic scientists' productivity and collaboration patterns. *Management Science*, 56 (9), 1439 – 1461.
- Dobrinić, D. (2020). Utjecaj društvenih mreža na proces zapošljavanja u republici hrvatskoj. *CroDiM: International Journal of Marketing Science*, 3 (1), 46 – 54. DOI:
- Ecleo, J.J. i Galido, A. (2017). Surveying LinkedIn Profiles of Data Scientists: The Case of the Philippines. 4th Information Systems International Conference 2017, ISICO 2017, 6-8 November 2017, Bali, Indonesia, 53 – 60.
- Forman, C. i van Zeebroeck, N. (2012). From wires to partners: how the internet has fostered R & D collaborations within firms. *Management Science*, 58 (8), 1549 – 1568.
- Gratschew, M. (2016). A netnographic study of how professionals perceive personal branding in LinkedIn. Diplomski rad. Sveučilište Jyväskylä.
- Heather, A. M. i Felicia, A. D. (2013). Social Media and Employment Law: Summary of Key Cases and Legal Issues. NY: Paul Hastings LLP.
- Healy, M., Cochrane, S., Grant, P. i Basson, M. (2023). LinkedIn as a pedagogical tool for careers and employability learning: a scoping review of the literature. *Education and Training*, 65 (1), 106 – 125, DOI: <https://doi.org/10.1108/ET-01-2022-0004>
- Hoekman, J., Frenken, K., Tijssen i R.J.W. (2010). Research collaboration at a distance: changing spatial patterns of scientific collaboration within Europe. *Research Policy*, 39 (5), 662 – 673.
- Huisman, J., de Weert, E. i Bartelse, J. (2002). Academic careers from a european perspective: the declining desirability of the faculty position. *J. High. Educ*, 73 (1), 141–160.
- Ismail, I. i Koshy, S. (2017). The Use of LinkedIn as a Recruitment Tool in the UAE: An Evaluation. International Conference on Education, Humanities and Management, Dubai.
- Jackson, D., Michelson, G. i Munir, R. (31. kolovoz 2024). The Impact of Technology on the Desired Skills of Early Career Accountants. Preuzeto s https://www.researchgate.net/profile/Grant-Michelson/publication/344333920_The_impact_of_technology_on_the_desired_skills_of_early_career_accountants/links/5f693de8458515b7cf46928a/The-impact-of-technology-on-the-desired-skills-of-early-career-accountants.pdf
- Jenifer, V., Vishmita, S. i Sowmiya, K. (2023). Growth of Content Marketing Through LinkedIn Channel. *International Journal of Science and Research Archive*, 08 (02), 166 – 171.

- Jose, V. D. (2013). You Have One Identity: Performing the Self on Facebook and LinkedIn. *Media, Culture and Society*, 35 (2), 199 – 215.
- Kauffman, L., Weisberg, E., M. i Fishman, E., K. (2022). Not Only for Career Networking: Can LinkedIn Be Used for Radiology Education? *PubMed*, 51(2), 166 – 170. DOI: oi: 10.1067/j.cpradiol.2021.05.004.
- Khairan, I. i Sesmiarni, Z. (2024). Career Development in an Era of Ambiguity. *Journal of Loomingulus ja Innovatsioon*, 1 (2), 54 – 65.
- Kim, S. (2013). Networking enablers, constraints and dynamics: A qualitative analysis. *Career Development International*, 18(2), 120 – 138. DOI: <https://doi.org/10.1108/CDI-04-2012-0051>.
- Kirilov, R. (2020). Technological Opportunities for the Digitization of the Career Development Processes. *Economic Alternatives*, 1, 184 – 195.
- Knežević, S. i Ivković, I. (2022). Evaluacija procesa regrutovanja putem društvenih medija sa fokusom na LinkedIn društvenu mrežu. *FBIM Transactions*, 10 (1), 33 – 44. DOI: 10.12709/fbim.10.10.01.04
- Kortesuo, K. (2011). Make yourself a brand: Expert communication online and live. Jyväskylä: Docendo.
- Lessard, K. (2019). 21 tips for attracting followers to your LinkedIn page. Preuzeto s <https://business.linkedin.com/marketing-solutions/blog/linkedin-company-pages/2019>.
- Maerz, A., D. (2021). Networking 2.0: How and Why People Leverage Social Media to Develop Their Professional Networks. Doktorska disertacija.
- Mangematin, V., (2000). PhD job market: professional trajectories and incentives during the PhD. *Research Policy*, 29 (6), 741 – 756.
- McAlpine, L. i Emmio~ glu, E. (2015). Navigating careers: perceptions of sciences doctoral students, post-PhD researchers and pre-tenure academics. *Study Higher Education*, 40 (10), 1770 – 1785.
- Milošević, I., Arsić, S., Rakić, A. i Ruso, J. (2023). Business-Oriented Social Network As a Platform For Personal Promotion. *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*
- Mogaji, E. (2019). Student engagement with LinkedIn to enhance employability. In A. Diver. *Employability via higher education: Sustainability as scholarship*. London: Springer, 321 – 329.



Ng, T. W. H. i Feldman, D. C. (2014). A conservation of resources perspective on career hurdles and salary attainment. *Journal of Vocational Behavior*, 85, 156 – 168. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2014.05.008>.

Nogueira, M.M., Heywood-Roos, R., Phillips, S., Scholz, B. i Hynes, M. (2015). Career Tracking of Doctorate Holders: Pilot Project Report. European Science Foundation, Strasbourg.

Number of LinkedIn users worldwide from 2019 to 2028 (30. kolovoza 2024). Preuzeto s <https://www.statista.com/forecasts/1147197/linkedin-users-in-the-world>

Olsson, A., L., Snellman, M., Deppert, K. i Lovkrona, I. (2020). Professional networking by gender: A case study on LinkedIn contacts for a professor in science. Center for Open Science.

Ostojić, B., Ilić, B., Petrušić, I. i Ružić, J. (2023). Uticaj digitalnog marketinga na radno angažovanje ljudskih resursa. Konferencija: 2. naučni skup „Balkan na Jahorini 2023“ .

Pardim, I. V., Pinochet, L., H., C., Souza, C., A. i Viana, A., B. N. (2022). The behavior of young people at the beginning of their career through LinkedIn. *Human and Social Management*, 23 (3), 1 – 28. DOI: <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMG220064.en>

Pena, L., Curado, C. i Oliveira, M. (2022). The contribution of LinkedIn use to career outcome expectations. *Journal of Business Research*, 144, 788 – 796.

Peregrin, T. (2012). LinkedIn profile makeover: Optimizing your professional online profile. *J Acad Nutr Diet*, 112 (1), 5 – 23. DOI: [10.1016/j.jand.2011.11.006](https://doi.org/10.1016/j.jand.2011.11.006)

Pinho, G., Arantes, J., Marques, T., Branco, F. i Oliveira, M., Y. (2019). The Use of LinkedIn for ICT Recruitment. *Proceedings New Knowledge in Information Systems and Technologies. The 2019 World Conference on Information Systems and Technologies (WorldCIST'19)*.

Power, A. (2015). LinkedIn: Facebook for professionals? *British Journal of Midwifery*, 23 (3), 196 – 200. DOI: <https://doi.org/10.12968/bjom.2015.23.3.196>

Prastyaningtyas, E., W., Ausat, A., M., A., Muhamad, L., F., Wanof, M., I. i Suherlan, S. (2023). The Role of Information Technology in Improving Human Resources Career Development. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 5 (3), 266 – 275

Purcel, B. M. (2021). Other People's Profiles: Using LinkedIn as a Teaching Tool. *Journal of Instructional Pedagogies*, 13 (26), 1 – 14.

Romić, K., Poplašen, L., M. i Mitrović, G. (2022). Korištenje akademskih društvenih mreža: Primjer Sveučilišta u Zagrebu. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 65 (1), 347 – 362.

- Rubayet, A. (2019). Effectiveness of LinkedIn as Marketing Tool. Internship report.
- Safdar, G. i Abbasi, A. (2020). Evaluation and Development of Social Media: A Historical Perspective. *Online Media & Society*, 1 (5), 35 – 44.
- Saković, R. i Terzić, M., R. (2018). Upotreba društvenih mreža u hibridnom ratovanju. *Vojno delo*, 70 (7), 318 – 334.
- Sameen, S. i Cornelius, S. (2013). Social networking sites and hiring: How social media profiles influence hiring decisions. *Journal of Business Studies Quarterly*, 7(1), 27 – 35.
- Schoen, C., Rost, K., i Seidl, D. (2018). The inuence of gender ratios on aca demic careers: Combining social networks with tokenism. *PubMed*, 13 (11), 1 – 11.
- Spurk, D., Hirschi, A. i Dries, N. (2019). Antecedents and outcomes of objective versus subjective career success: Competing perspectives and future directions. *Journal of Management*, 45, 35 – 69. DOI: <https://doi.org/10.1177/0149206318786563>.
- Umoru, T. A. (2014). M-learning in Nigerian Universities: Challenges and Possibilities. *Journal of Global Awareness International*, 14 (1), 49 – 53.
- Utz, S. (2016). Is LinkedIn making you more successful? The informational benefits derived from public social media. *New Media and Society*, 18 (11), 2685 – 2702. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444815604143>
- van der Weijden, I., Teelken, C., de Boer, M. i Drost, M. (2016). Career satisfaction of postdoctoral researchers in relation to their expectations for the future. *Higher Education*, 72 (1), 25 – 40.
- Wendler, C., Bridgeman, B., Markle, R., Cline, F., Bell, N., McAllister, P. i Kent, J. (2012). Pathways Through Graduate School and Into Careers. Educational Testing Service, Princeton, NJ.
- Wolff, H.-G. i Moser, K. (2009). Effects of networking on career success: A longitudinal study. *Journal of Applied Psychology*, 94, 196 – 206. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0013350>.
- Wolff, H.-G. i Moser, K. (2010). Do specific types of networking predict specific mobility outcomes? A two-year prospective study. *Journal of Vocational Behavior*, 77, 238 – 245. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2010.03.001>.
- Yang, Y., Chawla, N. V. i Uzzi, B. (2019). A networks gender composition and communication pattern predict womens leadership success. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116 (6), 2033 – 2038.



Zeb-Obipi, I. i Ekweozor, C., U. (2020). Improving Employee Productivity through LinkedIn Networking: A Study of Banks in Rivers State University, Port Harcourt, Nigeria. *European Journal of Business and Management*, 12 (26), 23 – 29.

Ziegele, M. i Reinecke, L. (2017). No place for negative emotions? The effects of message valence, communication channel, and social distance on users' willingness to respond to SNS status updates. *Computers in Human Behavior*, 75, 704 – 713. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017>.

VIRTUAL ENVIRONMENT: THE POTENTIAL OF THE LINKEDIN SOCIAL NETWORK IN THE LABOR MARKET

Iva BULJUBAŠIĆ

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek,
Ulica kralja Petra Svačića 1f, Osijek, Croatia
buljubasic.unios@gmail.com

Abstract

In the modern labor market, the emergence of virtual environments has significantly shaped the strategies of professional networking, job search and offer, as well as business recognition and personal business promotion. In the virtual business environment, there are “identity cards” that provide insight into the professional identity, career and business activities before we even met the individual or organization in the physical business environment. LinkedIn, as a leading professional social network, offers numerous opportunities for the presentation of skills, experiences and achievements, allowing users to build their professional identity as a company or individual and connect with potential employers, individuals of similar or the same professional paths, and academic and industry leaders. The goal of the work is expressed through research into the potential of the LinkedIn social network as a key tool in shaping employment outcomes and improving career development. Through the analysis and review of existing literature, the paper investigates the role of LinkedIn in facilitating employment opportunities, how effectively the mentioned social network can be used for companies and individuals, and what information can be spread with the help of LinkedIn. Research points out the effectiveness of LinkedIn in spreading one’s own business promotion, both business organizations and individuals themselves, and the use of the network for continuous learning, development and business networking. Additionally, the paper discusses the challenges associated with maintaining an active presence on LinkedIn, what content to use online to stay relevant, and whether one can be recognized and visible in today’s virtual business world without a social network such as LinkedIn. Also, the paper shows which social networks are similar to LinkedIn, why among them LinkedIn is the leading social network and whether LinkedIn can serve as a key instrument of connection, promotion and communication in the labor market. Future research directions are suggested to further understand the growing influence of LinkedIn on personal business promotion.



Keywords: digitalization, labor market, LinkedIn, personal promotion, social networks

Key message of the paper: Directing career development in the modern business environment requires awareness of the importance of personal business promotion. The paper investigates the impact of business recognition and career advancement.