

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**PRIMERJALNA ANALIZA INTERNEGA KOMUNICIRANJA V IZBRANIH
PODJETJIH**

Ljubljana, september 2009

FRANKA BERCE

IZJAVA

Študentka Franka Berce izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom dr. Jane Žnidaršič in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____

Podpis: _____

KAZALO

| | |
|---|----|
| UVOD..... | 1 |
| 1 OPREDELITEV KOMUNICIRANJA..... | 1 |
| 1.1 KOMUNIKACIJSKI PROCES..... | 2 |
| 1.2 POSLOVNO KOMUNICIRANJE..... | 3 |
| 1.3 NAČINI POSLOVNEGA KOMUNICIRANJA..... | 3 |
| 1.3.1 Besedno komuniciranje..... | 3 |
| 1.3.2 Nebesedno komuniciranje..... | 3 |
| 1.3.3 Elektronsko komuniciranje..... | 5 |
| 1.4 RAZSEŽNOSTI KOMUNICIRANJA..... | 5 |
| 1.4.1 Smeri komuniciranja..... | 5 |
| 1.4.2 Kakovost komuniciranja..... | 6 |
| 1.4.2.1 Težave v komuniciranju..... | 6 |
| 1.4.2.2 Obvladovanje težav v komuniciranju..... | 7 |
| 1.4.2.3 Vplivi na uspešnost komuniciranja..... | 7 |
| 2 INTERNO KOMUNICIRANJE..... | 8 |
| 2.1 OPREDELITEV IN NAMEN INTERNEGA KOMUNICIRANJA..... | 8 |
| 2.2 VRSTE INTERNEGA KOMUNICIRANJA..... | 8 |
| 2.2.1 Formalno in neformalno komuniciranje..... | 8 |
| 2.2.2 Medosebno in posredno komuniciranje..... | 9 |
| 2.2.3 Vertikalno in horizontalno komuniciranje..... | 9 |
| 2.3 ORODJA INTERNEGA KOMUNICIRANJA..... | 9 |
| 2.4 POSLEDICE DOBREGA IN SLABEGA INTERNEGA KOMUNICIRANJA..... | 10 |
| 2.4.1 Prednosti..... | 10 |
| 2.4.2 Slabosti..... | 10 |
| 2.5 INTERNO KOMUNICIRANJE V ČASU KRIZ..... | 11 |
| 3 INTERNO KOMUNICIRANJE NA PRIMERU IZBRANIH PODJETIJ IGRALNICE A ENA IN IGRALNICE B DVA..... | 12 |
| 3.1 IGRALNICA A ENA..... | 12 |
| 3.1.1 Interno komuniciranje v podjetju..... | 12 |
| 3.2 IGRALNICA B DVA..... | 13 |
| 3.2.1 Interno komuniciranje v podjetju..... | 13 |
| 3.3 PRIMERJALNA ANALIZA INTERNEGA KOMUNICIRANJA MED IZBRANIMA PODJETJEMA..... | 13 |
| 3.3.1 Namen in cilj raziskave..... | 13 |
| 3.3.2 Metodologija raziskave..... | 14 |
| 3.3.3 Analiza rezultatov anketiranja..... | 14 |
| 3.3.3.1 Igralnica A Ena..... | 15 |
| 3.3.3.2 Igralnica B Dva..... | 17 |
| 3.3.3.2 Primerjava rezultatov anketiranja med obema igralnicama..... | 18 |
| 4 UGOTOVITVE IN PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVE INTERNEGA KOMUNICIRANJA..... | 23 |
| 4.1 KRITIČNA REFLEKSIJA..... | 23 |
| 4.2 PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVE..... | 23 |
| SKLEP..... | 25 |
| LITERATURA IN VIRI..... | 26 |
| PRILOGE | |

UVOD

Interno komuniciranje pomeni sprejemanje in oddajanje informacij med sodelujočimi osebami v posameznem podjetju, ki je predpogoj za lažje doseganje zastavljenih ciljev in namenov celotne organizacije. Je nujno potreben proces prenašanja informacij z medsebojnim sporazumevanjem, z besedami, črkami ali govorico telesa. Med glavne funkcije internega komuniciranja tako štejemo funkcijo oblikovanja in ohranjanja medčloveških odnosov, funkcijo oblikovanja zahtev dela in funkcijo oblikovanja ter ohranjanja organizacije. Interno komuniciranje lahko poteka v dveh smereh po hierarhični lestvici in sicer od podrejenih do nadrejenih in obratno. Gre za izmenjavanje povratnih informacij, ki pripomorejo k izboljšanju procesa dela, vplivajo na zadovoljstvo zaposlenih, motivirajo in razvijajo medsebojne odnose. Ker je interno komuniciranje tako pomembno v podjetju sem to temo vključila v naslov svoje diplomske naloge. V času svojega študija sem se z opazovanjem internega komuniciranja v podjetjih in s preučevanjem teoretičnega vidika procesa komuniciranja začela zavedati pomembnosti dobro vzpostavljenega in pozitivnega odnosa komunikacije med sodelavci. Menim, da je to zelo pomemben vidik in izvor pozitivnega vzdušja v podjetju.

V diplomski nalogi sem primerjala dve podjetji, ki se ukvarjata z igralništvom. Zaradi diskretnosti in v izogib vsem nevšečnostim, ki bi lahko nastale ob objavi diplomskega dela na spletnih straneh fakultete, sem obe podjetji pustila neimenovani. Ker podjetji resnično obstajata in poslujeta, sem ju poimenovala A Ena in B Dva za lažjo primerjavo.

Primerjala sem igralni salon, ki je del večje korporacije namenjene zabavi, in manjši igralni salon, ki je v privatni lasti. Igralnici se ločita po svoji velikosti predvsem v številu zaposlenih, po številu igralnih avtomatov in po ponudbi. Oba sodita v isto regijo in si predstavljata medsebojno konkurenco. Za primerjavo teh dveh igralnic sem se odločila predvsem zato, ker sem s pomočjo opazovanja v podjetjih občutila interno komuniciranje na lastni koži. V obeh igralnih salonih sem v času študija delala preko študentskega servisa in sem opazila razliko pri komunikaciji med zaposlenimi v podjetjih. Hipoteza, ki sem si jo postavila na začetku je bila, da mora biti v večji igralnici interno komuniciranje boljše, saj gre za izmenjavanje informacij med večjo skupino ljudi in imajo izoblikovan sistem internega komuniciranja. V manjši igralnici, kjer nimajo izoblikovanega takšnega sistema, pa mora biti komuniciranje med zaposlenimi slabše. V diplomski nalogi sem s kvalitativno metodo opazovanja in s kvantitativno metodo anketnega vprašalnika raziskala interno komuniciranje, opravila poglobljene intervjuje z zaposlenimi in ugotovila, da je razlika med internim komuniciranjem v obeh casinojih očitna.

1 OPREDELITEV KOMUNICIRANJA

Komuniciranje je neizogiben proces, ki se izvaja v interakciji med ljudmi. Komuniciranje pomeni sporazumevanje z družbo, ki nas obdaja. Gre za sprejemanje in oddajanje informacij med sodelujočimi osebami, ki je predpogoj za lažje doseganje zastavljenih ciljev in namenov. Komuniciranje je tako proces prenašanja informacij z medsebojnim sporazumevanjem (Lipičnik, 1996, str. 138). Je sredstvo, ki nam omogoča posredovanje misli in informacij v svet, ki je v večini primerov samoumevno in že po naravi dano. Prav zato je pomembno zavedanje bistva in pomena komunikacije, saj ob napačni interpretaciji lahko pride do motenj, ki so v vsaki družbi nezaželene.

1.1 KOMUNIKACIJSKI PROCES

Proces komunikacije je sestavljen iz štirih osnovnih sestavin: iz pošiljatelja, prejemnika, sporočila in komunikacijske poti.

Oddajnik ali pošiljatelj je oseba, ki snuje in oddaja sporočila z namenom, da bi dosegel nek komunikacijski učinek. Imeti mora točno opredeljen cilj, kaj hoče sporočiti prejemniku, pri tem pa si lahko pomaga z opornimi točkami: kaj, komu, zakaj, kdaj in kako. Sporočilo mora podati čim bolj razumljivo, da bo prejemnik iz njega natančno razbral, kaj mu pošiljatelj želi povedati. Pošiljatelj mora poznati tudi možnosti uresničitve sporočila in točno vedeti, kaj hoče s sporočanjem doseči. Pri tem pa mora razumeti prejemnike, saj je od tega odvisno kako bodo sporočilo razumeli in kako se bodo nanj odzvali. Pri oddajanju sporočila mora opazovati tudi lastno ravnanje v procesu oblikovanja sporočila, saj bo tako lažje predvideval odzive prejemnikov. Poznati mora tudi pravila komuniciranja, da bo izbral pravilen način in obliko komunikacije.

Sprejemnik je oseba, ki ji je sporočilo namenjeno in ki sporočilo sprejme. Ta ima lahko različen odnos do sporočila: odklonilen, nezainteresiran, nevtralen ali zainteresiran (Možina & Damjan, 1997, str. 5 - 6). Če ima sprejemnik odklonilen odnos to pomeni, da pošiljatelj ni bil dovolj prepričljiv in sprejemnika ni ogrel za sporočilo. Nezainteresiranost prejemnika pomeni, da ta ni dobil dovolj podatkov in ni pokazal zanimanja za sporočilo. Zainteresiran sprejemnik pa je za sporočilo zavzet in ga je prevzel.

Sporočilo je informacija, ki jo pošiljatelj želi prenesti prejemniku. Pomembno je, da je sporočilo jedrnato in razumljivo, da ga prejemnik natančno razume in da komunikacijska pot ni preobremenjena. Sestavljen je lahko iz različnih znakov, gibov ali besed, zato ga lahko imenujemo tudi signal.

Komunikacijski kanal označuje pot, po kateri poteka prenos sporočila med pošiljateljem in prejemnikom, in v organizacijskem smislu nastane šele s komunikacijo. Kanal lahko predstavljajo razne telekomunikacijske zveze, neposredni stiki, pisma in podobno. Problem komunikacijskega kanala je lahko zmogljivost, ki je pogosto omejena z največjo možno količino informacij, ki jo je mogoče prenesti po informacijskem kanalu. Učinkovitost komuniciranja zahteva, da komunikacijski kanal v časovni enoti čim bolj natančno prenese čim večjo količino informacij ob gospodarni uporabi sredstev (Možina, Tavčar, Zupan & Knežević, 2004, str. 51). Paziti pa moramo na motnje, ki lahko nastajajo v procesu prenosa sporočila, omajajo njegovo verodostojnost in povečujejo neurejenost prenosnega sistema.

Možina in Damjan (1997, str. 7-9) podrobneje razdeljujeta proces komuniciranja na šest faz. V prvi fazi gre za kodiranje oziroma za oblikovanje sporočila z izbiro in kombinacijo simbolov in načinov, ki najbolj ustreza razumevanju pošiljatelja in prejemnika. Druga faza je faza prenosa sporočila, ki se odvija po komunikacijskem kanalu. Ta lahko poteka neposredno ali pa s pomočjo prenašalca sporočila. V fazi sprejema pride do prvega stika sprejemnika s sporočilom. Sprejem je pogoj za naslednjo fazo dekodiranja sporočila. Sprejemnik se seznanj z vsebino sporočila, jo analizira ter skuša razumeti na enak način kot oddajnik. Nato se začne proces reagiranja na sporočilo, ki zajema obnašanje sprejemnika in s tem uresničitvev ali neuresničitvev namena sporočila. V zadnji fazi procesa komuniciranja igra glavno vlogo povratna informacija, ki jo sprejemnik posreduje oddajniku. Zadnja faza lahko v procesu komunikacije postane spet prva faza, ker lahko oddajnik reagira na prejemnikovo sporočilo.

1.2 POSLOVNO KOMUNICIRANJE

Poslovno komuniciranje se nanaša na poslovanje in na organizacijo. Poteka med udeleženci komuniciranja, ki imajo skupno sodelovanje namenjeno doseganju ciljev organizacije. Nanaša se na delovne aktivnosti poslovnežev, ki jim je komuniciranje ključnega pomena za medsebojno izmenjavo informacij, za vzdrževanje poslovnih stikov, za reševanje problemov ter za usmerjanje poslovanja.

1.3 NAČINI POSLOVNEGA KOMUNICIRANJA

Obstajajo trije načini poslovnega komuniciranja, kateri je najprimernejši za uporabo pa je odvisno od okoliščin, v katerih komuniciramo. Lahko izberemo tudi kombinacijo dveh metod.

1.3.1 Besedno komuniciranje

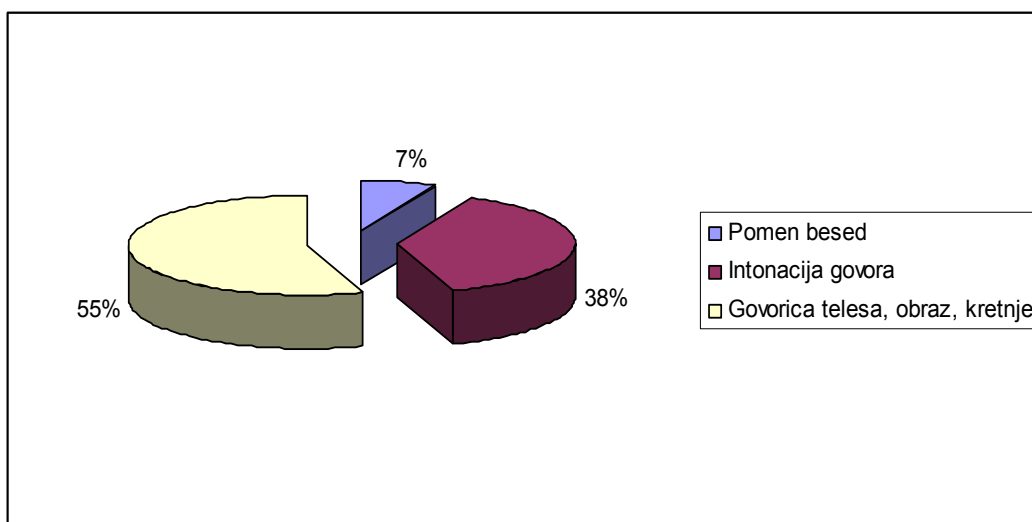
Besedno komuniciranje ločimo na govorno in pisno. Govorno komuniciranje se največkrat odvija v pogovoru med dvema ali več osebami, lahko se odvija v formalnem ali neformalnem smislu. Bistvo je v nagovoru osebe, kateri je sporočilo namenjeno. Prav zato ima govorno komuniciranje veliko prednost, saj je hitro in v času pogovora obsega tudi povratno informiranje. Tako lahko prejemnik sporočila jasno izrazi svoje mnenje, razčisti možne nejasnosti v zvezi z razumevanjem sporočila in na sporočilo že začne reagirati. Ko sporočilo prenaša večje število ljudi, lahko pride do entropije oziroma do preoblikovanja vsebine sporočila, ki pa je največja slabost govornega komuniciranja.

Pri pisnem komuniciranju gre za prenašanje sporočila zapisanega z besedami, risbami, simboli ali drugimi znaki. Lahko poteka preko pisem, časopisov ali preko optičnih in elektronskih naprav, ki omogočajo prenašanje sporočila. Takšna sporočila so običajno bolj dodelana in jasna od ustne komunikacije, saj mora pošiljatelj natančno premisliti, kaj bo v sporočilu napisal. Prednosti takšnega načina sporočanja sta tudi trajnost in nazornost sporočila, ki ga je mogoče dokumentirati in kasneje preverjati. Hranjenje takšne oblike sporočila je neomejeno dolgo. Pomanjkljivost pisnega komuniciranja pa je v prihranku časa. Pri govornem komuniciranju lahko v krajšem času prenesemo več informacij prejemniku, kot pri pisnem komuniciranju. Za nastanek končne oblike pisnega sporočila potrebujemo več časa in več natančnosti, saj moramo dobro premisliti, katere informacije želimo prenesti prejemniku in kako jih bomo najbolj jasno opredelili. Po prejemu sporočila ne dobimo takojšnjega povratnega informiranja.

1.3.2 Nebesedno komuniciranje

Takšen način komuniciranja ne vključuje pisnega in govornega komuniciranja. Nebesedno komuniciranje zajema govorigo telesa, osebni videz in urejenost, prostor, čas, otip in vonj. Pri tem načinu komuniciranja se ne posvečamo toliko vsebini sporočila, ampak bolj odnosom v procesu komunikacije. Pomen nebesednega komuniciranja lahko razberemo le, če prejemnika sporočila dobro poznamo in če poznamo kulturne značilnosti okolja, kjer komuniciranje poteka.

Slika 1: Deleži sestavin v komuniciranju



Vir: S. Možina et al., *Poslovno komuniciranje: evropske razsežnosti*, 2004, str. 56.

Govorica telesa obsega proksemiko, držo in hojo ljudi, gestikulacijo in mimiko (Možina et al., 2004, str. 57-60).

- Proksemika opisuje položaj in gibanje ljudi v prostoru. Ljudje si označujemo bližnji prostor po katerem se gibamo in ga štejemo za svojega. Od razdalje med osebami, ki so vključene v proces komunikacije, je odvisna oblika in vsebina medsebojnega sporazumevanja. Z osebami, ki smo jim bližje, lahko komuniciramo na manjši medsebojni razdalji kot pa z osebami, ki so nam bolj odtujene.
- Drža in hoja ljudi. Drža, ki jo prejemnik sporočila zavzame v času komunikacije odraža njegovo stanje do sogovornika. Tako lahko izraža občutek samozavesti, naivnosti, razočaranja, pripravljenost na odhod ali na akcijo, negotovost, sproščenost, itd.
- Gestikulacija obsega kretnje rok, nog in glave. Z njimi izražamo naša stališča do same vsebine sporočila in do oseb vključenih v komunikacijski proces. Pomen posameznih gest je še posebej odvisen od družbene kulture, v kateri komuniciramo, saj se pomeni gest razlikujejo med posameznimi družbenimi kulturami. Kar je v eni kulturi pričakovano, je lahko v drugi nezaželeno.
- Mimika. To so izraz obraza in oči, ki prav tako izražajo prejemnikova čustva in stališča. Za pravilno razlago posameznih kretenj mimike moramo prejemnika sporočila dobro poznati, saj je lahko izraz na obrazu zaigran (npr. nasmeh) in tako napačno interpretiramo njegove poteze.

Osebni videz in urejenost daje sogovornikom vtis o naši resnosti in odgovornosti ter tako prispeva k učinkovitosti komuniciranja. Videz in urejenost morata biti primerna vsebini komuniciranja, udeležencem komuniciranja in upoštevati morata značilnosti okolja, v katerem komunikacija poteka. Videz in urejenost sta pokazatelj odnosa do samega sebe in do ljudi, s katerimi komuniciramo.

Besedna intonacija spada prav tako k nebesednemu komuniciranju. Govorica je lahko glasna ali tiha, jasna ali neizrazita, mehka ali trda, vse pa je odvisno od uporabe poudarkov, glasnosti, hitrosti, ritma, višine in tona glasu. Zvočna podoba govorjenja odlično dopolnjuje komuniciranje in pomaga pri razumevanju vsebine sporočila.

Prostor, predmeti in čas. Prostor se navezuje na medosebno razdaljo, na kateri komuniciramo, in jo ločimo glede na to, kako so si sogovorniki blizu. Predmeti, ki so v lasti sogovornika, nam lahko veliko povedo o tem, kakšen tip človeka je. Nenazadnje nam človeka lahko do neke mere opiše tudi točnost in posameznikov občutek za čas.

1.3.3 Elektronsko komuniciranje

Pri tem načinu komuniciranja gre za uporabo številnih elektronskih naprav, ki so v sedanjem času zelo prisotne. Elektronsko komuniciranje uporabimo v kombinaciji z govornim ali pisnim komuniciranjem z namenom, da bi dosegli večjo učinkovitost komunikacije. Prednost te metode je v hitrem posredovanju natančne informacije, slabost pa je visoka cena elektronskih naprav in dejstvo, da nekatere izmed njih ne omogočajo povratnega informiranja.

1.4 RAZSEŽNOSTI KOMUNICIRANJA

1.4.1 Smeri komuniciranja

Pri enosmernem komuniciranju potujejo informacije samo v eno smer, sporočilo potuje samo od oddajnika do sprejemnika. Poteka hitreje od dvosmernega komuniciranja in na videz deluje bolj urejeno. Enosmerna komunikacija je izražena na formalen način, prihrani čas, še posebej, če je sporočilo namenjeno več uporabnikom (Možina & Damjan, 1997, str. 17). Takšna sporočila so običajno kratka, jasna in čim bolj preprosta. Enosmerno komuniciranje poteka po hierarhični lestvici navzdol, najpogosteje med vodstvom organizacije in podrejenimi, v primerih, kjer je potrebno takojšnje reagiranje na sporočilo. Informacije v določenih sporočilih so ponavadi težko razumljive, zato je pomembno, da se sporočevalec prepriča, če je prejemnik pravilno razumel vsebino sporočila. V tem primeru je potrebna dvosmerna informacija.

Dvosmerno komuniciranje je bolj zahtevno in bolj sestavljeno, saj mora sprejemnik razumeti sporočilo ter oddajnika in biti tako pripravljen na povratno reagiranje (Možina et al., 2004, str. 65-66). Na videz lahko deluje neurejeno, saj lahko prihaja do različnih prekinitvev ali podvprašanj pri razumevanju vsebine sporočila. V tem primeru pride do dopolnjevanja in popravkov nejasnosti preko povratnih sporočil iz smeri oddajnika in sprejemnika. Verjetnost pravilne interpretacije sporočila s strani sprejemnika je pri takem načinu komuniciranja večja. Dvosmerno komuniciranje lahko poteka med vodstvom organizacije in podrejenimi ali pa horizontalno, med oddelki. Kljub temu, da zahteva več časa, je komunikacija zajeta na široko, ima večjo učinkovitost pri reševanju nesporazumov, zato je tak način komuniciranja popoln.

Če imamo namen doseči večjo stopnjo podrejenosti v sporočilu, je najprimernejša uporaba enosmerne komunikacije, če pa želimo večjo enakopravnost v procesu komunikacije, bomo uporabili dvosmerno komuniciranje (Možina & Damjan, 1997, str. 17).

1.4.2 Kakovost komuniciranja

Prenašanje informacij ima namen sprožiti neko odzivno reakcijo pri sprejemniku. Zato je pomembno, da si sprejemnik informacije zapomni in jih ohrani v spominu. To je odvisno od načina oblikovanja sporočila. Informacije podane s slikovno predstavo, si ljudje lažje zapomnimo. Besedno pomnjenje je nekoliko slabše od vizualnega, zato je sporočilo s kombinacijo pisne in slikovne vsebine priporočljivejše.

1.4.2.1 Težave v komuniciranju

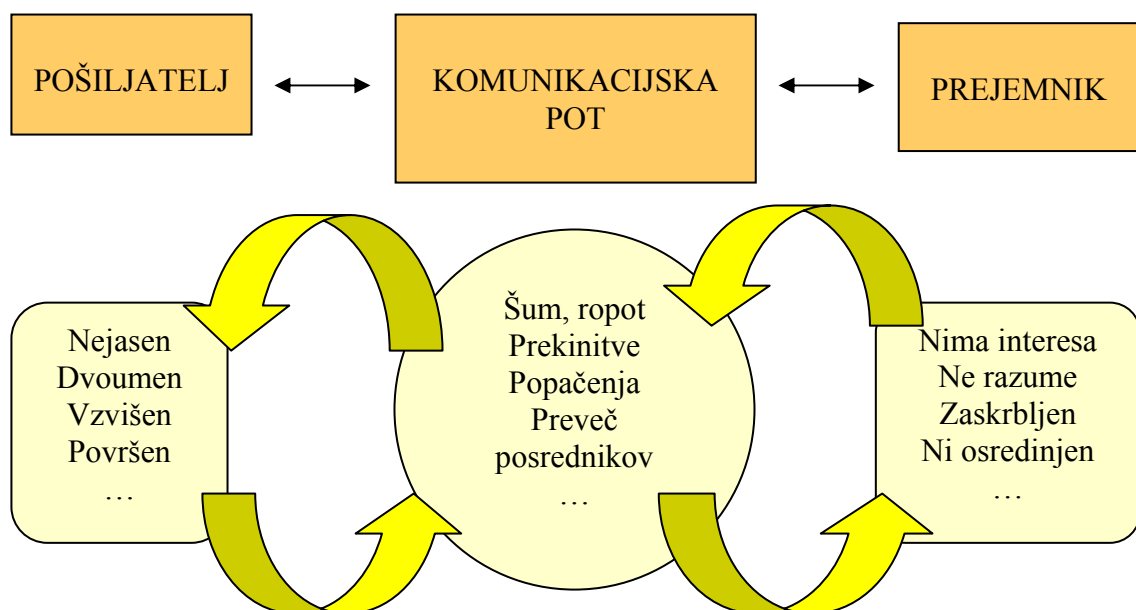
V procesu komuniciranja med prenosom sporočil lahko prihaja do različnih motenj. Tako lahko pride do popačenja sporočila ali do entropije. Verjetnost motenj narašča s številom posrednikov v komunikacijskem procesu.

Prva vrsta motenj, ki lahko nastanejo v komunikacijskem procesu, so motnje zaradi medsebojnega nerazumevanja oddajnika in sprejemnika, ki imata različni mišljenji in zaradi tega različno dojemata vsebino sporočila.

Naslednja vrsta motenj so motnje komunikacije zaradi nesporazumov ali semantične motnje. Pri tej vrsti motenj pošiljatelj in sprejemnik različno dojemata vsebino sporočila. Pogosto so za to krive razlike med jeziki in kulturami.

Zadnja vrsta motenj so motnje, ki nastajajo na komunikacijski poti. Tu se informacije lahko izgubijo, se kazijo, zamujajo ipd. (Možina et al., 2004, str. 75).

Slika 2: Viri motenj v komuniciranju



Vir: S. Možina et al., *Poslovno komuniciranje: evropske razsežnosti*, 2004, str. 75.

Če hočemo motnje komuniciranja odpraviti, moramo vedeti od kod izvirajo. Povzročila jih lahko pošiljatelj, prejemnik ali komunikacijska pot. Pri pošiljatelju motnje največkrat nastanejo zaradi nejasno oblikovanega sporočila, zaradi njegove neprimerne kodiranosti ali

zaradi razlike v mišljenju pošiljatelja. Prejemnik lahko sporočilo razume tako, kot ustreza njegovim interesom ali za pravilno razlago sporočila sploh nima interesa. Lahko pa pride do drugačne interpretacije vsebine sporočila ali pa ga ne zna dekodirati. Motnje v komunikacijskem kanalu pa se največkrat pojavljajo zaradi prekinjenega kanala ali zaradi velikega števila posrednikov.

1.4.2.2 Obvladovanje težav v komuniciranju

Obvladovanje motenj v komunikaciji je zahteven postopek in od posameznika zahteva veliko truda. Čeprav se motnjam ne da izogniti, pa lahko omilimo težo njihove problematike. Kot prvo sredstvo za omejevanje motenj štejemo razumevanje. Najpomembnejše je razumevanje med pošiljateljem in sprejemnikom sporočila. Če je njuno razumevanje drug drugega na enakem nivoju, se lahko motnjam izogneta ali pa jih pravočasno zaznata in jih skušata odpraviti.

Najbolj pogosto uporabljena možnost pri odpravljanju motenj je ponovitev sporočila. S ponovitvijo skuša oddajnik zmanjšati vpliv subjektivnih in objektivnih dejavnikov, ki povzročajo motnje pri sprejemu, dekodiranju in zaznavanju na strani sprejemnika (Možina & Damjan, 1997, str. 14). Vendar pa ima ponavljanje sporočila vpliv na zmanjšanje kapacitete komunikacijskega kanala, ki ga dodatno obremenjuje, zahteva več truda in več časa. Tako postavlja oddajnika pred odločitev, ali bo poslal sporočilo z manjšo količino informacij in ga bo v primeru motenj večkrat ponovil, ali bo poslal sporočilo z večjo količino informacij brez ponavljanja in bo tvegala motnjo nerazumevanja sporočila, ali pa bo uporabil tretjo možnost zlate sredine.

Naslednja možnost za omejevanje motenj je vzporedno sporočanje po več komunikacijskih kanalih, kot je lahko na primer sporočanje po različnih medijih. Kombinacija pisnega in ustnega sporočanja ima večjo razsežnost. Vpliva na zmanjševanje kapacitete komunikacijske poti, vendar pa lahko preko natančnih povratnih informacij odpravimo motnje.

1.4.2.3 Vplivi na uspešnost komuniciranja

Na uspešnost komuniciranja imajo najpomembnejši vpliv naslednji dejavniki (Lipičnik, 1996, str. 144) :

- skupina ali posameznik, ki deluje v komuniciranju in njihove značilnosti,
- medsebojni odnosi, vzdušje in kultura na delu,
- vsebina dela, ki je lahko lažje ali težje razumljiva,
- interesi posameznikov in njihova pripravljenost na sprejemanje sporočil,
- načini, poti, metode, tehnike,
- vplivi drugih dejavnikov, kot so čas, okolje, politika, itd.

Uspešnost komuniciranja se še bolj poveča z dobro razvitim medsebojnim zaupanjem, ki ga pridobijo sodelujoči v komuniciranju. Medsebojno zaupanje se omejuje na odnos, ki ga imajo udeleženci. Ta odnos je lahko razvit med dvema posameznikoma, med posameznikom in skupino, med dvema skupinama, med posameznikom in družbeni okoljem ter pri posamezniku v odnosu s samim s sabo. Boljše kot je zaupanje med njimi, boljše je medsebojno vplivanje in komunikacija.

Prav gotovo ima pri uspešnosti pomembno vlogo tudi zavzetost za delo, ki je odvisna od spodbud, ki vplivajo na posameznika. Zavzetost prinaša posamezniku zadovoljstvo na

delovnem mestu in povečuje njegovo storilnost. Na uspešnost pa bistveno vplivata tudi samostojnost pri delu in sodelovanje pri urejanju zadev.

2 INTERNO KOMUNICIRANJE

Interno komuniciranje sodi med najpomembnejše aktivnosti v vsaki organizaciji, saj brez njega ne more potekati nobena dejavnost. Funkcija internega komuniciranja spada k funkciji vodenja in upravljanja organizacije, katere namen je doseči zastavljene cilje in uspešnost poslovanja. Dobro interno komuniciranje povečuje zadovoljstvo in motiviranost zaposlenih, kar ugodno vpliva na njihovo delovno vnemo ter na sam poslovni rezultat. Trenutno so podjetja večinoma naravnana k uresničevanju nalog in ciljev, medtem ko se vodstvo vedno manj ukvarja z grajenjem odnosov z zaposlenimi in med njimi.

2.1 OPREDELITEV IN NAMEN INTERNEGA KOMUNICIRANJA

Interno komuniciranje opredeljuje kakršno-koli komuniciranje znotraj podjetja, bodisi med vodstvom in zaposlenimi ali med posameznimi oddelki v podjetju. Učinkovitost notranjega komuniciranja se kaže v stopnji informiranosti zaposlenih in v izražanju njihovega mnenja. Ima veliko pozitivnih učinkov na delovanje organizacije in zagotavlja stabilnost organizacije v smislu delovnih odnosov. Osnovni nameni internega komuniciranja so naslednji:

- informiranje in izobraževanje zaposlenih,
- socializacija zaposlenih,
- identifikacija zaposlenih s podjetjem,
- doseganje lojalnosti in motivacije pri zaposlenih,
- razvijanje pozitivnih medsebojnih odnosov,
- zadovoljstvo zaposlenih.

Na zadovoljstvo zaposlenih in s tem na uspešnost podjetja vpliva vzpostavljena organizacijska klima, komunikacija z vodstvom in zaposlenimi ter interakcije različnih nivojev organizacije. Če povzamemo, ima interno komuniciranje tri glavne funkcije: funkcijo oblikovanja in ohranjanja medčloveških odnosov, funkcijo oblikovanja zahtev dela in funkcijo oblikovanja in ohranjanja organizacije (Florjančič & Ferjan, 2000, str. 106).

2.2 VRSTE INTERNEGA KOMUNICIRANJA

2.2.1 Formalno in neformalno komuniciranje

Formalna komunikacija je že vnaprej določena oblika komunikacije, ki se je morajo držati zaposleni, ne glede na njihov status ali mesto v podjetju. Formalna struktura organizacije opredeljuje posameznikovo vlogo v praktičnem uresničevanju ciljev organizacije. Posameznikovo vlogo pa določa vodstvo.

Neformalno komunikacijo doživljajo posamezniki bolj neposredno, zato so vplivi takšne neformalne strukture na posameznika močnejši (Možina et al., 2004, str. 65). Večinoma poteka v obliki »govoric« na isti višini hierarhične lestvice.

2.2.2 Medosebno in posredno komuniciranje

Medosebno komuniciranje je osnova managementa, ki jo vodstvo organizacije uporablja za učinkovitejše delo. Komunikacija je lahko formalna (razni sestanki, predstavitve, izobraževanja, itd), večinoma pa je neformalna, nenačrtovana in spontana (pogovori, itd). Medosebna komunikacija je bolj prepričljiva in ima večji vpliv na spremembe stališč in mnenj posameznikov.

Posredno komuniciranje izvajamo s pomočjo različnih medijev, preko katerih prenašamo sporočila vsem zaposlenim v enaki obliki in ob enakem času. Ti mediji so lahko različne publikacije za zaposlene, elektronska pošta ali interni časopisi.

2.2.3 Vertikalno in horizontalno komuniciranje

Vertikalno komuniciranje označuje navpično komuniciranje po hierarhičnih ravneh v organizaciji. Nanaša se na informacije o delovnem procesu in lahko poteka v smeri od zgoraj proti navzdol ali obratno. Komuniciranje od zgoraj navzdol poteka največkrat preko elektronske pošte ali preko sestankov delovnih skupin, medtem ko komuniciranje od spodaj navzgor lahko poteka tudi preko sindikata ali sveta delavcev. Pri vertikalnem komuniciranju gre za vključevanje zaposlenih v reševanje problemov in v oblikovanje politike poslovanja podjetja.

Horizontalno komuniciranje označuje komuniciranje med zaposlenimi ali med različnimi oddelki na isti hierarhični ravni. Zaposlenim omogoča razvijanje medsebojnih odnosov, reševanje problemov med sodelavci in medsebojno podporo sodelavcev.

2.3 ORODJA INTERNEGA KOMUNICIRANJA

Prva skupina orodij internega komuniciranja so tiskani mediji. Podjetje preko raznih internih revij, časopisov, letnih poročil, plakatov in brošur svojim zaposlenim predstavlja zadnje novice na področju poslovanja podjetja, spremembe ali dodatke v politiki podjetja, cilje organizacije in pomen le teh za zaposlene.

Druga skupina so avdiovizualni mediji, med katere štejemo video, predstavitve s prosojnicami, table, itd. V glavnem gre za kombiniranje slike in govora, s tem pa se tudi poveča pomnjenje pri posameznikih.

Dokaj razširjeno orodje internega komuniciranja je tudi telefon. Dandanes so osebni telefoni že tako razširjeni, da ima vsak zaposleni v organizaciji svoj mobilni telefonski aparat in je na tak način nenehno dosegljiv. Bistvo tega orodja je hitrost, enostavnost in odprtost poročanja.

K orodjem internega komuniciranja ne smemo pozabiti prišteti tudi interneta, ki je v današnjem ritmu življenja nepogrešljiv ali celo obvezen. Preko njega lahko pridemo v stik s podjetji po celem svetu in je, glede na velike razdalje med posameznimi podjetji, dokaj hitro orodje. Ljudem omogoča, da informacije poiščejo sami, njegova velika prednost pa je dvosmeren pretok informacij. K temu orodju lahko štejemo tudi elektronsko pošto, ki temelj na internetni povezavi in je med zaposlenimi v podjetju zelo razširjena. Prav tako omogoča hiter odziv in dvosmeren pretok informacij.

2.4 POSLEDICE DOBREGA IN SLABEGA INTERNEGA KOMUNICIRANJA

Za interno komuniciranje je pomemben slog vodenja, ki je temelj za postavitve sistema komuniciranja v podjetju. Dobro ali slabo komuniciranje je posledica reagiranja vodstva na spremembe in posledično delegiranje nalog podrejenim.

2.4.1 Prednosti

Prednosti dobrega internega komuniciranja se najbolj pokažejo v izboljšani in povečani produktivnosti, v zmanjšanju zaostajanja za ostalimi organizacijami. Dobro izvajana komunikacija ima posledice tudi v zmanjšanju nezadovoljstva med zaposlenimi, kar omogoča višjo raven kakovosti izvajanih storitev in proizvodov, predvsem pa zmanjšanje stroškov organizacije. Ena izmed koristi dobre komunikacije je tudi višja raven pri novostih, ki jih lahko razvijamo sami ali pa jih samo posnemamo (Robson & Tourish, 2005, str. 213-214).

Posledice dobre komunikacije so najbolj vidne pri zaposlenih, ki jih dobri odnosi spodbujajo k večji stopnji lojalnosti. Preko komunikacije si lahko oblikujejo ali razjasnijo svoja stališča o viziji in prispevajo k doseganju zastavljenih ciljev. Dejstvo je, da so zaposleni tisti, ki opravljajo svoje delo kakovostno in s tem zadovoljujejo specifične potrebe kupcev. Na tak način zagotavljajo trajnejšo konkurenčnost in dobiček organizaciji. Zato je najpomembnejše, da so zaposleni dovolj zavzeti za opravljanje svojega dela, da zaupajo organizaciji, vodjem in sodelavcem, da vodstvo vključuje zaposlene v procese odločanja, da posamezni zaposleni dobro razumejo svojo vlogo v podjetju in da se počutijo del podjetja. Vse to lahko managerji dosežejo z dobro medosebno komunikacijo, kar ima direkten vpliv na uspešnost in dobiček.

2.4.2 Slabosti

Posledice slabega komuniciranja so očitne tako navznoter kot navzven v organizaciji. Nezaupanje in nenaklonjenost zaposlenih naraščata, zaznati je padec ustvarjalnosti in inovativnosti, sprejemajo se slabše odločitve, upada moč reševanja kakršnihkoli konfliktov, tekmovalnost v organizaciji narašča, upada motiviranost zaposlenih, prihaja do upiranja spremembam v organizaciji in do težjega uresničevanja politike podjetja. Kadar je v internem komuniciranju prisotna negotovost in strah, lahko to vodi do negativnih izidov kot so stres, nezadovoljstvo s službo, nizka stopnja zaupanja zaposlenih in zmanjšana lojalnost organizaciji. Posledice za organizacijo tako vključujejo zmanjšano produktivnost in menjavanje števila zaposlenih (Benefits of Internal communication, 1998, str. 30-32). Ko pride do nezadovoljstva zaposlenih narašča odsotnost z dela, pada število koristnih predlogov za izboljšave in zmanjša se vsesplošen interes delavcev za opravljanje dosedanjih nalog.

Ko pride do negotovosti med zaposlenimi, je potrebno upoštevati dejstvo, da se je ne da odstraniti zlahka, ko vnaprejšnji razpleti niso poznani. Za to je potrebno ogromno truda, predvsem s strani vodstva. Managerji morajo premisliti, katere informacije bodo posredovali zaposlenim, saj lahko nepopolne ali napačne informacije povečajo stopnjo odpora delavcev. Vodstvo se v času slabe komunikacije opira na do tedaj uporabljene metode komuniciranja, kar pa ne daje pravih rezultatov za rešitev nastalih težav.

Pomemben je tudi način komunikacije. Neprimerno komuniciranje lahko zaposlene odvrne in jih prestraši, da rajši odidejo iz organizacije kot pa da ostanejo in vzdržijo spremembe v

organizaciji. Zato je za dobro komuniciranje pomemben slog vodenja, ki izraža dobro ali slabo interno komuniciranje.

2.5 INTERNO KOMUNICIRANJE V ČASU KRIZ

Vsako podjetje se lahko sooči s krizo, ne glede na to ali je uspešno ali ne. V sedanjem obdobju gospodarske recesije, ki je v zadnjem letu preplavila svet, se je gospodarska kriza dotaknila skoraj vseh podjetij. Managerji in uprave posameznih družb so bili pred nastankom krize mnenja, da jih ne more nič presenetiti, sedaj pa so se stvari zasukale drugače. Do preobratov prihaja v podjetjih, kjer so vodilni in širša javnost najmanj pričakovali. Kako se spopadati s krizo in kako v njej najuspešneje komunicirati, pa je stvar kriznega managementa. Ta je razdeljen na tri obdobja (Novak, 2000, str. 168):

- na obdobje pred krizo, ki pomeni stanje nenehne pripravljenosti,
- na obdobje med krizo, ki pomeni za podjetje kaotično stanje,
- in na obdobje po krizi, ki predstavlja vrnitev v normalno stanje.

Pred nastankom krize je pomembno, da podjetje predvideva možnost, da pride do potencialnih kriznih razmer. Z analiziranjem nevarnosti, priložnosti, prednosti in slabosti lahko izberejo odzivno strategijo, ki odloča o tem, kako se bo podjetje odzvalo na krizo. K temu sodi tudi izdelava kriznega komunikacijskega načrta, ki je v času trajanja krize nepogrešljiv. Ko izbruhne kriza, jo mora vodstvo znati upravljati tako, da čim manj prizadene njihov ugled in zaposlene. Zaposleni in uporabniki sta najpomembnejši javnosti podjetja, komuniciranje z njimi pa je najkompleksnejši vidik kriznega komuniciranja. V kriznih situacijah je ključnega pomena, da zaposleni čutijo pripadnost podjetju veliko bolj kot običajno, to pa je mogoče samo pod pogojem, da ima vodstvo z njimi pošten in iskren odnos. Zato mora vodstvo za njihovo obveščanje o spremembah in novostih uporabiti še dodatne komunikacijske poti (Novak, 2000, str. 213). Zaradi samega pritiska in panike med krizo se lahko zgodi, da podjetje pozabi komunicirati z zaposlenimi in prenaša pritisk na njih. Kriza v podjetju ima negativne učinke na zaposlene, saj se zaradi časovnega pritiska in negotovosti lahko pojavi stres, ki slabo vpliva na delovanje zaposlenih in s tem na uspešnost podjetja. Stres zavira naravnost k reševanju konfliktov in povzroča čustvene probleme posameznikov. Zaposleni, ki se ne čutijo varne in ne zaupajo v lastno podjetje, ne morejo polno izkoristiti svojih delovnih sposobnosti. Zato je zelo pomembno, da se vodilni managerji podjetja s krizo spopadejo na pravi način, saj lahko napačno komuniciranje vodi v propad družbe. Poleg upravljalnih znanj morajo tako imeti tudi znanja iz psihologije in sociologije, med katera sodijo predvsem poznavanje reševanja konfliktov v medsebojnih odnosih in poznavanje obnašanja ljudi v času krize.

Zaposleni se na krizo lahko odzovejo na različne načine. Nekateri jo izkoriščajo za svojo osebno korist, nekateri iščejo možnost druge, zanesljivejše zaposlitev, nekateri zaposleni se vodstvu upirajo ali mu otežujejo delo pri obvladovanju krize, nekateri so prestrašeni, ker lahko izgubijo zaposlitev in se podjetja čim bolj oklenejo, predvsem pa so vsi zaposleni med krizo prestrašeni in negotovi, velikokrat nimajo dovolj informacij in zato bolj zaupajo govoricam (Novak, 2000, str. 135).

Po krizi mora podjetje zgrabiti novo priložnost in se čim prej vrniti v normalen tok poslovanja. Nastanek krize morajo skrbno analizirati in ovrednotiti strategijo reševanja krize. Nikoli se ne sme pozabiti, da se kriza lahko tudi ponovi.

3 INTERNO KOMUNICIRANJE NA PRIMERU IZBRANIH PODJETIJ IGRALNICE A ENA IN IGRALNICE B DVA

3.1 IGRALNICA A ENA

Hotel in igralnica A Ena je del delniške družbe, ki je na slovenskem največji ponudnik iger na srečo. Skupaj z vsemi svojimi poslovnimi partnerji sodi podjetje med najsodobnejše in največje ponudnike igralniških zabav v Evropi. V podjetju so med prvimi začeli uvajati ameriški sistem igranja na srečo in še danes sodelujejo s strokovnjaki za razvijanje iger na srečo iz Las Vegasa. Podjetje se trudi ostati med najboljšimi ponudniki zabave na igralnih avtomatih in mizah, svojim gostom namenjajo razširjeno ponudbo aktivnosti, ki se izvajajo v sklopu družbenih poslovalnic, svoje dobro ime pa gradijo na visoki ravni kakovosti. Družba je zagotovo ena izmed slovenskih najprepoznavnejših družb na področju igralništva, ki v državni proračun prinaša prilive in skrbi za turistično prepoznavnost Slovenije v svetu.

Zgodovina igralnice A Ena sega v osemdeseta leta prejšnjega stoletja. Takrat se je na podlagi podjetne ideje iz majhnega gostinskega podjetja razvilo podjetje, katerega glavna veja je zabaviščna dejavnost. A Ena je bil odprt kot prva igralnica leta 1984 in predstavlja rojstno lokacijo podjetja celotne delniške družbe (Skupina Hit, 2006, str. 14). V igralnici A Ena so februarja 2006 pričeli s prenovo igralnice in hotela, ki je bila uspešno zaključena maja 2007. Investicija v popolno prenovo igralniško hotelskega objekta je bila vredna 6 milijard takratnih tolarjev (Skupine Hit, 2005, str. 31). Nova podoba postavlja prenovljeno igralnico ob bok vsem najsodobnejšim igralnim salonom v Evropi, saj je prenova povečala igralniške kapacitete in razširila ponudbo centra.

V omenjeni igralnici sta razviti tako igralniška kot hotelska dejavnost, vendar ima nekoliko večji poudarek igralniški del. Ob 789 igralnih avtomatih in 40 igralnih mizah nudijo gostom poleg zabave tudi organizirane turnirje in nagradne igre. Za dodatno vzdušje in razvajanje gostov pa poskrbijo z organizacijo raznih vrhunskih koncertov. Hotel A Ena ima štiri zvezdice, gostom pa je na voljo 78 sob in 4 apartmaji.

3.1.1 Interno komuniciranje v podjetju

Organizacija igralnice in hotela A Ena je razdeljena po hierarhični lestvici. Na najvišjem položaju je vodilna reprezentanca igralnice, kamor spadajo direktor in vodje posameznih oddelkov. Pod njimi so namestniki posameznih oddelkov v podjetju (npr. namestnik vodje igralnih avtomatov), sledijo operativni vodje, nato pa so vsi ostali zaposleni. Vertikalna komunikacija v podjetju poteka v obe smeri, od vodstva do zaposlenih največkrat preko elektronske pošte in preko sestankov. Glede na to, da imajo vodje v podjetju skoraj vsak svoj osebni mobilni službeni telefon, je to sredstvo najpogostejše uporabljeno orodje internega komuniciranja. Pri horizontalnem komuniciranju med zaposlenimi so stvari nekoliko drugačne, saj tu komunikacija poteka neovirano in sproščeno.

Medosebna komunikacija poteka neformalno preko pogovorov med različnimi nivoji odgovornosti, formalna komunikacija pa predvsem preko sestankov, predstavitev in izobraževanj. Svoja mnenja in predloge lahko zaposleni izražajo preko sindikata ali sveta delavcev. Orodja posredne komunikacije so v podjetju združena z orodji celotne delniške družbe, ki pa so namenjena vsakemu zabaviščnemu centru posebej. V igralnici A Ena so tako prisotni razni interni časopisi, letna poročila, internetni spletni portali, kjer objavljajo

najnovejše novice na področju družbe, plakati, ki zaposlene obveščajo o novih prihajajočih igrah, turnirjih in prireditvenih dogodkih (koncerti, modne revije, itd.), elektronska pošta, preko katere so vodje posameznih oddelkov obveščeni o raznih akcijah, razne publikacije za zaposlene, video predstavitve na LCD zaslonih, ki so nameščeni po igralnici in obveščajo o prihajajočih dogodkih, najpogostejše orodje internega komuniciranja pa je vsekakor telefon.

3.2 IGRALNICA B DVA

Podjetje B Dva je manjši igralni salon v privatni lasti, ki ima okoli 50 zaposlenih. Leži neposredno ob italijanski meji in predstavlja konkurenco vsem igralnicam na področju Goriške, tudi igralnici A Ena. V aprilu 2009 se je podjetje preselilo iz manjšega prostora v večje poslopje. Trenutno je odprt le igralni salon, v prihodnjem letu pa načrtujejo še izgradnjo hotela. V igralnici B Dva je okoli 200 igralnih avtomatov, igralnih miz nimajo. V sklopu privabljanja gostov se v igralnici odvijajo razne prireditve, nagradne igre in žrebanja.

3.2.1 Interno komuniciranje v podjetju

Tudi v igralnici B Dva je odgovornost razdeljena po hierarhični lestvici. Direktor je nadrejen vsem vodjem posameznih delovnih mest, ti pa so nadrejeni ostalim zaposlenim. Vertikalna komunikacija poteka predvsem preko telefonov, elektronske pošte in sestankov. Poteka obojestransko, ker v podjetju nimajo oblikovanega sveta delavcev ali sindikata. Medosebna komunikacija poteka neformalno s pogovori ter formalno preko izobraževanj in sestankov. Veliko večji poudarek je na neformalni komunikaciji, saj je manjše število zaposlenih in komuniciranje ne poteka po veliki verigi členov.

3.3 PRIMERJALNA ANALIZA INTERNEGA KOMUNICIRANJA MED IZBRANIMA PODJETJEMA

3.3.1 Namen in cilj raziskave

Osnovni namen primerjave igralnic A Ena in B Dva je analiza internega komuniciranja v igralnici, ki je del večje korporacije, po številu zaposlenih ga uvrščamo med velika podjetja in ima dodelane strategije internega komuniciranja, ter v manjši igralnici, ki po velikosti števila zaposlenih spada med manjša podjetja in nima strateško oblikovanega internega komuniciranja.

Cilj raziskave je poiskati razlike pri internem komuniciranju med velikim in malim podjetjem v enaki dejavnosti, ki si drug drugemu predstavljata ožjo konkurenco. S kvantitativno in kvalitativno pridobljenimi podatki pri enem in drugem casinoju lahko ugotovim podobnosti in razlike na področju vodenja, pripadnosti zaposlenih, v odnosih med zaposlenimi, pri motivaciji in pri različnih orodjih komuniciranja. Prikazati želim, da je pri večji igralnici interno komuniciranje slabše kot v igralnici z manjšim številom zaposlenih kljub temu, da imajo pri večjem številu zaposlenih oblikovano jasno strategijo internega komuniciranja. Na podlagi izvedene raziskave sem predlagala dodatne izboljšave.

3.3.2 Metodologija raziskave

Kvantitativne podatke sem zbrala z uporabo strukturiranega anketnega vprašalnika, ki sem ga razdelila na približno enako velik vzorec v obe igralnici. V vzorec sem vključila ljudi iz pretežno gostinskega sektorja in sektorja igralnih avtomatov, ker primerjava vseh zaposlenih na vseh sektorjih v igralnici ne bi bila smiselna, predvsem zaradi razlike v velikosti posamezne igralnice. Igralni salon A Ena ima namreč oblikovanih več sektorjev dela kot igralnica B Dva (npr. sektor zaposlenih na igralnih mizah). Primerjala sem podobne sektorje v podobni panogi, da bi tako prišla do statistično čim bolj natančnih rezultatov. V aprilu 2009 sem razdelila 40 vprašalnikov med oba casinoja, od tega so jih v casinoju A Ena rešili 20 in v Casinoju B Dva pa 19. En vprašalnik je ostal nerešen.

Anketni vprašalnik (glej Prilogo 1) je sestavljen iz desetih vprašanj, ki se neposredno navezujejo na obravnavano tematiko, in iz petih demografskih vprašanj, ki so mi pomagale pri statistični analizi. Vprašanja sem oblikovala po predhodnem preučevanju oblik in vrst internega komuniciranja ter po predhodnem opazovanju komuniciranja znotraj obeh podjetij. Prvih sedem vprašanj je oblikovanih po nominalni lestvici, ostala tri tematska vprašanja pa so oblikovana po štiri stopenjski intervalni Likertovi lestvici, pri čemer sem v statistični obdelavi podatkov pri kodirno šifrirnem sistemu uporabila določeno številko za posamezno trditev. Tako pomeni številka 1 – vedno, 2 – pogosto, 3 – včasih in 4 – nikoli. Demografska vprašanja so oblikovana po razmernostni in nominalni lestvici s tem, da so pri nominalni lestvici pri demografskih vprašanjih večinoma dihrotomne spremenljivke. Pridobljene anketne podatke sem statistično obdelala s pomočjo programa SPSS, rezultati raziskave so prikazani v prilogah od 2 do 4.

Kvalitativne podatke sem pridobila s tehniko poglobljenih intervjujev, na majhnem, nereprezentativnem vzorcu z nestrukturiranim načinom zbiranja podatkov. Namen poglobljenih intervjujev je bil razumevanje motivov v ozadju domnevnih problemov v procesu internega komuniciranja. Da bi lahko merila dejansko vedenje zaposlenih sem uporabila tudi tehniko opazovanja, da bi se tako izognila pristranskosti pri poročanju. Nestrukturirano in prikrito opazovanje sem izvedla v za zaposlene naravnem okolju. Kvalitativni tehniki (poglobljene intervjuje in opazovanje) sem izvedla v obeh igralnicah, najprej v igralnici A Ena in nato še v igralnici B Dva. Poglobljeno razumevanje podatkov je bilo bistveno za mojo raziskavo, ker sem s tem dobila jasno sliko o internem komuniciranju v izbranem podjetju.

3.3.3 Analiza rezultatov anketiranja

Pri statistični analizi podatkov sem določena vprašanja iz ankete združila, saj se mi zdi smiselno, da obravnavam medsebojno povezana vprašanja skupaj. Tako se prvo in drugo vprašanje navezujeta na motnje in konflikte, ki se pojavljajo v procesu internega komuniciranja. Tretje in četrto vprašanje se skupno nanašata na sestanke, medtem ko se peto, šesto in sedmo vprašanje nanašajo na zadovoljstvo zaposlenih pri delu in na pripadnost podjetju. Podatke sem najprej analizirala po posameznem podjetju, nato pa sem primerjala rezultate obeh podjetij.

3.3.3.1 Igralnica A Ena

V igralnici A Ena je povprečna starost anketiranca 27,8 let, povprečna doba dela v podjetju pa 6,8 let.

Po mnenju 65 % anketirancev se motnje med procesom internega komuniciranja v Casinoju A Ena pojavljajo v odnosu z nadrejenimi. 85 % anketirancev je mnenja, da do konfliktov med sodelavci prihaja včasih.

Sestanki so po mnenju 50 % zaposlenih manj uspešni, vendar jih kar 40 % meni, da so sestanki relativno uspešni. Ozračje na sestankih je po mnenju tretjine zaposlenih dolgočasno.

Na vprašanje o povratni informaciji je kar 70 % zaposlenih odgovorilo, da se delno strinjajo s trditvijo, da imajo v komunikaciji z vodjem možnost povratne informacije. Napetost in stres sta pri 85 % zaposlenih včasih prisotna pri izražanju svojega mnenja. Zaposleni čutijo pripadnost podjetju do neke mere in 80 % jih zaenkrat še ostaja v podjetju.

Pri vprašanju o motivacijskih dejavnikih se rezultati niso bistveno razlikovali od pričakovanih. Poznavanje rezultatov svojega dela skoraj vedno motivira zaposlene, saj znaša modus za to spremenljivko 1, kar pomeni, da je večina zaposlenih (kar 40 %) izbrala odgovor vedno. Koristnost dela motivira zaposlene v igralnici A Ena pogosto in delovne razmere prav tako. Kar 65 % zaposlenih vedno motivirajo pohvale, 45 % pa jih vedno motivira tudi plača. Včasih kot motivator za 40 % zaposlenih deluje tekmovalnost, medtem ko izrazito nemotivacijo povzročajo 55 % zaposlenim grožnje in graje. Enakemu odstotku povzročajo padec motivacije problemi na delovnem mestu. Ko sem primerjala motivacijske dejavnike po spolni strukturi, sem največja odstopanja zasledila pri pohvalah. Pohvale vplivajo na motivacijo moških pogosto, saj aritmetična sredina za ta dejavnik znaša 2,3, mediana pa znaša 3. Na ženske pohvale vplivajo vedno, njihova aritmetična sredina znaša 1,47, mediana pa 1. Grožnje in graje pa na obe spolni skupini vplivajo samo včasih, saj aritmetična sredina za obe skupini znaša 3,3.

Najpogosteje uporabljeno orodje internega komuniciranja v igralnici A Ena je oglasna deska, saj preko nje dobiva potrebne informacije kar 55 % zaposlenih. Najmanj uporabljeni orodji sta elektronska pošta (65 % zaposlenih ne dobiva informacij preko elektronske pošte) in telefon (60 % zaposlenih nikoli ne dobiva informacij preko telefona). Primerjava uporabljenih orodij komuniciranja po spolni strukturi zaposlenih je pokazala največja odstopanja pri uporabi telefona kot komunikacijskega orodja. Aritmetična sredina za moške znaša 1,67, njihova mediana pa je število 2, medtem ko aritmetična sredina za ženske znaša 3,65, mediana pa 4. To pomeni, da moški dobivajo informacije o svojem delu vedno do pogosto preko telefona, ženske pa včasih in se nagibajo proti nikoli.

70 % zaposlenih je mnenja, da jim interno komuniciranje omogoča, da se lažje identificirajo s podjetjem. Kar 60 % se strinja s trditvijo, da se s pomočjo komuniciranja učijo od starejših sodelavcev. 55 % zaposlenih meni, da se z internim komuniciranjem boljše počutijo v podjetju. 60 % zaposlenih pa komuniciranje motivira za opravljanje dela.

Pri metodi opazovanja pa so bili rezultati nekoliko drugačni. Največ konfliktov v podjetju se pojavlja v odnosih z nadrejenimi (nadrejeni niso vodstvo celotne družbe, ampak se opredeljujejo na operativne vodje in namestnike posameznih oddelkov). Konflikti so bili v času opazovanja večkrat posledica neposrednih ukazov vodstva, ki jim zaposleni niso bili

naklonjeni. Povratna informacija vodjem je pogosto med zaposlenimi zbudila občutek napetosti in stres, ker nadrejeni niso dobro sprejemali predlogov za izboljšanje dela. Nenehno je bila prisotna napetost med zaposlenimi, saj so vedeli, da jih nadrejeni nadzorujejo bolj kot kdajkoli prej. Strogi nadzor je bil posledica gospodarske krize, ki se je dotaknila tudi igralnice. Za upad števila obiskovalcev so nadrejeni pogosto krivili zaposlene, čeprav le ti niso imeli veliko vpliva pri tem. Gosti igralnice so se zavedali recesije, ki se je globalno širila, in so zmanjšali vsoto razpoložljivega dohodka namenjenega zabavi. Število obiskov se je zmanjšalo, prav tako tudi prilivi denarnih tokov v blagajno igralnice. Kot posledica vse slabšega poslovanja podjetja so se v celotni igralnici poznali ukrepi s strani vodstva celotne družbe, ki so jih zaposleni občutili med prvimi. Popravni ukrepi so se začeli pri nižanju stroškov, kamor sodijo tudi stroški dela. Odpuščanje odvečnega kadra in nižanje plač sta postala glavna razloga za negotovost in strah, s katerim so se morali soočiti zaposleni. Povprečne bruto plače so bile v podjetju A Ena že tako višje od plač v podobnih sektorjih dejavnosti. Povprečna bruto plača na delovnem mestu glavnega blagajnika v obdobju januar – junij 2008 je znašala 3.199,00 evrov bruto. Povprečje je računano za celotno družbo, med drugim tudi za igralnico A Ena. K temu pa moram omeniti, da ima velika večina zaposlenih v celotni družbi (80 %) le četrto ali peto stopnjo izobrazbe (Majnardi, 2008). Nadzor s strani nadrejenih je privedel do tega, da so v sklopu zmanjšanja stroškov začeli z grožnjami dvigovati motivacijo zaposleni za boljše opravljanje dela. Grožnje, strog nadzor in odpuščanja zaposlenih pa vodijo zaposlene do slabe volje, stresa, povzročajo upad delovne motivacije, nezaupanje vodstvu in nenaklonjenost spremembam. Pripadnost podjetju se je občutno zmanjšala, saj mi je veliko zaposlenih v poglobljenih intervjujih povedalo, da so pripravljene zapustiti igralnico. Edino motivacijo za nadaljnje opravljanje dela jim je predstavljalo dobro plačilo. V igralnici A Ena je prišlo do velikega nerazumevanja predvsem zato, ker so bili zaposleni deležni visokega plačila za nenaporno delo in odličnega standarda. Do napake je prišlo že pred leti, saj se v tem času zaposleni niso zanimali za razmere v podjetju, niti za njegovo poslovanje in niti za njegovo delovanje. V njihovem interesu je bilo le redno mesečno prejemanje »previsokega« dohodka. Ko je prišlo do zaostrenih razmer, ki so se dotaknile njihovega osebnega interesa, so se začeli zanimati za poslovanje podjetja. Nadrejeni so skušali izboljšati delo v igralnem salonu s sklicevanjem sestankov, kjer pa je bilo ozračje večini delavcev dolgočasno, ker niso bili motivirani za delo. V statistični analizi je večina zaposlenih mnenja, da jih grožnje in graje samo včasih motivirajo. Realna slika, ki sem jo dobila med opazovanjem v podjetju A Ena je bila, da so zaposleni zelo izboljšali svoje delo potem, ko so jim nadrejeni zagrozili z zmanjšanjem plače, z zmanjšanjem števila zaposlenih ali z dodatnimi sankcijami (ukinitev menjav delovnih dni, ukinitev odmorov). Zanimivo je tudi to, da so bile med metodo opazovanja najbolj pogosto orodje komuniciranja govornice. Vodje so pogosto svoje novo uvedene sankcije, predloge in kandidate za odpuščanje razširili med zaposlene kar preko govoric. V času krize se od vodij zahteva izbiro pravnega načina vodenja, ki zmanjšuje težko odstranljivo negotovost zaposlenih in uvaja spremembe za boljše opravljanje dela. Brez ustrezne izobrazbe, izkušenj in znanj pa je pri vodjih igralnice A Ena to nemogoče.

Odporu zaposlenih do sprejetja sprememb, ki bi lahko pomagale pri izboljšanju poslovanja, je botrovalo tudi veliko nezaupanje zaposlenih članom uprave, ki so imeli burno preteklost v času svojih mandatov. Nezaupanje upravi in upad motivacije sta še poglobila nenaklonjenost zaposlenih organizaciji.

Za svoje zaposlene podjetje skrbi z različnimi bonitetami kot so razni popusti, sindikalni izleti, oddajanje apartmajev v sklopu družbene hotelske turistične ponudbe, športne prireditve za zaposlene v igralnici, izplačilo 13. plače in druge prednosti, ki zagotovo povečujejo

naklonjenost zaposlenih podjetju in nižajo njihovo nezadovoljstvo. Vodstvo vključuje zaposlene v odločanje o opravljanju dela predvsem preko sindikatov, večinoma sprejemajo njihove predloge za izboljšanje dela in se trudijo ugoditi njihovim željam. Mnenja se izmenjujejo na sestankih, ki so v podjetju dokaj pogosti. Zaposlenim nudijo kontinuirana izobraževanja, od področja strežbe do področja pravilnega vodenja. Trudijo se ostati na ravni vrhunskih ponudnikov zabave, kar pomeni, da morajo biti njihovi zaposleni ustrezno usposobljeni in seznanjeni z novimi trendi na področju dela. V podjetju imajo zelo dobro dodelan tudi sistem obveščanja zaposlenih preko komunikacijskih orodij, saj uporabljajo elektronsko pošto, družbeni spletni portal oziroma intranet, telefone, plakate, brošure, letna poročila in video oglase. Kot primer lahko vzamemo oblikovanje posebne brošure z opisano kitajsko kulturo in s slovarjem osnovnih kitajskih fraz, ko so ob vstopu v EU v igralnico začeli zahajati kitajski gostje.

3.3.3.2 Igralnica B Dva

Anketne vprašalnike v igralnici B Dva je rešilo 7 žensk in 12 moških. Povprečna starost anketirancev je 26,9 let, povprečna doba dela v podjetju pa znaša 1,6 let.

Pri prvem vprašanju o motnjah v komuniciranju je kar 47,4 % zaposlenih mnenja, da se motnje največkrat pojavljajo v komuniciranju med zaposlenimi. Kar 78,9 % jih meni, da do konfliktov prihaja včasih.

Sestanki kot orodje internega komuniciranja so po mnenju večine (68,4 %) relativno uspešni, kar kaže na dobro sodelovanje vodstva in zaposlenih. Ozračje na sestankih so zaposleni označili kot sproščeno (47,4 %).

57,9 % zaposlenih se delno strinja s trditvijo, da imajo v komunikaciji z vodjo možnost povratne informacije. Enak odstotek zaposlenih meni, da je napetost prisotna pri izražanju svojega mnenja tudi sodelavcem. Posledica napetosti in omejenega izražanja svojega mnenja sodelavcem je najbrž srednja pripadnost podjetju, saj kar 73,7 % anketirancev meni, da čutijo pripadnost do neke mere in zaenkrat še ostajajo v podjetju.

Najpogostejši motivacijski dejavnik v igralnici B Dva so pohvale, saj le te vedno motivirajo 63,2 % zaposlenih. Naslednji motivacijski dejavnik je plača, ki motivira 47,4 % anketirancev. Najmanj pa motivirajo problemi na delovnem mestu (63,2 % anketiranih je odgovorilo nikoli) in grožnje (52,6 % jih pravi, da jih ne motivirajo nikoli). Pri primerjavi motivacijskih dejavnikov glede na metodo razvrščanja zaposlenih po spolu sem opazila, da imajo ženske višje cene odgovorov kot moški. Iz tega sklepam, da vsi motivacijski dejavniki, ki sem jih naštel v svojem vprašalniku, bolj vplivajo na ženski spol kot pa na moške.

Najmanj uporabljeno orodje internega komuniciranja so javni mediji. 89,5 % anketiranih nikoli ne dobi informacij o delu preko njih. Naslednje najmanj uporabljeno orodje je elektronska pošta in oglasna deska.

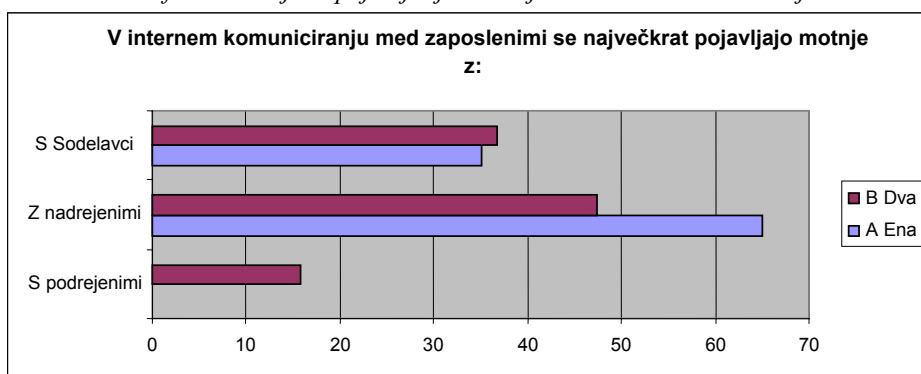
S trditvami o internem komuniciranju, ki pomaga pri lažji identifikaciji s podjetjem (57,9 % se strinja), omogoča učenje od starejših sodelavcev (47,4 % se strinja), omogoča boljše počutje v podjetju (52,6 % se strinja) in motivira za delo (57,9 % se strinja), se večina anketiranih strinja. Tudi pri tem vprašanju sem opazila, da je pri metodi razvrščanja po spolu aritmetična sredina trditve o boljšem počutju v podjetju pri ženskah višja kot pri moških. To

pomeni, da se ženske pogosteje strinjajo s tem, da jim interno komuniciranje omogoča boljše počutje v podjetju. Enako razliko sem opazila tudi pri trditvi o motiviranju, kjer se več žensk kot moških strinja s tem, da interno komuniciranje motivira za delo, ki ga opravljajo.

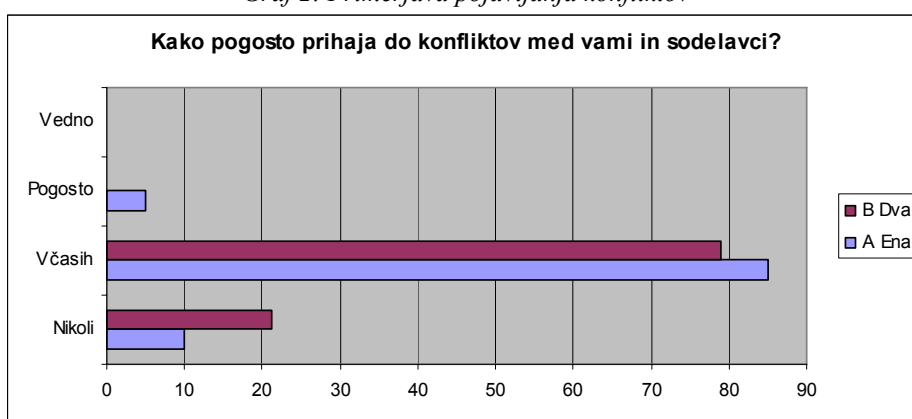
S kvalitativno metodo opazovanja v podjetju sem opazila, da med zaposlenimi prevladuje zadovoljstvo z delom, da so odnosi med zaposlenimi pozitivni in da je vzdušje v delovnem okolju veselo. Napetost je bila prisotna malokrat, le ob posameznih konfliktih v zvezi s postrežbo gostov. Vodje ne nadzorujejo zaposlenih neprestano, delo poteka tako kot mora, zaposleni so motivirani za delo in zadovoljni, konflikte se odpravlja hitro in učinkovito. Trud v delo vnašajo tako vodje kot zaposleni. Interno komuniciranje je pripeljalo do doseganja lojalnosti pri zaposlenih, saj so zaposleni bolj fleksibilni glede urnika in so velikokrat pripravljeni priskočiti na pomoč podjetju. Vodje vključujejo zaposlene v procese odločanja o samem delu, o izboljšavah v postavitvi igralnih avtomatov, o nakupu novih aparatov. V podjetju ne nudijo zaposlenim nobenih bonitet, ne sindikalnih izletov, prireditev ali izplačila 13. plače. Prav tako jim ne nudijo dodatnega izobraževanja.

3.3.3.2 Primerjava rezultatov anketiranja med obema igralnicama

Graf 1: Primerjava pojavljanja motenj v internem komuniciranju



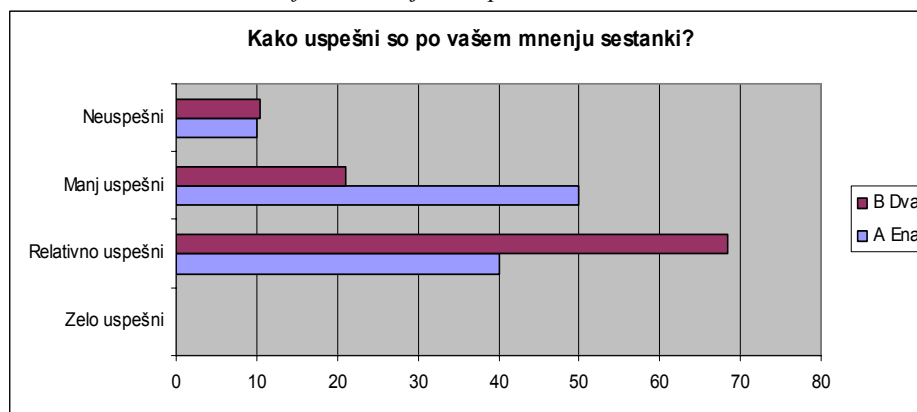
Graf 2: Primerjava pojavljanja konfliktov



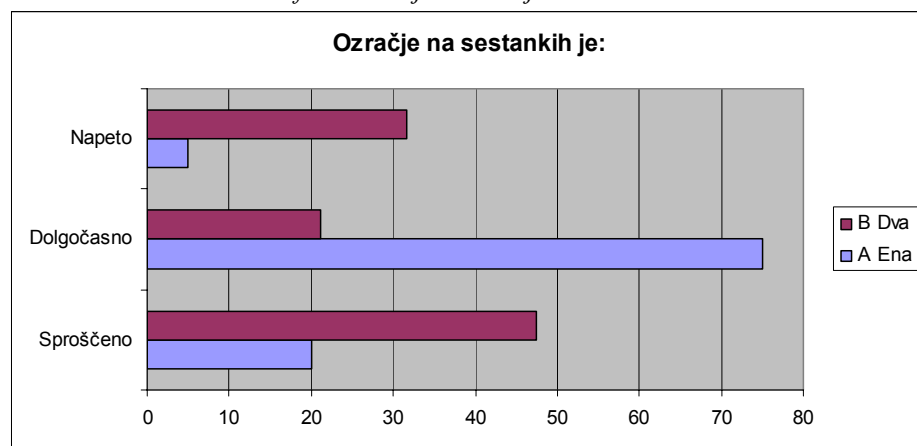
Na grafu 1 lahko vidimo, da so v igralnici A ena bolj pogosti konflikti z nadrejenimi, kar je posledica velikega nezadovoljstva in nenaklonjenosti spremembam, ki so nujne za vzpostavitev dobrega internega komuniciranja. Konflikti so tudi posledica padca motivacije zaposlenih, nestrokovnega vodenja zaposlenih in nepravilnega prenosa informacij preko informacijskih orodij. V igralnici B Dva so konflikti manj pogosti, pojavljajo pa se na vseh

treh ravneh: med sodelavci, v odnosu z podrejenimi in nadrejenimi. V igralnici A Ena ni ankete izpolnil noben vodja, zato o konfliktih v odnosu s podrejenimi nimam podatka.

Graf 3: Primerjava uspešnosti sestankov

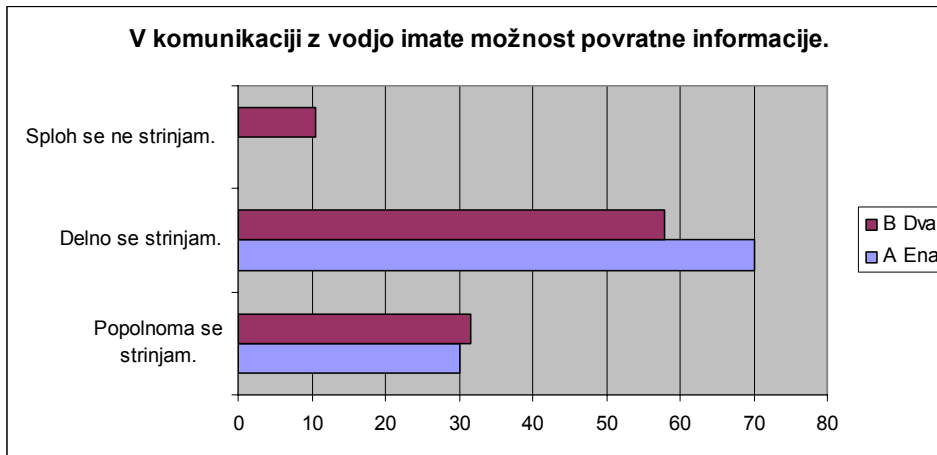


Graf 4: Primerjava ozračja na sestankih



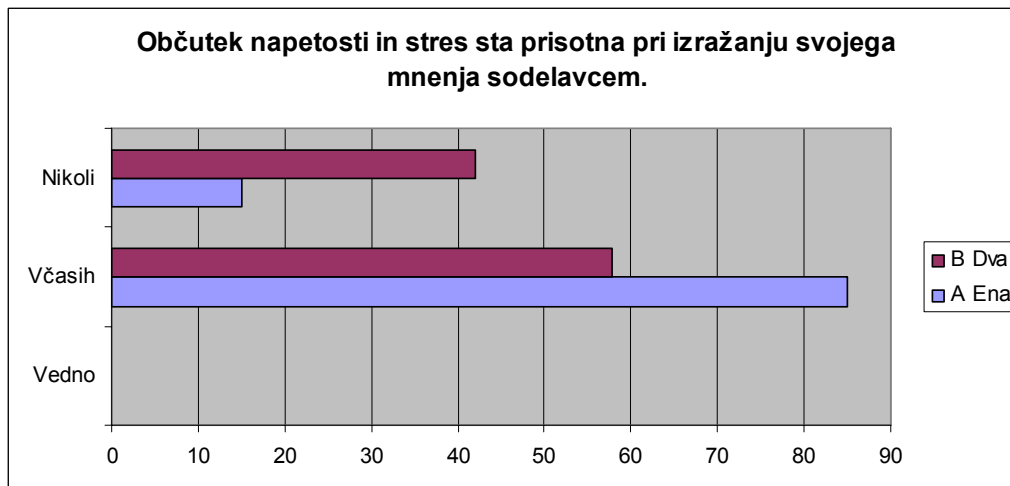
Graf 3 in 4 sta namenjena sestankom. Iz grafov je razvidno, da so sestanki v podjetju A Ena slabši kot v podjetju B Dva. Zaposleni jih ocenjujejo za manj uspešne, kar pomeni, da na sestankih konflikti ostajajo nerešeni, da zaposleni in vodje ne najdejo skupnega jezika o izboljšanju dela in predlaganju možnih rešitev. Ozračje na sestankih so anketiranci označili za dolgočasno, kar je jasen pokazatelj nemotiviranosti za delo. Problematika dela jih ne zanima, pada število koristnih predlogov za izboljšanje dela in posledično se sprejemajo tudi slabše odločitve o nadaljnjem delu. V igralnici B Dva so sestanki relativno uspešni, ozračje pa je večinoma sproščeno. Vodje in zaposleni se skupno trudijo izboljšati sistem dela in komuniciranja, odpravljajo konflikte in sodelujejo pri odločitvah. Opazimo pa, da je v tej igralnici ozračje na sestankih bolj napeto. To je posledica pred kratkim povečanih kapacitet igralnice, saj se je le ta aprila 2009 preselil iz manjših v večje prostore. Takrat so v igralnici zaposlili tudi dodatne delavce, sedaj pa se skupno trudijo za odpravo težav, ki so nastopile ob povečanih kapacitetah. Razna usklajevanja urnikov, dodatna dela in potrebe po dodatnih zaposlenih vzbujajo pri sedanjih zaposlenih napetost. Ti so bili vajeni sproščenega dela po ustaljenih tirnicah, ob preselitvi pa se je začel oblikovati nov sistem dela, ki ga mnogi razumejo kot napetost in stres.

Graf 5: Primerjava komunikacij z vodjo



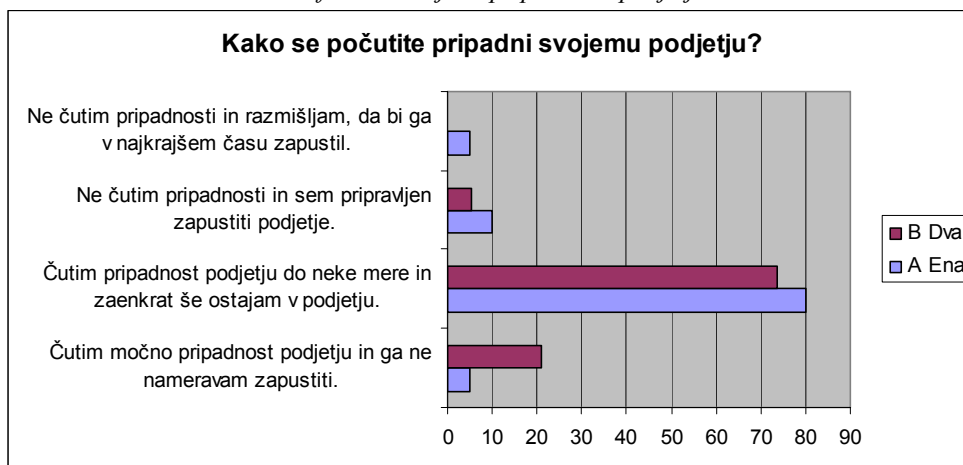
V igralnici A Ena je možnost povratne informacije v komuniciranju z vodjem bolj prisotna kot pa v igralnici B Dva. V drugem povratna informacija včasih tudi ni možna, kar je posledica nadrejenosti. Komunikacija z vodjem mora biti dvosmerna, to pomeni, da mora biti možna s smeri zaposleni - vodja in s smeri vodja - zaposleni. V igralnici A Ena je komunikacija z vodjem dobra, saj imajo zaposleni vso pravico izražanja svojega mnenja.

Graf 6: Primerjava napetosti in stresa v izbranih podjetjih



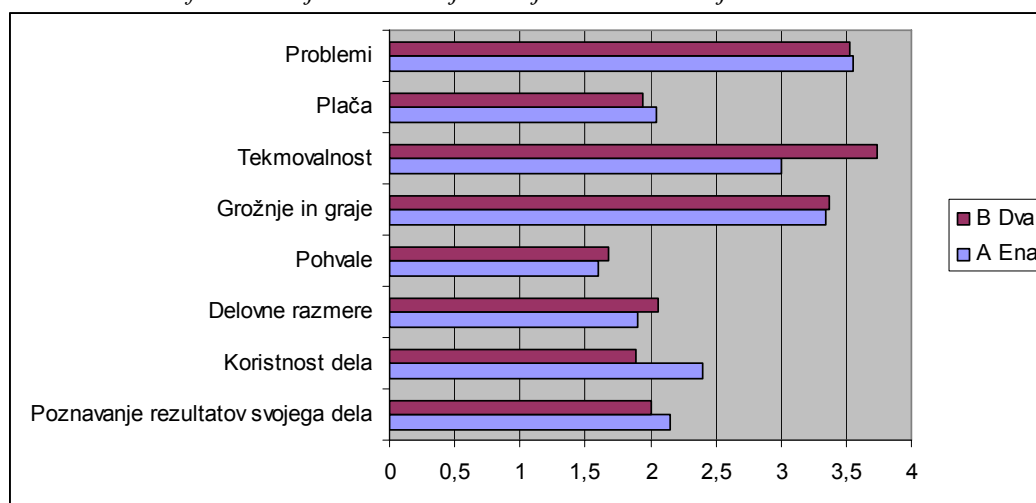
Napeto vzdušje v delovnem okolju je bolj prisotno v igralnici A Ena, manj pa v igralnici B Dva. Kot sem zasledila že pri metodi opazovanja, je bilo v prvem podjetju več napetosti zaradi nadzora zaposlenih, zaradi nenaklonjenosti zaposlenih in zaradi nezaupanja vodstvu.

Graf 7: Primerjava pripadnosti podjetju



V podjetju A Ena je večina zaposlenih pri vprašanju o pripadnosti podjetju izbrala odgovor, da čutijo pripadnost do neke mere in zaenkrat še ostajajo v podjetju. Močno pripadnost podjetju čuti manjše število zaposlenih, šibko pripadnost ali nepripadnost podjetju pa v primerjavi z igralnico B Dva čuti večje število anketirancev. V drugi igralnici je pripadnost zaposlenih močnejša, saj kar 21,1 % zaposlenih čuti močno pripadnost podjetju in ga ne namerava zapustiti. Občutka nepripadnosti podjetju pa v igralnici B Dva ne čuti nihče. Pripadnost podjetju je posledica procesa internega komuniciranja, zadovoljstva pri delu, vzdušja na delovnem okolju in zaupanja zaposlenih.

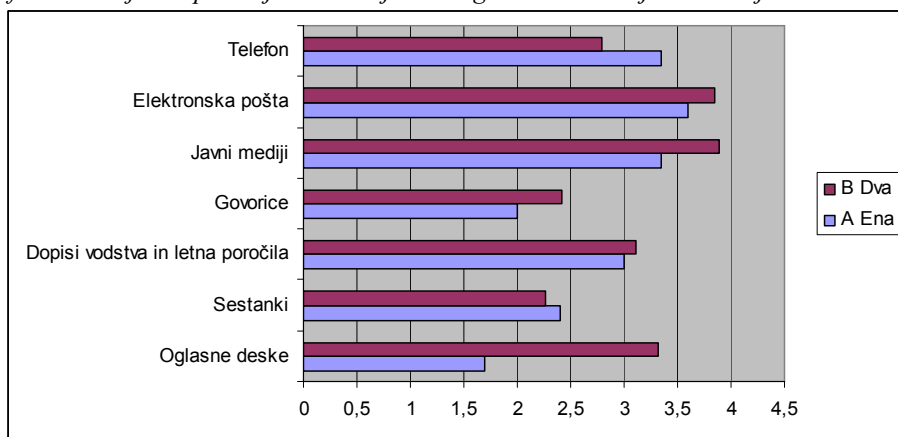
Graf 8: Primerjava motivacijskih dejavnikov v casinoju A Ena in B Dva



Motivacijske dejavnike sem ocenjevala po štiri stopenjski Likartovi lestvici, pri čemer pomenijo številke naslednje odgovore: 1 – vedno, 2 – pogosto, 3 – včasih, 4 – nikoli. Kot lahko razberemo iz zgornjega grafa, imajo v primerjavi obeh igralnic samo nekateri motivacijski dejavniki večja odstopanja. Prvo odstopanje lahko zasledimo pri tekmovalnosti, ki je v podjetju B Dva nižja kot v podjetju A Ena. To je lahko posledica velikosti igralnice po številu zaposlenih. V podjetju A Ena je večje število zaposlenih in zato tekmujejo med seboj, kdo bo bolje opravil delo. Delo jim predstavlja priložnost za to, da bodo izstopali iz množice in bodo opaženi s strani vodij. V igralnici B Dva je manjše število zaposlenih, tekmovalnost med njimi je nižja. Razlog za to je lahko medsebojna povezanost, ki jo v manjšem podjetju prej občutimo kot v velikem. V igralnici B Dva zaposleni delujejo kot velika družina, se med seboj bolj poznajo in lahko bolj fleksibilno rešujejo nastale konflikte. Zato je tekmovalnosti

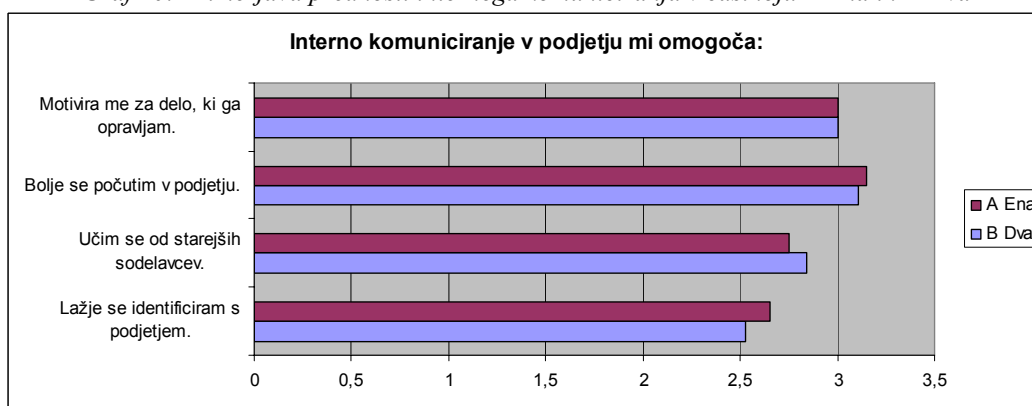
manj, ker je izpostavljanje, iskanje pohval ali možnosti za napredovanje prej opazno. Naslednje večje odstopanje lahko opazimo pri koristnosti dela. V igralnici A Ena je zaposlenim manj pomembna koristnost opravljanega dela, ker je eden izmed njihovih glavnih motivatorjev plača. Zaposlenim je bistven dober zaslužek, kar je bilo jasno razumljivo tudi pri kvalitativni raziskavi.

Graf 9: Primerjava uporabljenih orodij internega komuniciranja v casinoju A Ena in B Dva



Pri primerjavi uporabljenih orodij internega komuniciranja pa imamo več odstopanj. Oglasna deska je v igralnici B Dva malo uporabljeno orodje, v igralnici A Ena pa dokaj pogosto. Razlika za to je zopet v velikosti podjetja. Podjetje z večjim številom zaposlenih hitreje obvesti zaposlene preko oglasne deske, kot pa bi jih lahko obvestilo z uporabo katerega drugega komunikacijskega orodja. Oglasna deska mora biti postavljena na vsem vidno mesto, da lahko zaposleni pravočasno sledijo obvestilom in informacijam, ki jim jih vodstvo namenja. V igralnici B Dva so manj pogosto uporabljeno orodje komunikacije tudi javni mediji, kar je posledica majhnosti in nepoznanosti podjetja.

Graf 10: Primerjava prednosti internega komuniciranja v casinoju A Ena in B Dva



Pri zadnjem vprašanju o internem komuniciranju pomeni številka 1 – sploh se ne strinjam, 2 – ne strinjam se, 3 – strinjam se in 4 – popolnoma se strinjam. Kar se tiče prednosti internega komuniciranja, ki jih le to prinaša zaposlenim v posameznem podjetju, so bili anketiranci v obeh igralnicah podobnega mnenja. Odstopanja so minimalna, ocene odgovorov pa skoraj enake, kar pomeni, da se zaposleni zavedajo pomembnosti in vpliva internega komuniciranja.

4 UGOTOVITVE IN PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVE INTERNEGA KOMUNICIRANJA

4.1 KRITIČNA REFLEKSIJA

Diplomsko nalogo sem začela pisati z namenom primerjave igralnice, kjer je interno komuniciranje dobro vzpostavljeno, in igralnice, kjer je komuniciranje slabše. V podjetju A Ena sem pri metodi opazovanja zasledila veliko nezadovoljstva s strani zaposlenih, veliko nenaklonjenosti ukrepom vodij, veliko napetosti in stresa ter motenj v odnosih z nadrejenimi. V anketnem vprašalniku sem pričakovala veliko slabše rezultate, po moji oceni dokaj kritične glede na to, da je v podjetju toliko nezadovoljstva. Obstaja možnost, da so zaposleni v času izpolnjevanja anket bili pod pritiskom nadrejenih in niso hoteli izraziti resničnega počutja in situacije v podjetju. Možno je tudi, da so ankete reševali v skupini oz. v družbi ostalih sodelavcev in zato niso hoteli podati svojega resničnega mnenja o komuniciranju v podjetju, da ne bi prišlo do neprijetnih posledic in posmehovanja.

4.2 PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVE

Rezultati ankete so pokazali, da interno komuniciranje v obeh podjetjih ni dovolj razvito. Na podlagi posamezne analize rezultatov in na podlagi primerjalne analize lahko izluščim naslednje predloge za izboljšavo internega komuniciranja.

- V igralnici A Ena je komunikacija med nadrejenimi in podrejenimi zelo slaba. Metoda opazovanja je pokazala, da so odnosi grajeni na prisilnem sodelovanju, neformalnih pogovorov in druženja skorajda ni. Način vodenja na oddelku igralnih avtomatov je diktatorski, brez vključevanja zaposlenih v odločanje, brez sprejemanja kritike in predlogov za izboljšave. Posamezni oddelki morajo imeti na vodilnem položaju vodjo, ki sprejema kritiko, se zaveda, da ni popoln in prilagaja svoj način vodenja nastali situaciji. Konfliktov ne sme reševati z grožnjami, ampak s pogovori z zaposlenimi. Dobro bi bilo, da bi večkrat izvedel osebne pogovore z zaposlenimi, kot pa da pomanjkljivosti pri delu razširja med zaposlene preko govoric. S tem spodkopava zaupanje zaposlenih in povečuje njihovo negotovost. Predvsem pa mora biti vodja posameznega oddelka dovzeten za kritiko, predloge za izboljšave dela, vključevati mora zaposlene v odločitve o samem poteku dela ter prisluhniti potrebam in željam zaposlenih, da se bodo bolje počutili v podjetju. S tem bi odpravili motnje, ki se najpogosteje pojavljajo v komuniciranju z nadrejenimi. Boljše komuniciranje bi povečalo razumevanje ciljev organizacije in povečalo prispevek zaposlenih k doseganju le teh.

- Ena izmed pomanjkljivosti podjetja A Ena je bila gotovo tudi nepravilna izbira kadrov, saj vodilna mesta v podjetju zasedajo ljudje z neprimerno izobrazbo in niso dovolj strokovno usposobljeni za vodenje posameznih oddelkov. Za vodenje skupine ljudi je potrebno imeti določeno strokovno znanje. Znanje o tem, kako ljudi motivirati, kako ohranjati ali povečevati njihovo zagnanost za delo in kako dosegati visoko stopnjo zaupanja zaposlenih. Uprava družbe mora na vodilna mesta postaviti ljudi, ki so sposobni voditi oddelke in upravljati z zaposlenimi tako, da bodo iz njih potegnili visoko delovno učinkovitost. S tem bo delo dobro opravljeno, zaposleni bodo zadovoljni in vzdušje v delovnem okolju bo pozitivno, kar bo vsekakor dobro vplivalo tudi na goste igralnice, ki bodo občutili pozitivno energijo v igralnem salonu.

- Rezultati ankete so pokazali, da so v igralnici A Ena sestanki večinoma manj uspešni, saj se kar 50 % zaposlenih strinja s to trditvijo. Ozračje na sestankih je večini anketirancev dolgočasno, zato predlagam, da bi se sestanki sklicevali samo takrat, ko je to res potrebno. Dodatni predlog pa je, da bi se tako zaposleni kot tudi vodje na sestanke dobro pripravili. Tako zaposleni ne bodo imeli občutka, da mlatijo prazno slamo, ampak se bodo lotili reševanja konkretnih problemov in zanje poiskali primerne rešitve. V podjetju B Dva imajo zaposleni na sestankih občutek napetosti (31,6 %) in včasih tudi nimajo možnosti povratne informacije v komuniciranju z vodjem, kar je posledica tega, da zaposleni nimajo možnosti osebno dati svojim nadrejenim kritičnih pripomb in predlogov. Vodje sicer zaposlene vključujejo v odločitve o delu, vendar slabo sprejemajo kritike. Predlagam, da se vodje naučijo diplomatsko sprejemati predloge za izboljšave že obstoječega sistema dela in skušajo sprostiti napetost na sestankih. Naučiti in poznati bi morali tudi pravila uspešnega vodenja in se po njih ravnati.

- V igralnici A Ena je kot posledica gospodarske krize, ki se razvija tudi na naših tleh, potrebno znižati stroške celotne družbe, v katero spada obravnavano podjetje. Uprava se je odločila za nižanje stroškov dela. Pri odpuščanju posameznikov imajo veliko vlogo vodje, saj morajo neposredno povedati zaposlenim, da jih podjetje ne potrebuje več. Seznanjanje zaposlenih z odpovedjo ne predstavlja lepega dela vodenja, vendar ga morajo vodje opraviti uspešno. Pomembno je, da vodje v takih situacijah upoštevajo etiko in moralo poslovnega sveta, da spodbudijo delavca za iskanje nove službe in pohvalijo njegove dosežke, ter mu na tak način poskušajo omiliti neprijetno novico.

- V igralnici A Ena bi bilo potrebno zmanjšati nadzor nad zaposlenimi, ki jim vodje dobesedno gledajo pod prste. Določena mera nadzorovanja delavcev je potrebna, vendar se s tem ne sme pretiravati, ker se na tak način napetost in stres med zaposlenimi le povečujeta. Vodje bi morali svoje nadzorovanje omejiti, za kakršna-koli pojasnila glede dela bi se lahko posvetovali z zaposlenimi in jim s tem dajali občutek zaupanja.

- Za izboljšanje odnosov med sodelavci v obeh igralnicah predlagam, da bi obe podjetji uvedli bolj pogosta družabna srečanja, kjer bi se krepilo neformalno komuniciranje, zaposleni bi se bolje spoznali in se lažje identificirali s podjetjem. Družabna srečanja so odlična priložnost za razvijanje dobrih medsebojnih odnosov, prav gotovo pa bi pozitivno vplivala na občutek pripadnosti podjetju.

- Naslednji predlog se prav tako nanaša na obe podjetji. Poznavanje rezultatov svojega dela so anketiranci v obeh igralnicah označili kot pogost motivacijski dejavnik. Enkrat letno bi morali vodje sklicati sestanek, kjer bi zaposlenim poročali o bistvenih dosežkih v preteklem letu in o načrtih za prihodnost. S tem bi zaposleni obnovili zavedanje o njihovih ciljih, nalogah in o tem, kaj se od njih pričakuje.

- V obeh podjetjih bi morali vodje pogosteje pohvaliti svoje zaposlene, saj so rezultati primerjave pokazali, da pohvale kot motivacijski dejavnik vedno vplivajo na zaposlene. Pohvala ne zahteva nobenega posebnega napora, vendar naredi pri zaposlenih izjemno pozitiven učinek, vpliva na njihovo zagnanost in naklonjenost. Deluje kot spodbuda, ki vpliva na posameznika, da bolje opravlja svoje delo.

- Vodje bi v obeh podjetjih prav tako morali pravilno delavcem podajati informacije. Govorice so pogosto razširjeno orodje internega komuniciranja, vendar povzročajo popačenje sporočila. Verjetnost motenj pri prenosu sporočila in verjetnost popačenja naraščata s

številom posrednikov. Vodje morajo zato informacije prenašati osebno na sestankih ali preko oglasnih desk, telefonov ali preko katerega drugega neposrednega orodja komuniciranja.

- V podjetju B Dva imajo slabo uporabljena in razširjena sredstva internega komuniciranja. Predlagam, da v podjetju na vidno mesto postavijo oglasno desko, preko katere bi lahko vsi posredovali informacije nadrejenim, podrejenim ali sodelavcem. Za obe igralnici predlagam komunikacijsko orodje preko interneta, predvsem posebno oblikovano skupino na portalu facebook, ki je postal zelo razširjeno orodje komunikacije v zadnjih dveh letih. Preko tega bi si lahko izmenjevali sporočila o kraju in uri sestanka, o organizaciji raznih družabnih srečanj ter o drugih stvareh, ki se tičejo dela.

SKLEP

Vloga internega komuniciranja je v posameznem podjetju zelo pomembna. Dobro vzpostavljen sistem internega komuniciranja predstavlja začetno točko, iz katere izhajajo odnosi med zaposlenimi, zadovoljstvo zaposlenih v podjetju, pripadnost podjetju, pozitivno vzdušje v delovnem okolju in motivacija zaposlenih za opravljanje dela. Pri primerjalni analizi internega komuniciranja v izbranih podjetjih sem opazila, da se rezultati kvalitativne in kvantitativne raziskave razlikujejo. V prvi igralnici A Ena, ki je večja in ima dodelane sisteme komuniciranja in ravnanja z ljudmi pri delu, je interno komuniciranje zelo slabo. Glede na to, da ima izoblikovane programe uspešnega vodenja in v njih opredeljeno tudi uspešno interno komuniciranje sem pričakovala, da bo vzdušje v igralnici med zaposlenimi boljše, vendar se je po analizi izkazalo, da je precej slabše kot v drugi igralnici. Drugo podjetje B Dva je precej manjše, nima posebej izdelanih programov uspešnega vodenja in ravnanja z ljudmi pri delu, vendar je komuniciranje v njem veliko boljše. S tem lahko zanikam svojo začetno hipotezo, da ima večja igralnica boljši sistem internega komuniciranja in ravnanja z ljudmi pri delu kot pa manjša.

Nezadovoljstvo, pomanjkanje zagnanosti zaposlenih za opravljanje dela, slabo vzdušje in slaba pripadnost zaposlenih igralnici A Ena pomeni, da je interno komuniciranje slabo. Komunikacijo v podjetju je potrebno začeti popravljati takoj. Prvi korak, ki ga podjetje mora narediti, je izobrazba vodij ali izbira novih ustrezno izobraženih vodij, ki bodo sposobni voditi in motivirati zaposlene v podjetju. Poostren nadzor in grožnje morajo biti odstranjene iz vsakršnih odnosov v podjetju. Namesto formalne je treba krepiti neformalno komunikacijo, da zaposleni ponovno pridobijo občutek zaupanja in pripadnosti podjetju. Konflikte in motnje v komuniciranju je potrebno sproti odpravljati in reševati. Predvsem je pomembno zmanjšati negotovost delavcev, ki se povečuje zaradi nastopa svetovne krize. Vodstvo se mora zavedati, da niso zaposleni krivci za zmanjšanje števila obiska igralnice, ampak da na to spremenljivko vpliva več dejavnikov. Med njimi je najvažnejši dejavnik gospodarska kriza, k temu pa lahko pripišemo tudi neustrezno vodenje igralnice.

V podjetju B Dva morajo večji poudarek nameniti uporabi komunikacijskih orodij, vodje morajo poslušati predloge za izboljšave dela. Napetost za izražanje lastnih mnenj sodelavcem in nadrejenim se mora zmanjšati, kar pomeni, da je potrebno v podjetje uvesti sistem uspešnega vodenja in internega komuniciranja. V obeh igralnicah morajo dati poudarek neformalni komunikaciji in druženju zaposlenih, vodje morajo delavce seznanjati z dosežki podjetja in s prihodnjimi načrti, predvsem pa morajo vodje spodbujati in pohvaliti zaposlene, saj je to najlažji način dvigovanja motivacije zaposlenih.

LITERATURA IN VIRI

1. Bacal, R. (2000). Internal Communication Strategies - The Neglected Strategic Element. Najdeno 17. januarja 2009 na spletnem naslovu <http://performance-appraisals.org/Bacalsappraisalarticles/articles/comstrat.htm>
2. Beckett, R. (2003). Communication ethics: Principle and practice. *Journal of Communication Management*, 8 (1), str. 41.
3. Benefits of Internal communication.. Najdeno 20. januarja 2009 na spletnem naslovu http://www.emeraldinsight.com/Insight_ViewContentServlet_contentType=Article&FileName=published_emeraldabstractonlyarticle_pdf_2700030310
4. Čebular U. (2008, 1. april). Interno komuniciranje. *Poslovni bazar*. Najdeno 17. januarja 2009 na spletnem naslovu <http://www.poslovni-bazar.si/?mod=articles&article=372>
5. Daly, F., Teague, P. & Kitchen, P. (2003). Exploring the role of internal communication during organisational change. *Corporate Communications: An International Journal*, 8 (3), 153-162.
6. Florjaničič, J., Ferjan, M. (2000). *Management poslovnega komuniciranja*. Ljubljana: Založba Moderna organizacija.
7. Gruban, B. (2005, september). Strateško upravljanje internih komunikacij. *Dialogos, strateške komunikacije*. Najdeno 17. januarja 2009 na spletnem naslovu <http://www.dialogos.si/slo/objave/clanki/stratesko-upravljanje-ik/>
8. *Interno komuniciranje: dekoracija ali nuja*. Najdeno 17. januarja 2009 na spletni strani <http://www.dialogos.si/slo/objave/clanki/interno-komuniciranje/>
9. Kavčič, B. (2002). *Poslovno komuniciranje*. Ljubljana, Ekonomska fakulteta.
10. Hit d. d. (2005). Letno poročilo podjetja Hit d.d. Nova Gorica: Hit d. d.
11. Hit d. d. (2006). Letno poročilo podjetja Hit d.d. Nova Gorica: Hit d. d.
12. Hit d. d. (2007). Letno poročilo podjetja Hit d.d. Nova Gorica: Hit d. d.
13. Lipičnik, B. (1997). *Človeški viri in ravnanje z njimi*. Ljubljana, Ekonomska fakulteta.
14. Majnardi, T. (2008, 12. avgust). Družba Hit ne pristaja na neutemeljene zahteve sindikata Vrba, saj ne odražajo dejanskih razmer v turistični panogi. *Hit d. d.*. Najdeno 22. junija 2009 na spletnem naslovu http://www.hit.si/pr_s.php?id_pr=287
15. McNamara, C. (1997). Basics in Internal Organizational Communications. Najdeno 15. januarja 2009 na spletnem naslovu http://managementhelp.org/mrktng/org_cmm.htm
16. Možina, S. (1994). *Osnove vodenja*. Ljubljana, Ekonomska fakulteta.
17. Možina, S., Damjan, J. (1997). *Poslovno Komuniciranje*. Ljubljana, Ekonomska fakulteta.

18. Možina, S., Tavčar, M., Zupan, N. & Kneževič, A. (2004). *Poslovno komuniciranje: evropske razsežnosti*. Maribor: Obzorja, založništvo in izobraževanje.
19. Mumel, D., Buneto, A. & Virt, T. (2006). Uporaba instrumentov internega komuniciranja ter cilji internega komuniciranja v velikih in malih podjetjih v Sloveniji. *Organizacija: revija za management, informatiko in kadre*, 39 (6), 361-367.
20. Nadoh, J. Organizacijsko komuniciranje – znanost in praksa. *Več pozornosti odločevalskim procesom*. Najdeno 17. januarja 2009 na spletnem naslovu <http://www.delavska-participacija.com/clanki/ID040103.doc>
21. Novak B. (2000). *Krizno komuniciranje in upravljanje nevarnosti*. Priročnik za krizne odnose z javnostmi v praksi. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
22. Pervaiz, A. & Rafiq, M. (2003). Internal marketing issues and challenges. *European Journal of Marketing*, 37 (9), 1177-1186.
23. Proctor, T. & Doukakis I. (2003). Change management: the role of internal communication and employee development. *Corporate Communications: An International Journal*, 8 (4), 268-277.
24. Robson, P. & Tourish D. (2005). Managing internal communication: an organisational case study. *Corporate Communications: An International Journal*, 10 (3), 213-222.
25. Smallman, C. & Weir, D. (1999). Communication and cultural distortion during crises. *Disaster Prevention and Manager*, 8(1), 33-41.
26. Smith, G. (2005). Communication skills are critical for internal auditors. *Managerial Auditing Journal*, 20 (5), 513-519.
27. Smythe, J. (1996). The changing role of internal communication in tomorrow's company. *Managing Service Quality*, 6 (2), 41-44.

PRILOGE

**ANKETNI VPRAŠALNIK O INTERNEM KOMUNICIRANJU
V ORGANIZACIJI**

Pozdravljeni!

Moje ime je Franka Berce in sem študentka Ekonomske fakultete v Ljubljani. Za diplomsko delo Primerjalna analiza internega komuniciranja v izbranih podjetjih opravljam raziskavo med zaposlenimi, ki jo bom izvedla s pomočjo anketnega vprašalnika. Anketa je anonimna, vaše odgovore bom uporabila izključno samo za analizo pridobljenih podatkov. Vaše sodelovanje mi bo v veliko pomoč pri analiziranju problema raziskave.

1. V internem komuniciranju med zaposlenimi se največkrat pojavljajo motnje z:
 - a.) podrejenimi
 - b.) nadrejenimi
 - c.) sodelavci

2. Kako pogosto prihaja do konfliktov med vami in sodelavci?
 - a.) nikoli
 - b.) včasih
 - c.) pogosto
 - d.) vedno

3. Kot eno izmed najpogosteje uporabljenih orodij internega komuniciranja smatramo sestanke. Kako uspešni so po vašem mnenju sestanki?
 - a.) zelo uspešni
 - b.) relativno uspešni.
 - c.) manj uspešni
 - d.) neuspešni

4. Ozračje na sestankih je:
 - a.) sproščeno
 - b.) dolgočasno
 - c.) napeto

5. V komunikaciji z vodjem imate možnost povratne informacije.
 - a.) Popolnoma se strinjam.
 - b.) Delno se strinjam.
 - c.) Sploh se ne strinjam.

6. Občutek napetosti in stres sta prisotna pri izražanju svojega mnenja sodelavcem.

- a.) vedno
- b.) včasih
- c.) nikoli

7. Kako se počutite pripadni svojemu podjetju?

- a.) Čutim močno pripadnost podjetju in ga ne nameravam zapustiti.
- b.) Čutim pripadnost podjetju do neke mere in zaenkrat še ostajam v podjetju.
- c.) Ne čutim pripadnosti in sem pripravljen zapustiti podjetje.
- d.) Ne čutim pripadnosti in razmišljam, da bi ga v najkrajšem času zapustil.

8. Kateri dejavniki, ki jih uporablja vodja vas najbolj motivirajo za delo?

| Motivacijski dejavnik | Vedno | Pogosto | Včasih | Nikoli |
|------------------------------------|-------|---------|--------|--------|
| Poznavanje rezultatov svojega dela | | | | |
| Koristnost dela | | | | |
| Delovne razmere | | | | |
| Pohvale | | | | |
| Grožnje in graje | | | | |
| Tekmovalnost | | | | |
| Plača | | | | |
| Problemi | | | | |

9. Interne komunikacije, ki so potrebne za razumevanje dela v podjetju, dobivate preko:

| Orodje | Vedno | Pogosto | Včasih | Nikoli |
|--------------------------------------|-------|---------|--------|--------|
| Oglasne deske | | | | |
| Na sestankih | | | | |
| Iz dopisov vodstva in letnih poročil | | | | |
| Preko govoric | | | | |
| V javnih medijih | | | | |
| Iz elektronske pošte | | | | |
| Preko telefona | | | | |

10. Interno komuniciranje v podjetju mi omogoča naslednje:

| Trditev | Sploh se ne strinjam | Ne strinjam se | Strinjam se | Popolnoma se strinjam |
|--|----------------------|----------------|-------------|-----------------------|
| Da se lažje identificiram s podjetjem. | | | | |
| Da se učim od starejših sodelavcev. | | | | |
| Da se bolje počutim v podjetju. | | | | |
| Motivira me za delo, ki ga opravljam. | | | | |

Za konec pa le še nekaj vprašanj o vas, ki jih potrebujem zaradi statistične analize.

11. Spol(obkroži) 1. M 2. Ž
12. Starost: _____ let
13. Kako dolgo že delate v organizaciji? _____
14. Naziv podjetja (obkroži) 1. Casino A Ena 2. Casino B Dva
15. Status v podjetju (obkroži) 1. študent 2. Zaposlen

Za vaš čas in sodelovanje se vam najlepše zahvaljujem!

PRILOGA 2: Analiza rezultatov podjetja A Ena

Frequencies

Statistics

| | | Spol anketiranca | Starost anketiranca | Doba dela v organizaciji |
|---|---------|---------------------|------------------------|-----------------------------|
| N | Valid | 20 | 20 | 20 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 |
| | Mean | 1,8500 | 27,8000 | 6,7625 |
| | Minimum | 1,00 | 18,00 | ,25 |
| | Maximum | 2,00 | 56,00 | 35,00 |

Frequency Table

Spol anketiranca

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|-----------------------|
| Valid | moški | 3 | 15,0 | 15,0 | 15,0 |
| | ženska | 17 | 85,0 | 85,0 | 100,0 |
| Total | | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Doba dela v organizaciji

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|-----------------------|--|
| Valid | ,25 | 1 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | |
| | 1,00 | 2 | 10,0 | 10,0 | 15,0 | |
| | 2,00 | 5 | 25,0 | 25,0 | 40,0 | |
| | 3,00 | 5 | 25,0 | 25,0 | 65,0 | |
| | 4,00 | 1 | 5,0 | 5,0 | 70,0 | |
| | 5,00 | 2 | 10,0 | 10,0 | 80,0 | |
| | 15,00 | 1 | 5,0 | 5,0 | 85,0 | |
| | 22,00 | 2 | 10,0 | 10,0 | 95,0 | |
| | 35,00 | 1 | 5,0 | 5,0 | 100,0 | |
| | Total | | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Frequencies

| | | Statistics | |
|---|----------------|--|--|
| | | V internem komuniciranju med zaposlenimi se največkrat pojavljajo motnje z | Kako pogosto prihaja do konfliktov med vami in sodelavci |
| N | Valid | 20 | 20 |
| | Missing | 0 | 0 |
| | Mean | 2,3500 | 1,9500 |
| | Median | 2,0000 | 2,0000 |
| | Mode | 2,00 | 2,00 |
| | Std. Deviation | ,48936 | ,39403 |
| | Variance | ,239 | ,155 |

Frequency Table

V internem komuniciranju med zaposlenimi se največkrat pojavljajo motnje z

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid z nadrejenimi | 13 | 65,0 | 65,0 | 65,0 |
| s sodelavci | 7 | 35,0 | 35,0 | 100,0 |
| Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Kako pogosto prihaja do konfliktov med vami in sodelavci

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid nikoli | 2 | 10,0 | 10,0 | 10,0 |
| včasih | 17 | 85,0 | 85,0 | 95,0 |
| pogosto | 1 | 5,0 | 5,0 | 100,0 |
| Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Frequencies

| | | Statistics | |
|---|----------------|--|----------------------|
| | | Kako uspešni so po vašem mnenju sestanki | Ozračje na sestankih |
| N | Valid | 20 | 20 |
| | Missing | 0 | 0 |
| | Mean | 2,7000 | 1,8500 |
| | Median | 3,0000 | 2,0000 |
| | Mode | 3,00 | 2,00 |
| | Std. Deviation | ,65695 | ,48936 |
| | Variance | ,432 | ,239 |

Frequency Table

| Kako uspešni so po vašem mnenju sestanki | | | | |
|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid relativno uspešni | 8 | 40,0 | 40,0 | 40,0 |
| manj uspešni | 10 | 50,0 | 50,0 | 90,0 |
| neuspešni | 2 | 10,0 | 10,0 | 100,0 |
| Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

| Ozračje na sestankih | | | | |
|----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid sproščeno | 4 | 20,0 | 20,0 | 20,0 |
| dolgočasno | 15 | 75,0 | 75,0 | 95,0 |
| napeto | 1 | 5,0 | 5,0 | 100,0 |
| Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Frequencies

| | | Statistics | | |
|---|----------------|--|---|--|
| | | V komunikaciji z vodjem imate možnost povratne informacije | Občutek napetosti in stres sta prisotna pri izražanju svojega mnenja sodelavcem | Kako se počutite pripadni svojemu podjetju |
| N | Valid | 20 | 20 | 20 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 |
| | Mean | 1,7000 | 2,1500 | 2,1500 |
| | Median | 2,0000 | 2,0000 | 2,0000 |
| | Mode | 2,00 | 2,00 | 2,00 |
| | Std. Deviation | ,47016 | ,36635 | ,58714 |
| | Variance | ,221 | ,134 | ,345 |

Frequency Table

V komunikaciji z vodjem imate možnost povratne informacije

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | popolnoma se strinjam | 6 | 30,0 | 30,0 | 30,0 |
| | delno se strinjam | 14 | 70,0 | 70,0 | 100,0 |
| Total | | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Občutek napetosti in stres sta prisotna pri izražanju svojega mnenja sodelavcem

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | včasih | 17 | 85,0 | 85,0 | 85,0 |
| | nikoli | 3 | 15,0 | 15,0 | 100,0 |
| Total | | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Kako se počutite pripadni svojemu podjetju

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | močna pripadnost, ne nameravam zapustiti podjetja | 1 | 5,0 | 5,0 | 5,0 |
| | pripadnost do neke mere, zaenkrat ostajam v podjetju | 16 | 80,0 | 80,0 | 85,0 |
| | Ne čutim pripadnosti, pripravljen sem zapustiti podjetje | 2 | 10,0 | 10,0 | 95,0 |
| | Ne čutim pripadnosti, nameravam zapustiti podjetje | 1 | 5,0 | 5,0 | 100,0 |
| | Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Frequencies

Statistics

| | Motivacijski dejavnik: Poznavanje rezultatov svojega dela | Motivacijski dejavnik: Koristnost dela | Motivacijski dejavnik: Delovne razmere | Motivacijski dejavnik: Pohvale | Motivacijski dejavnik: Grožnje in graje | Motivacijski dejavnik: Tekmovalnost | Motivacijski dejavnik: Plača | Motivacijski dejavnik: Problemi |
|----------------|---|--|--|--------------------------------|---|-------------------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| N Valid | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mean | 2,1500 | 2,4000 | 1,9000 | 1,6000 | 3,3500 | 3,0000 | 2,0500 | 3,5500 |
| Median | 2,0000 | 2,0000 | 2,0000 | 1,0000 | 4,0000 | 3,0000 | 2,0000 | 4,0000 |
| Mode | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 4,00 | 3,00 | 1,00 | 4,00 |
| Std. Deviation | 1,08942 | ,99472 | ,91191 | ,88258 | ,87509 | ,97333 | 1,14593 | ,51042 |
| Variance | 1,187 | ,989 | ,832 | ,779 | ,766 | ,947 | 1,313 | ,261 |

Frequency Table

Motivacijski dejavnik: Poznavanje rezultatov svojega dela

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 8 | 40,0 | 40,0 | 40,0 |
| | pogosto | 3 | 15,0 | 15,0 | 55,0 |
| | včasih | 7 | 35,0 | 35,0 | 90,0 |
| | nikoli | 2 | 10,0 | 10,0 | 100,0 |
| | Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Motivacijski dejavnik: Koristnost dela

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 4 | 20,0 | 20,0 | 20,0 |
| | pogosto | 7 | 35,0 | 35,0 | 55,0 |
| | včasih | 6 | 30,0 | 30,0 | 85,0 |
| | nikoli | 3 | 15,0 | 15,0 | 100,0 |
| | Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Motivacijski dejavnik: Delovne razmere

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 8 | 40,0 | 40,0 | 40,0 |
| | pogosto | 7 | 35,0 | 35,0 | 75,0 |
| | včasih | 4 | 20,0 | 20,0 | 95,0 |
| | nikoli | 1 | 5,0 | 5,0 | 100,0 |
| | Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Motivacijski dejavnik: Pohvale

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 13 | 65,0 | 65,0 | 65,0 |
| | pogosto | 2 | 10,0 | 10,0 | 75,0 |
| | včasih | 5 | 25,0 | 25,0 | 100,0 |
| | Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Motivacijski dejavnik: Grožnje in graje

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 1 | 5,0 | 5,0 | 5,0 |
| | pogosto | 2 | 10,0 | 10,0 | 15,0 |
| | včasih | 6 | 30,0 | 30,0 | 45,0 |
| | nikoli | 11 | 55,0 | 55,0 | 100,0 |
| | Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Motivacijski dejavnik: Tekmovalnost

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 2 | 10,0 | 10,0 | 10,0 |
| | pogosto | 3 | 15,0 | 15,0 | 25,0 |
| | včasih | 8 | 40,0 | 40,0 | 65,0 |
| | nikoli | 7 | 35,0 | 35,0 | 100,0 |
| | Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Motivacijski dejavnik: Plača

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 9 | 45,0 | 45,0 | 45,0 |
| | pogosto | 4 | 20,0 | 20,0 | 65,0 |
| | včasih | 4 | 20,0 | 20,0 | 85,0 |
| | nikoli | 3 | 15,0 | 15,0 | 100,0 |
| | Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Motivacijski dejavnik: Problemi

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | včasih | 9 | 45,0 | 45,0 | 45,0 |
| | nikoli | 11 | 55,0 | 55,0 | 100,0 |
| | Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Frequencies

Statistics

| | Orodje komunikacije: Oglasne deske | Orodje komunikacije: Sestanki | Orodje komunikacije: Dopisi vodstva in letna poročila | Orodje komunikacije: Govorice | Orodje komunikacije: Javni mediji | Orodje komunikacije: Elektronska pošta | Orodje komunikacije: Telefon |
|----------------|------------------------------------|-------------------------------|---|-------------------------------|-----------------------------------|--|------------------------------|
| N Valid | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mean | 1,7000 | 2,4000 | 3,0000 | 2,0000 | 3,3500 | 3,6000 | 3,3500 |
| Median | 1,0000 | 2,5000 | 3,0000 | 2,0000 | 3,0000 | 4,0000 | 4,0000 |
| Mode | 1,00 | 3,00 | 3,00 | 2,00 | 3,00 ^a | 4,00 | 4,00 |
| Std. Deviation | ,92338 | ,82078 | ,97333 | ,79472 | ,67082 | ,59824 | ,93330 |
| Variance | ,853 | ,674 | ,947 | ,632 | ,450 | ,358 | ,871 |

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Frequency Table

Orodje komunikacije: Oglasne deske

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 11 | 55,0 | 55,0 | 55,0 |
| | pogosto | 5 | 25,0 | 25,0 | 80,0 |
| | včasih | 3 | 15,0 | 15,0 | 95,0 |
| | nikoli | 1 | 5,0 | 5,0 | 100,0 |
| | Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Orodje komunikacije: Sestanki

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 3 | 15,0 | 15,0 | 15,0 |
| | pogosto | 7 | 35,0 | 35,0 | 50,0 |
| | včasih | 9 | 45,0 | 45,0 | 95,0 |
| | nikoli | 1 | 5,0 | 5,0 | 100,0 |
| | Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Orodje komunikacije: Dopisi vodstva in letna poročila

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 2 | 10,0 | 10,0 | 10,0 |
| | pogosto | 3 | 15,0 | 15,0 | 25,0 |
| | včasih | 8 | 40,0 | 40,0 | 65,0 |
| | nikoli | 7 | 35,0 | 35,0 | 100,0 |
| | Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Orodje komunikacije: Govorice

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 6 | 30,0 | 30,0 | 30,0 |
| | pogosto | 8 | 40,0 | 40,0 | 70,0 |
| | včasih | 6 | 30,0 | 30,0 | 100,0 |
| | Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Orodje komunikacije: Javni mediji

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | pogosto | 2 | 10,0 | 10,0 | 10,0 |
| | včasih | 9 | 45,0 | 45,0 | 55,0 |
| | nikoli | 9 | 45,0 | 45,0 | 100,0 |
| | Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Orodje komunikacije: Elektronska pošta

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | pogosto | 1 | 5,0 | 5,0 | 5,0 |
| | včasih | 6 | 30,0 | 30,0 | 35,0 |
| | nikoli | 13 | 65,0 | 65,0 | 100,0 |
| | Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Orodje komunikacije: Telefon

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 1 | 5,0 | 5,0 | 5,0 |
| | pogosto | 3 | 15,0 | 15,0 | 20,0 |
| | včasih | 4 | 20,0 | 20,0 | 40,0 |
| | nikoli | 12 | 60,0 | 60,0 | 100,0 |
| | Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Frequencies

Statistics

| | | IK omogoča: da se lažje identificiram s podjetjem | IK omogoča: da se učim od starejših sodelavcev | IK omogoča: da se bolje počutim v podjetju | IK omogoča: motivira me za delo, ki ga opravljam |
|---|----------------|---|--|--|--|
| N | Valid | 20 | 20 | 20 | 20 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Mean | 2,6500 | 2,7500 | 3,1500 | 3,0000 |
| | Median | 3,0000 | 3,0000 | 3,0000 | 3,0000 |
| | Mode | 3,00 | 3,00 | 3,00 | 3,00 |
| | Std. Deviation | ,81273 | ,71635 | ,67082 | ,64889 |
| | Variance | ,661 | ,513 | ,450 | ,421 |

Frequency Table

IK omogoča: da se lažje identificiram s podjetjem

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid sploh se ne strinjam | 3 | 15,0 | 15,0 | 15,0 |
| ne strinjam se | 2 | 10,0 | 10,0 | 25,0 |
| strinjam se | 14 | 70,0 | 70,0 | 95,0 |
| popolnoma se strinjam | 1 | 5,0 | 5,0 | 100,0 |
| Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

IK omogoča: da se učim od starejših sodelavcev

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid sploh se ne strinjam | 1 | 5,0 | 5,0 | 5,0 |
| ne strinjam se | 5 | 25,0 | 25,0 | 30,0 |
| strinjam se | 12 | 60,0 | 60,0 | 90,0 |
| popolnoma se strinjam | 2 | 10,0 | 10,0 | 100,0 |
| Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

IK omogoča: da se bolje počutim v podjetju

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid ne strinjam se | 3 | 15,0 | 15,0 | 15,0 |
| strinjam se | 11 | 55,0 | 55,0 | 70,0 |
| popolnoma se strinjam | 6 | 30,0 | 30,0 | 100,0 |
| Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

IK omogoča: motivira me za delo, ki ga opravljam

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid ne strinjam se | 4 | 20,0 | 20,0 | 20,0 |
| strinjam se | 12 | 60,0 | 60,0 | 80,0 |
| popolnoma se strinjam | 4 | 20,0 | 20,0 | 100,0 |
| Total | 20 | 100,0 | 100,0 | |

Means

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|--|----------|---------|----------|---------|-------|---------|
| | Included | | Excluded | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| Motivacijski dejavnik: Poznavanje rezultatov svojega dela * Spol anketiranca | 20 | 100,0% | 0 | ,0% | 20 | 100,0% |
| Motivacijski dejavnik: Koristnost dela * Spol anketiranca | 20 | 100,0% | 0 | ,0% | 20 | 100,0% |
| Motivacijski dejavnik: Delovne razmere * Spol anketiranca | 20 | 100,0% | 0 | ,0% | 20 | 100,0% |
| Motivacijski dejavnik: Pohvale * Spol anketiranca | 20 | 100,0% | 0 | ,0% | 20 | 100,0% |
| Motivacijski dejavnik: Grožnje in graje * Spol anketiranca | 20 | 100,0% | 0 | ,0% | 20 | 100,0% |
| Motivacijski dejavnik: Tekmovalnost * Spol anketiranca | 20 | 100,0% | 0 | ,0% | 20 | 100,0% |
| Motivacijski dejavnik: Plača * Spol anketiranca | 20 | 100,0% | 0 | ,0% | 20 | 100,0% |
| Motivacijski dejavnik: Problemi * Spol anketiranca | 20 | 100,0% | 0 | ,0% | 20 | 100,0% |

Report

| Spol anketiranca | | Motivacijski dejavnik: Poznavanje rezultatov svojega dela | Motivacijski dejavnik: Koristnost dela | Motivacijski dejavnik: Delovne razmere | Motivacijski dejavnik: Pohvale | Motivacijski dejavnik: Grožnje in graje | Motivacijski dejavnik: Tekmovalnost | Motivacijski dejavnik: Plača | Motivacijski dejavnik: Problemi |
|------------------|----------------|---|--|--|--------------------------------|---|-------------------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| moški | Mean | 1,3333 | 2,3333 | 2,3333 | 2,3333 | 3,3333 | 3,3333 | 2,3333 | 3,6667 |
| | N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| | Std. Deviation | ,57735 | ,57735 | ,57735 | 1,15470 | 1,15470 | ,57735 | 1,52753 | ,57735 |
| | Median | 1,0000 | 2,0000 | 2,0000 | 3,0000 | 4,0000 | 3,0000 | 2,0000 | 4,0000 |
| | % of Total N | 15,0% | 15,0% | 15,0% | 15,0% | 15,0% | 15,0% | 15,0% | 15,0% |
| ženska | Mean | 2,2941 | 2,4118 | 1,8235 | 1,4706 | 3,3529 | 2,9412 | 2,0000 | 3,5294 |
| | N | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 |
| | Std. Deviation | 1,10480 | 1,06412 | ,95101 | ,79982 | ,86177 | 1,02899 | 1,11803 | ,51450 |
| | Median | 3,0000 | 2,0000 | 2,0000 | 1,0000 | 4,0000 | 3,0000 | 2,0000 | 4,0000 |
| | % of Total N | 85,0% | 85,0% | 85,0% | 85,0% | 85,0% | 85,0% | 85,0% | 85,0% |
| Total | Mean | 2,1500 | 2,4000 | 1,9000 | 1,6000 | 3,3500 | 3,0000 | 2,0500 | 3,5500 |
| | N | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| | Std. Deviation | 1,08942 | ,99472 | ,91191 | ,88258 | ,87509 | ,97333 | 1,14593 | ,51042 |
| | Median | 2,0000 | 2,0000 | 2,0000 | 1,0000 | 4,0000 | 3,0000 | 2,0000 | 4,0000 |
| | % of Total N | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Means

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|--|----------|---------|----------|---------|-------|---------|
| | Included | | Excluded | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| Orodje komunikacije: Oglasne deske * Spol anketiranca | 20 | 100,0% | 0 | ,0% | 20 | 100,0% |
| Orodje komunikacije: Sestanki * Spol anketiranca | 20 | 100,0% | 0 | ,0% | 20 | 100,0% |
| Orodje komunikacije: Dopisi vodstva in letna poročila * Spol anketiranca | 20 | 100,0% | 0 | ,0% | 20 | 100,0% |
| Orodje komunikacije: Govorice * Spol anketiranca | 20 | 100,0% | 0 | ,0% | 20 | 100,0% |
| Orodje komunikacije: Javni mediji * Spol anketiranca | 20 | 100,0% | 0 | ,0% | 20 | 100,0% |
| Orodje komunikacije: Elektronska pošta * Spol anketiranca | 20 | 100,0% | 0 | ,0% | 20 | 100,0% |
| Orodje komunikacije: Telefon * Spol anketiranca | 20 | 100,0% | 0 | ,0% | 20 | 100,0% |

Report

| Spol anketiranca | | Orodje komunikacije: Oglasne deske | Orodje komunikacije: Sestanki | Orodje komunikacije: Dopisi vodstva in letna poročila | Orodje komunikacije: Govorice | Orodje komunikacije: Javni mediji | Orodje komunikacije: Elektronska pošta | Orodje komunikacije: Telefon |
|------------------|----------------|---------------------------------------|----------------------------------|--|----------------------------------|--------------------------------------|---|---------------------------------|
| moški | Mean | 1,3333 | 2,6667 | 2,3333 | 1,3333 | 3,0000 | 3,3333 | 1,6667 |
| | N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| | Std. Deviation | ,57735 | ,57735 | 1,52753 | ,57735 | ,00000 | ,57735 | ,57735 |
| | Median | 1,0000 | 3,0000 | 2,0000 | 1,0000 | 3,0000 | 3,0000 | 2,0000 |
| | % of Total N | 15,0% | 15,0% | 15,0% | 15,0% | 15,0% | 15,0% | 15,0% |
| ženska | Mean | 1,7647 | 2,3529 | 3,1176 | 2,1176 | 3,4118 | 3,6471 | 3,6471 |
| | N | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 |
| | Std. Deviation | ,97014 | ,86177 | ,85749 | ,78121 | ,71229 | ,60634 | ,60634 |
| | Median | 1,0000 | 2,0000 | 3,0000 | 2,0000 | 4,0000 | 4,0000 | 4,0000 |
| | % of Total N | 85,0% | 85,0% | 85,0% | 85,0% | 85,0% | 85,0% | 85,0% |
| Total | Mean | 1,7000 | 2,4000 | 3,0000 | 2,0000 | 3,3500 | 3,6000 | 3,3500 |
| | N | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| | Std. Deviation | ,92338 | ,82078 | ,97333 | ,79472 | ,67082 | ,59824 | ,93330 |
| | Median | 1,0000 | 2,5000 | 3,0000 | 2,0000 | 3,0000 | 4,0000 | 4,0000 |
| | % of Total N | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Means

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|--|----------|---------|----------|---------|-------|---------|
| | Included | | Excluded | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| IK omogoča: da se lažje identificiram s podjetjem * Spol anketiranca | 20 | 100,0% | 0 | ,0% | 20 | 100,0% |
| IK omogoča: da se učim od starejših sodelavcev * Spol anketiranca | 20 | 100,0% | 0 | ,0% | 20 | 100,0% |
| IK omogoča: da se bolje počutim v podjetju * Spol anketiranca | 20 | 100,0% | 0 | ,0% | 20 | 100,0% |
| IK omogoča: motivira me za delo, ki ga opravljam * Spol anketiranca | 20 | 100,0% | 0 | ,0% | 20 | 100,0% |

Report

| Spol anketiranca | | IK omogoča: da se lažje identificiram s podjetjem | IK omogoča: da se učim od starejših sodelavcev | IK omogoča: da se bolje počutim v podjetju | IK omogoča: motivira me za delo, ki ga opravljam |
|------------------|----------------|---|--|--|--|
| moški | Mean | 2,3333 | 3,0000 | 3,0000 | 3,3333 |
| | N | 3 | 3 | 3 | 3 |
| | Std. Deviation | 1,15470 | 1,00000 | 1,00000 | ,57735 |
| | Median | 3,0000 | 3,0000 | 3,0000 | 3,0000 |
| | % of Total N | 15,0% | 15,0% | 15,0% | 15,0% |
| ženska | Mean | 2,7059 | 2,7059 | 3,1765 | 2,9412 |
| | N | 17 | 17 | 17 | 17 |
| | Std. Deviation | ,77174 | ,68599 | ,63593 | ,65865 |
| | Median | 3,0000 | 3,0000 | 3,0000 | 3,0000 |
| | % of Total N | 85,0% | 85,0% | 85,0% | 85,0% |
| Total | Mean | 2,6500 | 2,7500 | 3,1500 | 3,0000 |
| | N | 20 | 20 | 20 | 20 |
| | Std. Deviation | ,81273 | ,71635 | ,67082 | ,64889 |
| | Median | 3,0000 | 3,0000 | 3,0000 | 3,0000 |
| | % of Total N | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

T-Test

Group Statistics

| | Status v Casinoju | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|----------------------|----|--------|----------------|-----------------|
| V komunikaciji z vodjem imate možnost povratne informacije | Študent | 14 | 1,6429 | ,49725 | ,13289 |
| | Zaposlen | 6 | 1,8333 | ,40825 | ,16667 |
| Občutek napetosti in stres sta prisotna pri izražanju svojega mnenja sodelavcem | Študent | 14 | 2,2143 | ,42582 | ,11380 |
| | Zaposlen | 6 | 2,0000 | ,00000 | ,00000 |
| Kako se počutite pripadni svojemu podjetju | Študent | 14 | 2,2857 | ,61125 | ,16336 |
| | Zaposlen | 6 | 1,8333 | ,40825 | ,16667 |

Independent Samples Test

| | Levene's Test for Equality of Variances | t-test for Equality of Means | | | | | | | | |
|---|---|------------------------------|------|-------|--------|---------------------|--------------------|--------------------------|---|---------|
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2- tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | | Lower | Upper |
| V komunikaciji z vodjem imate možnost povratne informacije | Equal variances assumed | 3,932 | ,063 | -,823 | 18 | ,421 | -,19048 | ,23139 | -,67660 | ,29565 |
| | Equal variances not assumed | | | -,894 | 11,579 | ,390 | -,19048 | ,21316 | -,65680 | ,27585 |
| Občutek napetosti in stres sta prisotna pri izražanju svojega mnenja sodelavcem | Equal variances assumed | 11,138 | ,004 | 1,214 | 18 | ,241 | ,21429 | ,17658 | -,15669 | ,58526 |
| | Equal variances not assumed | | | 1,883 | 13,000 | ,082 | ,21429 | ,11380 | -,03157 | ,46014 |
| Kako se počutite pripadni svojemu podjetju | Equal variances assumed | ,921 | ,350 | 1,649 | 18 | ,117 | ,45238 | ,27436 | -,12402 | 1,02878 |
| | Equal variances not assumed | | | 1,938 | 14,186 | ,073 | ,45238 | ,23338 | -,04755 | ,95231 |

Group Statistics

| | Status v Casinoju | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|----------------------|----|--------|----------------|-----------------|
| Motivacijski dejavnik: Poznavanje rezultatov svojega dela | Študent | 14 | 2,2857 | 1,13873 | ,30434 |
| | Zaposlen | 6 | 1,8333 | ,98319 | ,40139 |
| Motivacijski dejavnik: Koristnost dela | Študent | 14 | 2,5714 | 1,01635 | ,27163 |
| | Zaposlen | 6 | 2,0000 | ,89443 | ,36515 |
| Motivacijski dejavnik: Delovne razmere | Študent | 14 | 1,9286 | ,99725 | ,26653 |
| | Zaposlen | 6 | 1,8333 | ,75277 | ,30732 |
| Motivacijski dejavnik: Pohvale | Študent | 14 | 1,5714 | ,85163 | ,22761 |
| | Zaposlen | 6 | 1,6667 | 1,03280 | ,42164 |
| Motivacijski dejavnik: Grožnje in graje | Študent | 14 | 3,3571 | ,92878 | ,24823 |
| | Zaposlen | 6 | 3,3333 | ,81650 | ,33333 |
| Motivacijski dejavnik: Tekmovalnost | Študent | 14 | 3,0714 | ,99725 | ,26653 |
| | Zaposlen | 6 | 2,8333 | ,98319 | ,40139 |
| Motivacijski dejavnik: Plača | Študent | 14 | 1,9286 | 1,14114 | ,30498 |
| | Zaposlen | 6 | 2,3333 | 1,21106 | ,49441 |
| Motivacijski dejavnik: Problemi | Študent | 14 | 3,5714 | ,51355 | ,13725 |
| | Zaposlen | 6 | 3,5000 | ,54772 | ,22361 |

Independent Samples Test

| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | | | | |
|---|-----------------------------|---|------|------------------------------|--------|-----------------|-----------------|-----------------------|---|---------|
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | | Lower | Upper |
| Motivacijski dejavnik: Poznavanje rezultatov svojega dela | Equal variances assumed | ,596 | ,450 | ,845 | 18,409 | ,45238 | ,53564 | | -,67296 | 1,57772 |
| | Equal variances not assumed | | | ,898 | 11,003 | ,388 | ,45238 | ,50372 | -,65626 | 1,56102 |
| Motivacijski dejavnik: Koristnost dela | Equal variances assumed | ,613 | ,444 | 1,190 | 18,249 | ,57143 | ,48014 | | -,43731 | 1,58017 |
| | Equal variances not assumed | | | 1,256 | 10,794 | ,236 | ,57143 | ,45510 | -,43258 | 1,57544 |
| Motivacijski dejavnik: Delovne razmere | Equal variances assumed | ,866 | ,364 | ,209 | 18,837 | ,09524 | ,45661 | | -,86406 | 1,05454 |
| | Equal variances not assumed | | | ,234 | 12,607 | ,819 | ,09524 | ,40679 | -,78638 | ,97685 |
| Motivacijski dejavnik: Pohvale | Equal variances assumed | ,729 | ,404 | -,216 | 18,832 | -,09524 | ,44189 | | -1,02361 | ,83313 |
| | Equal variances not assumed | | | -,199 | 8,075 | ,847 | -,09524 | ,47915 | -1,19837 | 1,00790 |
| Motivacijski dejavnik: Grožnje in graje | Equal variances assumed | ,081 | ,779 | ,054 | 18,957 | ,02381 | ,43867 | | -,89780 | ,94541 |
| | Equal variances not assumed | | | ,057 | 10,805 | ,955 | ,02381 | ,41561 | -,89295 | ,94057 |
| Motivacijski dejavnik: Tekmovalnost | Equal variances assumed | ,388 | ,541 | ,491 | 18,629 | ,23810 | ,48471 | | -,78025 | 1,25644 |
| | Equal variances not assumed | | | ,494 | 9,659 | ,632 | ,23810 | ,48182 | -,84062 | 1,31681 |
| Motivacijski dejavnik: Plača | Equal variances assumed | ,062 | ,806 | -,714 | 18,484 | -,40476 | ,56650 | | -1,59494 | ,78541 |
| | Equal variances not assumed | | | -,697 | 9,026 | ,503 | -,40476 | ,58091 | -1,71829 | ,90877 |
| Motivacijski dejavnik: Problemi | Equal variances assumed | ,112 | ,741 | ,280 | 18,783 | ,07143 | ,25533 | | -,46500 | ,60785 |
| | Equal variances not assumed | | | ,272 | 8,987 | ,792 | ,07143 | ,26237 | -,52223 | ,66509 |

T-Test

Group Statistics

| Status v Casinoju | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|----------|------|----------------|-----------------|
| IK omogoča: da se lažje identificiram s podjetjem | Študent | 14 | 2,7143 | ,61125 |
| | Zaposlen | 6 | 2,5000 | 1,22474 |
| IK omogoča: da se učim od starejših sodelavcev | Študent | 14 | 2,8571 | ,53452 |
| | Zaposlen | 6 | 2,5000 | 1,04881 |
| IK omogoča: da se bolje počutim v podjetju | Študent | 14 | 3,3571 | ,49725 |
| | Zaposlen | 6 | 2,6667 | ,81650 |
| IK omogoča: motivira me za delo, ki ga opravljam | Študent | 14 | 3,0000 | ,55470 |
| | Zaposlen | 6 | 3,0000 | ,89443 |

Independent Samples Test

| | Levene's Test for Equality of Variances | t-test for Equality of Means | | | | | | | | |
|---|---|------------------------------|------|-------|-------|-----------------|-----------------|-----------------------|---|---------|
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | | Lower | Upper |
| IK omogoča: da se lažje identificiram s podjetjem | Equal variances assumed | 6,493 | ,020 | ,530 | 18 | ,603 | ,21429 | ,40429 | -,63511 | 1,06368 |
| | Equal variances not assumed | | | ,407 | 6,098 | ,698 | ,21429 | ,52601 | -1,06783 | 1,49640 |
| IK omogoča: da se učim od starejših sodelavcev | Equal variances assumed | 5,198 | ,035 | 1,023 | 18 | ,320 | ,35714 | ,34912 | -,37632 | 1,09061 |
| | Equal variances not assumed | | | ,791 | 6,146 | ,458 | ,35714 | ,45138 | -,74102 | 1,45530 |
| IK omogoča: da se bolje počutim v podjetju | Equal variances assumed | 3,503 | ,078 | 2,346 | 18 | ,031 | ,69048 | ,29429 | ,07219 | 1,30876 |
| | Equal variances not assumed | | | 1,924 | 6,651 | ,098 | ,69048 | ,35885 | -,16717 | 1,54812 |
| IK omogoča: motivira me za delo, ki ga opravljam | Equal variances assumed | 2,618 | ,123 | ,000 | 18 | 1,000 | ,00000 | ,32530 | -,68343 | ,68343 |
| | Equal variances not assumed | | | ,000 | 6,714 | 1,000 | ,00000 | ,39410 | -,93999 | ,93999 |

PRILOGA 3: Analiza rezultatov podjetja B Dva

Frequencies

Statistics

| | | Spol anketiranca | Starost anketiranca | Doba dela v organizaciji |
|---|---------|------------------|---------------------|--------------------------|
| N | Valid | 19 | 19 | 19 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 |
| | Mean | 1,6316 | 26,9474 | 1,5742 |
| | Minimum | 1,00 | 19,00 | ,00 |
| | Maximum | 2,00 | 46,00 | 10,00 |

Frequency Table

Spol anketiranca

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | moški | 7 | 36,8 | 36,8 | 36,8 |
| | ženski | 12 | 63,2 | 63,2 | 100,0 |
| Total | | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Starost anketiranca

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 19,00 | 1 | 5,3 | 5,3 | 5,3 |
| | 20,00 | 1 | 5,3 | 5,3 | 10,5 |
| | 23,00 | 5 | 26,3 | 26,3 | 36,8 |
| | 24,00 | 2 | 10,5 | 10,5 | 47,4 |
| | 25,00 | 2 | 10,5 | 10,5 | 57,9 |
| | 26,00 | 2 | 10,5 | 10,5 | 68,4 |
| | 27,00 | 1 | 5,3 | 5,3 | 73,7 |
| | 28,00 | 1 | 5,3 | 5,3 | 78,9 |
| | 33,00 | 1 | 5,3 | 5,3 | 84,2 |
| | 35,00 | 1 | 5,3 | 5,3 | 89,5 |
| | 39,00 | 1 | 5,3 | 5,3 | 94,7 |
| | 46,00 | 1 | 5,3 | 5,3 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Doba dela v organizaciji

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | ,00 | 1 | 5,3 | 5,3 | 5,3 |
| | ,08 | 3 | 15,8 | 15,8 | 21,1 |
| | ,16 | 4 | 21,1 | 21,1 | 42,1 |
| | ,20 | 1 | 5,3 | 5,3 | 47,4 |
| | ,25 | 2 | 10,5 | 10,5 | 57,9 |
| | ,33 | 1 | 5,3 | 5,3 | 63,2 |
| | 1,00 | 1 | 5,3 | 5,3 | 68,4 |
| | 1,50 | 1 | 5,3 | 5,3 | 73,7 |
| | 2,00 | 1 | 5,3 | 5,3 | 78,9 |
| | 3,50 | 1 | 5,3 | 5,3 | 84,2 |
| | 5,00 | 2 | 10,5 | 10,5 | 94,7 |
| | 10,00 | 1 | 5,3 | 5,3 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Frequencies

| | | Statistics | |
|---|----------------|--|--|
| | | V internem komuniciranju med zaposlenimi se največkrat pojavljajo motnje | Kako pogosto prihaja do konfliktov med vami in sodelavci? |
| N | Valid | 19 | 19 |
| | Missing | 0 | 0 |
| | Mean | 2,2105 | 1,7895 |
| | Median | 2,0000 | 2,0000 |
| | Mode | 2,00 | 2,00 |
| | Std. Deviation | ,71328 | ,41885 |
| | Variance | ,509 | ,175 |

Frequency Table

V internem komuniciranju med zaposlenimi se največkrat pojavljajo motnje

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|-----------------------|
| Valid | s podrejenimi | 3 | 15,8 | 15,8 | 15,8 |
| | z nadrejenimi | 9 | 47,4 | 47,4 | 63,2 |
| | s sodelavci | 7 | 36,8 | 36,8 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Kako pogosto prihaja do konfliktov med vami in sodelavci?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|-----------------------|
| Valid | nikoli | 4 | 21,1 | 21,1 | 21,1 |
| | včasih | 15 | 78,9 | 78,9 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Frequencies

| | | Statistics | |
|---|----------------|---|----------------------|
| | | Kako uspešni so po vašem mnenju sestanki? | Ozračje na sestankih |
| N | Valid | 19 | 19 |
| | Missing | 0 | 0 |
| | Mean | 2,4211 | 1,8421 |
| | Median | 2,0000 | 2,0000 |
| | Mode | 2,00 | 1,00 |
| | Std. Deviation | ,69248 | ,89834 |
| | Variance | ,480 | ,807 |

Frequency Table

| Kako uspešni so po vašem mnenju sestanki? | | | | | |
|---|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | relativno uspešni | 13 | 68,4 | 68,4 | 68,4 |
| | manj uspešni | 4 | 21,1 | 21,1 | 89,5 |
| | neuspešni | 2 | 10,5 | 10,5 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

| Ozračje na sestankih | | | | | |
|----------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | sproščeno | 9 | 47,4 | 47,4 | 47,4 |
| | dolgočasno | 4 | 21,1 | 21,1 | 68,4 |
| | napeto | 6 | 31,6 | 31,6 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Frequencies

| | | Statistics | | |
|---|----------------|--|---|---|
| | | V komunikaciji z vodjem imate možnost povratne informacije | Občutek napetosti in stres sta prisotna pri izražanju svojega mnenja sodelavcem | Kako se počutite pripadni svojemu podjetju? |
| N | Valid | 19 | 19 | 19 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 |
| | Mean | 1,7895 | 2,4211 | 1,8421 |
| | Median | 2,0000 | 2,0000 | 2,0000 |
| | Mode | 2,00 | 2,00 | 2,00 |
| | Std. Deviation | ,63060 | ,50726 | ,50146 |
| | Variance | ,398 | ,257 | ,251 |

Frequency Table

| V komunikaciji z vodjem imate možnost povratne informacije | | | | | |
|--|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | popolnoma se strinjam | 6 | 31,6 | 31,6 | 31,6 |
| | delno se strinjam | 11 | 57,9 | 57,9 | 89,5 |
| | sploh se ne strinjam | 2 | 10,5 | 10,5 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Občutek napetosti in stres sta prisotna pri izražanju svojega mnenja sodelavcem

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | včasih | 11 | 57,9 | 57,9 | 57,9 |
| | nikoli | 8 | 42,1 | 42,1 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Kako se počutite pripadni svojemu podjetju?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Močna pripadnost, ne nameravam zapustiti podjetja | 4 | 21,1 | 21,1 | 21,1 |
| | Pripadnost do neke mere, zaenkrat ostajam | 14 | 73,7 | 73,7 | 94,7 |
| | Ne čutim pripadnosti, pripravljen sem zapustiti podjetje | 1 | 5,3 | 5,3 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Frequencies

Statistics

| | Motivacijski dejavnik: Poznavanje rezultotov svojega dela | Motivacijski dejavnik: Koristnost dela | Motivacijski dejavnik: Delovne razmere | Motivacijski dejavnik: Pohvale | Motivacijski dejavnik: Grožnje in graje | Motivacijski dejavnik: Tekmovalnost | Motivacijski dejavnik: Plača | Motivacijski dejavnik: Problemi |
|----------------|---|--|--|--------------------------------|---|-------------------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| N Valid | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 |
| Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mean | 2,0000 | 1,8947 | 2,0526 | 1,6842 | 3,3684 | 3,7368 | 1,9474 | 3,5263 |
| Median | 2,0000 | 2,0000 | 2,0000 | 1,0000 | 4,0000 | 4,0000 | 2,0000 | 4,0000 |
| Mode | 2,00 | 2,00 | 2,00 | 1,00 | 4,00 | 4,00 | 1,00 | 4,00 |
| Std. Deviation | ,88192 | ,87526 | ,91127 | 1,00292 | ,76089 | ,56195 | 1,12909 | ,69669 |
| Variance | ,778 | ,766 | ,830 | 1,006 | ,579 | ,316 | 1,275 | ,485 |

Frequency Table

Motivacijski dejavnik: Poznavanje rezultatov svojega dela

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 6 | 31,6 | 31,6 | 31,6 |
| | pogosto | 8 | 42,1 | 42,1 | 73,7 |
| | včasih | 4 | 21,1 | 21,1 | 94,7 |
| | nikoli | 1 | 5,3 | 5,3 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Motivacijski dejavnik: Koristnost dela

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 7 | 36,8 | 36,8 | 36,8 |
| | pogosto | 8 | 42,1 | 42,1 | 78,9 |
| | včasih | 3 | 15,8 | 15,8 | 94,7 |
| | nikoli | 1 | 5,3 | 5,3 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Motivacijski dejavnik: Delovne razmere

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 6 | 31,6 | 31,6 | 31,6 |
| | pogosto | 7 | 36,8 | 36,8 | 68,4 |
| | včasih | 5 | 26,3 | 26,3 | 94,7 |
| | nikoli | 1 | 5,3 | 5,3 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Motivacijski dejavnik: Pohvale

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 12 | 63,2 | 63,2 | 63,2 |
| | pogosto | 2 | 10,5 | 10,5 | 73,7 |
| | včasih | 4 | 21,1 | 21,1 | 94,7 |
| | nikoli | 1 | 5,3 | 5,3 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Motivacijski dejavnik: Grožnje in graje

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | pogosto | 3 | 15,8 | 15,8 | 15,8 |
| | včasih | 6 | 31,6 | 31,6 | 47,4 |
| | nikoli | 10 | 52,6 | 52,6 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Motivacijski dejavnik: Tekmovalnost

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | pogosto | 1 | 5,3 | 5,3 | 5,3 |
| | včasih | 3 | 15,8 | 15,8 | 21,1 |
| | nikoli | 15 | 78,9 | 78,9 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Motivacijski dejavnik: Plača

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 9 | 47,4 | 47,4 | 47,4 |
| | pogosto | 5 | 26,3 | 26,3 | 73,7 |
| | včasih | 2 | 10,5 | 10,5 | 84,2 |
| | nikoli | 3 | 15,8 | 15,8 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Motivacijski dejavnik: Problemi

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | pogosto | 2 | 10,5 | 10,5 | 10,5 |
| | včasih | 5 | 26,3 | 26,3 | 36,8 |
| | nikoli | 12 | 63,2 | 63,2 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Frequencies

Statistics

| | Orodje komunikacije: Oglasne deske | Orodje komunikacije: Sestanki | Orodje komunikacije: Dopisi vodstva in letna poročila | Orodje komunikacije: Govorice | Orodje komunikacije: Javni mediji | Orodje komunikacije: Elektronska pošta | Orodje komunikacije: Telefon |
|----------------|------------------------------------|-------------------------------|---|-------------------------------|-----------------------------------|--|------------------------------|
| N Valid | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 |
| Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mean | 3,3158 | 2,2632 | 3,1053 | 2,4211 | 3,8947 | 3,8421 | 2,7895 |
| Median | 4,0000 | 2,0000 | 3,0000 | 3,0000 | 4,0000 | 4,0000 | 3,0000 |
| Mode | 4,00 | 2,00 ^a | 3,00 | 3,00 | 4,00 | 4,00 | 3,00 |
| Std. Deviation | 1,00292 | ,73349 | ,87526 | ,96124 | ,31530 | ,37463 | ,91766 |
| Variance | 1,006 | ,538 | ,766 | ,924 | ,099 | ,140 | ,842 |

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Frequency Table

Orodje komunikacije: Oglasne deske

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 2 | 10,5 | 10,5 | 10,5 |
| | pogosto | 1 | 5,3 | 5,3 | 15,8 |
| | včasih | 5 | 26,3 | 26,3 | 42,1 |
| | nikoli | 11 | 57,9 | 57,9 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Orodje komunikacije: Sestanki

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 3 | 15,8 | 15,8 | 15,8 |
| | pogosto | 8 | 42,1 | 42,1 | 57,9 |
| | včasih | 8 | 42,1 | 42,1 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Orodje komunikacije: Dopisi vodstva in letna poročila

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 1 | 5,3 | 5,3 | 5,3 |
| | pogosto | 3 | 15,8 | 15,8 | 21,1 |
| | včasih | 8 | 42,1 | 42,1 | 63,2 |
| | nikoli | 7 | 36,8 | 36,8 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Orodje komunikacije: Govorice

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 4 | 21,1 | 21,1 | 21,1 |
| | pogosto | 5 | 26,3 | 26,3 | 47,4 |
| | včasih | 8 | 42,1 | 42,1 | 89,5 |
| | nikoli | 2 | 10,5 | 10,5 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Orodje komunikacije: Javni mediji

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | včasih | 2 | 10,5 | 10,5 | 10,5 |
| | nikoli | 17 | 89,5 | 89,5 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Orodje komunikacije: Elektronska pošta

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | včasih | 3 | 15,8 | 15,8 | 15,8 |
| | nikoli | 16 | 84,2 | 84,2 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Orodje komunikacije: Telefon

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | vedno | 2 | 10,5 | 10,5 | 10,5 |
| | pogosto | 4 | 21,1 | 21,1 | 31,6 |
| | včasih | 9 | 47,4 | 47,4 | 78,9 |
| | nikoli | 4 | 21,1 | 21,1 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Frequencies

Statistics

| | | IK omogoča: da se lažje identificiram s podjetjem | IK omogoča: da se učim od starejših sodelavcev | IK omogoča: da se bolje počutim v podjetju | IK omogoča: motivira me za delo, ki ga opravljam |
|---|----------------|---|--|--|--|
| N | Valid | 19 | 19 | 19 | 19 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Mean | 2,5263 | 2,8421 | 3,1053 | 3,0000 |
| | Median | 3,0000 | 3,0000 | 3,0000 | 3,0000 |
| | Mode | 3,00 | 3,00 | 3,00 | 3,00 |
| | Std. Deviation | ,84119 | ,83421 | ,80930 | ,66667 |
| | Variance | ,708 | ,696 | ,655 | ,444 |

Frequency Table

IK omogoča: da se lažje identificiram s podjetjem

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sploh se ne strinjam | 3 | 15,8 | 15,8 | 15,8 |
| | Ne strinjam se | 4 | 21,1 | 21,1 | 36,8 |
| | Strinjam se | 11 | 57,9 | 57,9 | 94,7 |
| | Popolnoma se strinjam | 1 | 5,3 | 5,3 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

IK omogoča: da se učim od starejših sodelavcev

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sploh se ne strinjam | 1 | 5,3 | 5,3 | 5,3 |
| | Ne strinjam se | 5 | 26,3 | 26,3 | 31,6 |
| | Strinjam se | 9 | 47,4 | 47,4 | 78,9 |
| | Popolnoma se strinjam | 4 | 21,1 | 21,1 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

IK omogoča: da se bolje počutim v podjetju

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sploh se ne strinjam | 1 | 5,3 | 5,3 | 5,3 |
| | Ne strinjam se | 2 | 10,5 | 10,5 | 15,8 |
| | Strinjam se | 10 | 52,6 | 52,6 | 68,4 |
| | Popolnoma se strinjam | 6 | 31,6 | 31,6 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

IK omogoča: motivira me za delo, ki ga opravljam

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Ne strinjam se | 4 | 21,1 | 21,1 | 21,1 |
| | Strinjam se | 11 | 57,9 | 57,9 | 78,9 |
| | Popolnoma se strinjam | 4 | 21,1 | 21,1 | 100,0 |
| | Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Means

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|--|----------|---------|----------|---------|-------|---------|
| | Included | | Excluded | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| IK omogoča: da se lažje identificiram s podjetjem * Spol anketiranca | 19 | 100,0% | 0 | 0,0% | 19 | 100,0% |
| IK omogoča: da se učim od starejših sodelavcev * Spol anketiranca | 19 | 100,0% | 0 | 0,0% | 19 | 100,0% |
| IK omogoča: da se bolje počutim v podjetju * Spol anketiranca | 19 | 100,0% | 0 | 0,0% | 19 | 100,0% |
| IK omogoča: motivira me za delo, ki ga opravljam * Spol anketiranca | 19 | 100,0% | 0 | 0,0% | 19 | 100,0% |

Report

| Spol anketiranca | | IK omogoča: da se lažje identificiram s podjetjem | IK omogoča: da se učim od starejših sodelavcev | IK omogoča: da se bolje počutim v podjetju | IK omogoča: motivira me za delo, ki ga opravljam |
|------------------|----------------|---|--|--|--|
| moški | Mean | 2,8571 | 2,7143 | 2,5714 | 2,8571 |
| | N | 7 | 7 | 7 | 7 |
| | Std. Deviation | ,69007 | ,95119 | ,97590 | ,69007 |
| | Median | 3,0000 | 3,0000 | 3,0000 | 3,0000 |
| | % of Total N | 36,8% | 36,8% | 36,8% | 36,8% |
| ženski | Mean | 2,3333 | 2,9167 | 3,4167 | 3,0833 |
| | N | 12 | 12 | 12 | 12 |
| | Std. Deviation | ,88763 | ,79296 | ,51493 | ,66856 |
| | Median | 3,0000 | 3,0000 | 3,0000 | 3,0000 |
| | % of Total N | 63,2% | 63,2% | 63,2% | 63,2% |
| Total | Mean | 2,5263 | 2,8421 | 3,1053 | 3,0000 |
| | N | 19 | 19 | 19 | 19 |
| | Std. Deviation | ,84119 | ,83421 | ,80930 | ,66667 |
| | Median | 3,0000 | 3,0000 | 3,0000 | 3,0000 |
| | % of Total N | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Means

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|--|----------|---------|----------|---------|-------|---------|
| | Included | | Excluded | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| Orodje komunikacije: Oglasne deske * Spol anketiranca | 19 | 100,0% | 0 | ,0% | 19 | 100,0% |
| Orodje komunikacije: Sestanki * Spol anketiranca | 19 | 100,0% | 0 | ,0% | 19 | 100,0% |
| Orodje komunikacije: Dopisi vodstva in letna poročila * Spol anketiranca | 19 | 100,0% | 0 | ,0% | 19 | 100,0% |
| Orodje komunikacije: Govorice * Spol anketiranca | 19 | 100,0% | 0 | ,0% | 19 | 100,0% |
| Orodje komunikacije: Javni mediji * Spol anketiranca | 19 | 100,0% | 0 | ,0% | 19 | 100,0% |
| Orodje komunikacije: Elektronska pošta * Spol anketiranca | 19 | 100,0% | 0 | ,0% | 19 | 100,0% |
| Orodje komunikacije: Telefon * Spol anketiranca | 19 | 100,0% | 0 | ,0% | 19 | 100,0% |

Report

| Spol anketiranca | Orodje komunikacije: | Orodje komunikacije: | Orodje komunikacije: | Orodje komunikacije: | Orodje komunikacije: | Orodje komunikacije: | Orodje komunikacije: | |
|---------------------|-------------------------|-------------------------|--|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--------|
| | Oglasne deske | Sestanki | Dopisi vodstva in letna poročila | Govorice | Javni mediji | Elektronska pošta | Telefon | |
| moški | Mean | 3,8571 | 2,2857 | 2,8571 | 2,8571 | 4,0000 | 3,7143 | 3,2857 |
| | N | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 |
| | Std. Deviation | ,37796 | ,75593 | ,89974 | ,69007 | ,00000 | ,48795 | ,75593 |
| | Median | 4,0000 | 2,0000 | 3,0000 | 3,0000 | 4,0000 | 4,0000 | 3,0000 |
| | % of Total N | 36,8% | 36,8% | 36,8% | 36,8% | 36,8% | 36,8% | 36,8% |
| ženski | Mean | 3,0000 | 2,2500 | 3,2500 | 2,1667 | 3,8333 | 3,9167 | 2,5000 |
| | N | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| | Std. Deviation | 1,12815 | ,75378 | ,86603 | 1,02986 | ,38925 | ,28868 | ,90453 |
| | Median | 3,0000 | 2,0000 | 3,5000 | 2,0000 | 4,0000 | 4,0000 | 3,0000 |
| | % of Total N | 63,2% | 63,2% | 63,2% | 63,2% | 63,2% | 63,2% | 63,2% |
| Total | Mean | 3,3158 | 2,2632 | 3,1053 | 2,4211 | 3,8947 | 3,8421 | 2,7895 |
| | N | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 |
| | Std. Deviation | 1,00292 | ,73349 | ,87526 | ,96124 | ,31530 | ,37463 | ,91766 |
| | Median | 4,0000 | 2,0000 | 3,0000 | 3,0000 | 4,0000 | 4,0000 | 3,0000 |
| | % of Total N | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Means

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|--|----------|---------|----------|---------|-------|---------|
| | Included | | Excluded | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| Motivacijski dejavnik: Poznavanje rezultatov svojega dela * Spol anketiranca | 19 | 100,0% | 0 | 0,0% | 19 | 100,0% |
| Motivacijski dejavnik: Koristnost dela * Spol anketiranca | 19 | 100,0% | 0 | 0,0% | 19 | 100,0% |
| Motivacijski dejavnik: Delovne razmere * Spol anketiranca | 19 | 100,0% | 0 | 0,0% | 19 | 100,0% |
| Motivacijski dejavnik: Pohvale * Spol anketiranca | 19 | 100,0% | 0 | 0,0% | 19 | 100,0% |
| Motivacijski dejavnik: Grožnje in graje * Spol anketiranca | 19 | 100,0% | 0 | 0,0% | 19 | 100,0% |
| Motivacijski dejavnik: Tekmovalnost * Spol anketiranca | 19 | 100,0% | 0 | 0,0% | 19 | 100,0% |
| Motivacijski dejavnik: Plača * Spol anketiranca | 19 | 100,0% | 0 | 0,0% | 19 | 100,0% |
| Motivacijski dejavnik: Problemi * Spol anketiranca | 19 | 100,0% | 0 | 0,0% | 19 | 100,0% |

Report

| Spol anketiranca | Motivacijski dejavnik: Poznavanje rezultatov svojega dela | Motivacijski dejavnik: Koristnost dela | Motivacijski dejavnik: Delovne razmere | Motivacijski dejavnik: Pohvale | Motivacijski dejavnik: Grožnje in graje | Motivacijski dejavnik: Tekmovalnost | Motivacijski dejavnik: Plača | Motivacijski dejavnik: Problemi | |
|---------------------|--|---|---|--------------------------------------|--|---|------------------------------------|---------------------------------------|--------|
| moški | Mean | 1,5714 | 1,7143 | 1,8571 | 1,4286 | 2,8571 | 3,2857 | 1,5714 | 3,4286 |
| | N | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 |
| | Std. Deviation | ,78680 | ,75593 | ,69007 | ,78680 | ,69007 | ,75593 | 1,13389 | ,78680 |
| | Median | 1,0000 | 2,0000 | 2,0000 | 1,0000 | 3,0000 | 3,0000 | 1,0000 | 4,0000 |
| | % of Total N | 36,8% | 36,8% | 36,8% | 36,8% | 36,8% | 36,8% | 36,8% | 36,8% |
| ženski | Mean | 2,2500 | 2,0000 | 2,1667 | 1,8333 | 3,6667 | 4,0000 | 2,1667 | 3,5833 |
| | N | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| | Std. Deviation | ,86603 | ,95346 | 1,02986 | 1,11464 | ,65134 | ,00000 | 1,11464 | ,66856 |
| | Median | 2,0000 | 2,0000 | 2,0000 | 1,0000 | 4,0000 | 4,0000 | 2,0000 | 4,0000 |
| | % of Total N | 63,2% | 63,2% | 63,2% | 63,2% | 63,2% | 63,2% | 63,2% | 63,2% |
| Total | Mean | 2,0000 | 1,8947 | 2,0526 | 1,6842 | 3,3684 | 3,7368 | 1,9474 | 3,5263 |
| | N | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 |
| | Std. Deviation | ,88192 | ,87526 | ,91127 | 1,00292 | ,76089 | ,56195 | 1,12909 | ,69669 |
| | Median | 2,0000 | 2,0000 | 2,0000 | 1,0000 | 4,0000 | 4,0000 | 2,0000 | 4,0000 |
| | % of Total N | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

T-Test

Group Statistics

| | Status v Casinoju | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|----------------------|----|--------|-------------------|--------------------|
| | | | | | |
| | zaposleni | 10 | 1,8000 | ,42164 | ,13333 |
| Občutek napetosti in stres sta prisotna pri izražanju svojega mnenja sodelavcem | študent | 9 | 2,5556 | ,52705 | ,17568 |
| | zaposleni | 10 | 2,3000 | ,48305 | ,15275 |
| Kako se počutite pripadni svojemu podjetju? | študent | 9 | 2,0000 | ,50000 | ,16667 |
| | zaposleni | 10 | 1,7000 | ,48305 | ,15275 |

Independent Samples Test

| | Levene's Test for Equality of Variances | t-test for Equality of Means | | | | | | | | |
|---|---|------------------------------|------|-------|--------|---------------------|--------------------|--------------------------|---|--------|
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2- tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | | Lower | Upper |
| V komunikaciji z vodjem imate možnost povratne informacije | Equal variances assumed | 6,069 | ,025 | -,075 | 17 | ,941 | -,02222 | ,29809 | -,65114 | ,60670 |
| | Equal variances not assumed | | | -,072 | 11,565 | ,944 | -,02222 | ,30812 | -,69637 | ,65192 |
| Občutek napetosti in stres sta prisotna pri izražanju svojega mnenja sodelavcem | Equal variances assumed | 1,208 | ,287 | 1,103 | 17 | ,285 | ,25556 | ,23168 | -,23324 | ,74435 |
| | Equal variances not assumed | | | 1,098 | 16,358 | ,288 | ,25556 | ,23280 | -,23709 | ,74820 |
| Kako se počutite pripadni svojemu podjetju? | Equal variances assumed | 1,665 | ,214 | 1,330 | 17 | ,201 | ,30000 | ,22564 | -,17607 | ,77607 |
| | Equal variances not assumed | | | 1,327 | 16,645 | ,202 | ,30000 | ,22608 | -,17776 | ,77776 |

T-Test

Group Statistics

| Status v Casinoju | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|----|--------|----------------|-----------------|
| Motivacijski dejavnik: študent | 9 | 2,2222 | ,97183 | ,32394 |
| Poznavanje rezultatov svojega dela zaposleni | 10 | 1,8000 | ,78881 | ,24944 |
| Motivacijski dejavnik: Koristnost študent | 9 | 2,1111 | ,60093 | ,20031 |
| dela zaposleni | 10 | 1,7000 | 1,05935 | ,33500 |
| Motivacijski dejavnik: Delovne študent | 9 | 2,0000 | ,86603 | ,28868 |
| razmere zaposleni | 10 | 2,1000 | ,99443 | ,31447 |
| Motivacijski dejavnik: Pohvale študent | 9 | 1,5556 | ,88192 | ,29397 |
| zaposleni | 10 | 1,8000 | 1,13529 | ,35901 |
| Motivacijski dejavnik: Grožnje in študent | 9 | 3,3333 | ,86603 | ,28868 |
| graje zaposleni | 10 | 3,4000 | ,69921 | ,22111 |
| Motivacijski dejavnik: študent | 9 | 3,7778 | ,44096 | ,14699 |
| Tekmovalnost zaposleni | 10 | 3,7000 | ,67495 | ,21344 |
| Motivacijski dejavnik: Plača študent | 9 | 2,3333 | 1,32288 | ,44096 |
| zaposleni | 10 | 1,6000 | ,84327 | ,26667 |
| Motivacijski dejavnik: Problemi študent | 9 | 3,6667 | ,50000 | ,16667 |
| zaposleni | 10 | 3,4000 | ,84327 | ,26667 |

Independent Samples Test

| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | | | | |
|---|-----------------------------|---|------|------------------------------|--------|-----------------|-----------------|-----------------------|---|---------|
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | | Lower | Upper |
| Motivacijski dejavnik: Poznavanje rezultatov svojega dela | Equal variances assumed | ,198 | ,662 | 1,045 | 17 | ,311 | ,42222 | ,40419 | -,43054 | 1,27499 |
| | Equal variances not assumed | | | 1,033 | 15,466 | ,318 | ,42222 | ,40885 | -,44694 | 1,29139 |
| Motivacijski dejavnik: Koristnost dela | Equal variances assumed | 3,521 | ,078 | 1,024 | 17 | ,320 | ,41111 | ,40162 | -,43624 | 1,25846 |
| | Equal variances not assumed | | | 1,053 | 14,501 | ,309 | ,41111 | ,39031 | -,42333 | 1,24555 |
| Motivacijski dejavnik: Delovne razmere | Equal variances assumed | ,080 | ,781 | -,232 | 17 | ,819 | -,10000 | ,43015 | -1,00755 | ,80755 |
| | Equal variances not assumed | | | -,234 | 16,988 | ,818 | -,10000 | ,42687 | -1,00068 | ,80068 |
| Motivacijski dejavnik: Pohvale | Equal variances assumed | 1,055 | ,319 | -,520 | 17 | ,610 | -,24444 | ,47045 | -1,23700 | ,74811 |
| | Equal variances not assumed | | | -,527 | 16,679 | ,605 | -,24444 | ,46401 | -1,22486 | ,73597 |
| Motivacijski dejavnik: Groznje in graje | Equal variances assumed | ,857 | ,368 | -,186 | 17 | ,855 | -,06667 | ,35937 | -,82488 | ,69155 |
| | Equal variances not assumed | | | -,183 | 15,422 | ,857 | -,06667 | ,36362 | -,83987 | ,70654 |
| Motivacijski dejavnik: Tekmovalnost | Equal variances assumed | ,638 | ,435 | ,293 | 17 | ,773 | ,07778 | ,26501 | -,48135 | ,63691 |
| | Equal variances not assumed | | | ,300 | 15,611 | ,768 | ,07778 | ,25915 | -,47272 | ,62827 |
| Motivacijski dejavnik: Plača | Equal variances assumed | 3,001 | ,101 | 1,457 | 17 | ,163 | ,73333 | ,50332 | -,32858 | 1,79525 |
| | Equal variances not assumed | | | 1,423 | 13,336 | ,178 | ,73333 | ,51532 | -,37711 | 1,84377 |
| Motivacijski dejavnik: Problemi | Equal variances assumed | 4,251 | ,055 | ,826 | 17 | ,420 | ,26667 | ,32298 | -,41475 | ,94809 |
| | Equal variances not assumed | | | ,848 | 14,855 | ,410 | ,26667 | ,31447 | -,40417 | ,93751 |

T-Test

Group Statistics

| | Status v Casinoju | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--|----------------------|----|--------|----------------|-----------------|
| IK omogoča: da se lažje identificiram s podjetjem | študent | 9 | 2,4444 | ,72648 | ,24216 |
| | zaposleni | 10 | 2,6000 | ,96609 | ,30551 |
| IK omogoča: da se učim od starejših sodelavcev | študent | 9 | 3,1111 | ,78174 | ,26058 |
| | zaposleni | 10 | 2,6000 | ,84327 | ,26667 |
| IK omogoča: da se bolje počutim v podjetju | študent | 9 | 3,1111 | 1,05409 | ,35136 |
| | zaposleni | 10 | 3,1000 | ,56765 | ,17951 |
| IK omogoča: motivira me za delo, ki ga opravljam | študent | 9 | 3,0000 | ,70711 | ,23570 |
| | zaposleni | 10 | 3,0000 | ,66667 | ,21082 |

Independent Samples Test

| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | | | | |
|--|--------------------------------------|---|------|------------------------------|--------|------------------------|--------------------|--------------------------|---|---------|
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2- tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | | Lower | Upper |
| IK omogoča: da se lažje identificiram s podjetjem | Equal variances assumed | ,480 | ,498 | -,393 | 17 | ,699 | -,15556 | ,39591 | -,99086 | ,67975 |
| | Equal variances not assumed | | | -,399 | 16,524 | ,695 | -,15556 | ,38984 | -,97986 | ,66874 |
| IK omogoča: da se učim od starejših sodelavcev | Equal variances assumed | ,176 | ,680 | 1,365 | 17 | ,190 | ,51111 | ,37442 | -,27884 | 1,30106 |
| | Equal variances not assumed | | | 1,371 | 16,978 | ,188 | ,51111 | ,37284 | -,27560 | 1,29782 |
| IK omogoča: da se bolje počutim v podjetju | Equal variances assumed | 3,056 | ,098 | ,029 | 17 | ,977 | ,01111 | ,38262 | -,79615 | ,81837 |
| | Equal variances not assumed | | | ,028 | 11,995 | ,978 | ,01111 | ,39456 | -,84861 | ,87083 |
| IK omogoča: motivira me za delo, ki ga opravljam | Equal variances assumed | ,034 | ,855 | ,000 | 17 | 1,000 | ,00000 | ,31519 | -,66500 | ,66500 |
| | Equal variances not assumed | | | ,000 | 16,521 | 1,000 | ,00000 | ,31623 | -,66866 | ,66866 |

PRILOGA 4: Primerjalna analiza rezultatov

T-Test

Group Statistics

| | Naziv | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--|----------|----|--------|----------------|-----------------|
| V internem komuniciranju med zaposlenimi se največkrat pojavljajo motnje z | Casinoja | | | | |
| | Fortuna | 19 | 2,2105 | ,71328 | ,16364 |
| Kako pogosto prihaja do konfliktov med vami in sodelavci | Park | 20 | 2,3500 | ,48936 | ,10942 |
| | Fortuna | 19 | 1,7895 | ,41885 | ,09609 |
| | Park | 20 | 1,9500 | ,39403 | ,08811 |

Independent Samples Test

| | Levene's Test for Equality of Variances | t-test for Equality of Means | | | | | | | | |
|--|---|------------------------------|------|-------|--------|-----------------|-----------------|-----------------------|---|--------|
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | | Lower | Upper |
| V internem komuniciranju med zaposlenimi se največkrat pojavljajo motnje z | Equal variances assumed | 1,845 | ,183 | -,715 | 37 | ,479 | -,13947 | ,19500 | -,53457 | ,25563 |
| | Equal variances not assumed | | | -,709 | 31,693 | ,484 | -,13947 | ,19685 | -,54060 | ,26166 |
| Kako pogosto prihaja do konfliktov med vami in sodelavci | Equal variances assumed | 2,225 | ,144 | 1,233 | 37 | ,225 | -,16053 | ,13016 | -,42426 | ,10321 |
| | Equal variances not assumed | | | 1,231 | 36,529 | ,226 | -,16053 | ,13037 | -,42480 | ,10375 |

T-Test

Group Statistics

| | Naziv Casinoja | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|-------------------|----|--------|----------------|-----------------|
| Kako uspešni so po vašem mnenju sestanki | Fortuna | 19 | 2,4211 | ,69248 | ,15887 |
| | Park | 20 | 2,7000 | ,65695 | ,14690 |
| Ozračje na sestankih | Fortuna | 19 | 1,8421 | ,89834 | ,20609 |
| | Park | 20 | 1,8500 | ,48936 | ,10942 |

Independent Samples Test

| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | | | | |
|---|-----------------------------------|---|------|------------------------------|--------|---------------------|--------------------|--------------------------|---|--------|
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2- tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | | Lower | Upper |
| Kako uspešni so po vašem mnenju sestanki | Equal variances assumed | ,022 | ,882 | - 1,291 | 37 | ,205 | -,27895 | ,21607 | -,71675 | ,15886 |
| | Equal variances not assumed | | | - 1,289 | 36,595 | ,205 | -,27895 | ,21637 | -,71753 | ,15963 |
| Ozračje na sestankih | Equal variances assumed | 16,172 | ,000 | -,034 | 37 | ,973 | -,00789 | ,23003 | -,47398 | ,45819 |
| | Equal variances not assumed | | | -,034 | 27,508 | ,973 | -,00789 | ,23334 | -,48626 | ,47047 |

T-Test

Group Statistics

| | Naziv Casinoja | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|-------------------|----|--------|----------------|-----------------|
| V komunikaciji z vodjem imate možnost povratne informacije | Fortuna | 19 | 1,7895 | ,63060 | ,14467 |
| | Park | 20 | 1,7000 | ,47016 | ,10513 |
| Občutek napetosti in stres sta prisotna pri izražanju svojega mnenja sodelavcem | Fortuna | 19 | 2,4211 | ,50726 | ,11637 |
| | Park | 20 | 2,1500 | ,36635 | ,08192 |
| Kako se počutite pripadni svojemu podjetju | Fortuna | 19 | 1,8421 | ,50146 | ,11504 |
| | Park | 20 | 2,1500 | ,58714 | ,13129 |

Independent Samples Test

| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | | | | |
|---|-----------------------------|---|------|------------------------------|--------|-----------------|-----------------|-----------------------|---|--------|
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | | Lower | Upper |
| V komunikaciji z vodjem imate možnost povratne informacije | Equal variances assumed | ,717 | ,402 | ,504 | 37 | ,617 | ,08947 | ,17750 | -,27017 | ,44911 |
| | Equal variances not assumed | | | ,500 | 33,247 | ,620 | ,08947 | ,17884 | -,27427 | ,45321 |
| Občutek napetosti in stres sta prisotna pri izražanju svojega mnenja sodelavcem | Equal variances assumed | 14,281 | ,001 | 1,920 | 37 | ,063 | ,27105 | ,14114 | -,01492 | ,55703 |
| | Equal variances not assumed | | | 1,905 | 32,661 | ,066 | ,27105 | ,14231 | -,01860 | ,56071 |
| Kako se počutite pripadni svojemu podjetju | Equal variances assumed | ,000 | ,997 | 1,757 | 37 | ,087 | -,30789 | ,17528 | -,66305 | ,04726 |
| | Equal variances not assumed | | | 1,764 | 36,601 | ,086 | -,30789 | ,17456 | -,66172 | ,04593 |

T-Test

Group Statistics

| | Naziv Casinoja | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|-------------------|----|--------|----------------|-----------------|
| Motivacijski dejavnik: Poznavanje rezultatov svojega dela | Fortuna | 19 | 2,0000 | ,88192 | ,20233 |
| | Park | 20 | 2,1500 | 1,08942 | ,24360 |
| Motivacijski dejavnik: Koristnost dela | Fortuna | 19 | 1,8947 | ,87526 | ,20080 |
| | Park | 20 | 2,4000 | ,99472 | ,22243 |
| Motivacijski dejavnik: Delovne razmere | Fortuna | 19 | 2,0526 | ,91127 | ,20906 |
| | Park | 20 | 1,9000 | ,91191 | ,20391 |
| Motivacijski dejavnik: Pohvale | Fortuna | 19 | 1,6842 | 1,00292 | ,23009 |
| | Park | 20 | 1,6000 | ,88258 | ,19735 |
| Motivacijski dejavnik: Grožnje in graje | Fortuna | 19 | 3,3684 | ,76089 | ,17456 |
| | Park | 20 | 3,3500 | ,87509 | ,19568 |
| Motivacijski dejavnik: Tekmovalnost | Fortuna | 19 | 3,7368 | ,56195 | ,12892 |
| | Park | 20 | 3,0000 | ,97333 | ,21764 |
| Motivacijski dejavnik: Plača | Fortuna | 19 | 1,9474 | 1,12909 | ,25903 |
| | Park | 20 | 2,0500 | 1,14593 | ,25624 |
| Motivacijski dejavnik: Problemi | Fortuna | 19 | 3,5263 | ,69669 | ,15983 |
| | Park | 20 | 3,5500 | ,51042 | ,11413 |

Independent Samples Test

| | Levene's Test for Equality | | t-test for Equality of Means | | | | | | | |
|---|-----------------------------|-------|------------------------------|--------|-----------------|-----------------|-----------------------|---|----------|---------|
| | of Variances | | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | | |
| | F | Sig. | | | | | | Lower | Upper | |
| | | | | | | | | | | |
| Motivacijski dejavnik: Poznavanje rezultatov svojega dela | Equal variances assumed | 3,874 | ,057 | -,471 | 37 | ,640 | -,15000 | ,31841 | -,79515 | ,49515 |
| | Equal variances not assumed | | | -,474 | 36,115 | ,639 | -,15000 | ,31667 | -,79216 | ,49216 |
| Motivacijski dejavnik: Koristnost dela | Equal variances assumed | 1,152 | ,290 | -1,681 | 37 | ,101 | -,50526 | ,30066 | -1,11446 | ,10394 |
| | Equal variances not assumed | | | -1,686 | 36,793 | ,100 | -,50526 | ,29966 | -1,11254 | ,10201 |
| Motivacijski dejavnik: Delovne razmere | Equal variances assumed | ,009 | ,926 | ,523 | 37 | ,604 | ,15263 | ,29204 | -,43910 | ,74436 |
| | Equal variances not assumed | | | ,523 | 36,900 | ,604 | ,15263 | ,29204 | -,43914 | ,74441 |
| Motivacijski dejavnik: Pohvale | Equal variances assumed | ,391 | ,536 | ,279 | 37 | ,782 | ,08421 | ,30212 | -,52793 | ,69635 |
| | Equal variances not assumed | | | ,278 | 35,847 | ,783 | ,08421 | ,30313 | -,53065 | ,69907 |
| Motivacijski dejavnik: Grožnje in graje | Equal variances assumed | ,143 | ,707 | ,070 | 37 | ,945 | ,01842 | ,26318 | -,51484 | ,55168 |
| | Equal variances not assumed | | | ,070 | 36,724 | ,944 | ,01842 | ,26222 | -,51303 | ,54987 |
| Motivacijski dejavnik: Tekmovalnost | Equal variances assumed | 2,752 | ,106 | 2,875 | 37 | ,007 | ,73684 | ,25631 | ,21750 | 1,25618 |
| | Equal variances not assumed | | | 2,913 | 30,685 | ,007 | ,73684 | ,25296 | ,22071 | 1,25297 |
| Motivacijski dejavnik: Plača | Equal variances assumed | ,118 | ,734 | -,282 | 37 | ,780 | -,10263 | ,36450 | -,84118 | ,63591 |
| | Equal variances not assumed | | | -,282 | 36,947 | ,780 | -,10263 | ,36436 | -,84092 | ,63566 |
| Motivacijski dejavnik: Problemi | Equal variances assumed | 1,940 | ,172 | -,122 | 37 | ,904 | -,02368 | ,19485 | -,41848 | ,37111 |
| | Equal variances not assumed | | | -,121 | 32,926 | ,905 | -,02368 | ,19640 | -,42330 | ,37593 |

T-Test

Group Statistics

| | Naziv Casinoja | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--|-------------------|----|--------|----------------|-----------------|
| Orodje komunikacije: Oglasne deske | Fortuna | 19 | 3,3158 | 1,00292 | ,23009 |
| | Park | 20 | 1,7000 | ,92338 | ,20647 |
| Orodje komunikacije: Sestanki | Fortuna | 19 | 2,2632 | ,73349 | ,16827 |
| | Park | 20 | 2,4000 | ,82078 | ,18353 |
| Orodje komunikacije: Dopisi vodstva in letna poročila | Fortuna | 19 | 3,1053 | ,87526 | ,20080 |
| | Park | 20 | 3,0000 | ,97333 | ,21764 |
| Orodje komunikacije: Govorice | Fortuna | 19 | 2,4211 | ,96124 | ,22052 |
| | Park | 20 | 2,0000 | ,79472 | ,17770 |
| Orodje komunikacije: Javni mediji | Fortuna | 19 | 3,8947 | ,31530 | ,07234 |
| | Park | 20 | 3,3500 | ,67082 | ,15000 |
| Orodje komunikacije: Elektronska pošta | Fortuna | 19 | 3,8421 | ,37463 | ,08595 |
| | Park | 20 | 3,6000 | ,59824 | ,13377 |
| Orodje komunikacije: Telefon | Fortuna | 19 | 2,7895 | ,91766 | ,21053 |
| | Park | 20 | 3,3500 | ,93330 | ,20869 |

Independent Samples Test

| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | | | | |
|--|-----------------------------|---|------|------------------------------|--------|-----------------|-----------------|-----------------------|---|---------|
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | | Lower | Upper |
| Orodje komunikacije: Oglasne deske | Equal variances assumed | ,017 | ,897 | 5,238 | 37 | ,000 | 1,61579 | ,30848 | ,99076 | 2,24082 |
| | Equal variances not assumed | | | 5,227 | 36,338 | ,000 | 1,61579 | ,30915 | ,98902 | 2,24256 |
| Orodje komunikacije: Sestanki | Equal variances assumed | ,424 | ,519 | -,548 | 37 | ,587 | -,13684 | ,24973 | -,64285 | ,36917 |
| | Equal variances not assumed | | | -,550 | 36,869 | ,586 | -,13684 | ,24900 | -,64142 | ,36774 |
| Orodje komunikacije: Dopisi vodstva in letna poročila | Equal variances assumed | ,044 | ,836 | ,354 | 37 | ,725 | ,10526 | ,29695 | -,49641 | ,70694 |
| | Equal variances not assumed | | | ,355 | 36,895 | ,724 | ,10526 | ,29612 | -,49480 | ,70532 |
| Orodje komunikacije: Govorice | Equal variances assumed | 2,014 | ,164 | 1,494 | 37 | ,144 | ,42105 | ,28181 | -,14996 | ,99206 |
| | Equal variances not assumed | | | 1,487 | 34,990 | ,146 | ,42105 | ,28321 | -,15391 | ,99601 |
| Orodje komunikacije: Javni mediji | Equal variances assumed | 20,106 | ,000 | 3,217 | 37 | ,003 | ,54474 | ,16935 | ,20160 | ,88788 |
| | Equal variances not assumed | | | 3,271 | 27,306 | ,003 | ,54474 | ,16653 | ,20322 | ,88625 |
| Orodje komunikacije: Elektronska pošta | Equal variances assumed | 9,039 | ,005 | 1,505 | 37 | ,141 | ,24211 | ,16084 | -,08379 | ,56800 |
| | Equal variances not assumed | | | 1,523 | 32,142 | ,138 | ,24211 | ,15900 | -,08171 | ,56593 |
| Orodje komunikacije: Telefon | Equal variances assumed | ,181 | ,673 | -1,890 | 37 | ,067 | -,56053 | ,29657 | -1,16143 | ,04038 |
| | Equal variances not assumed | | | -1,891 | 36,953 | ,066 | -,56053 | ,29644 | -1,16119 | ,04013 |

T-Test

Group Statistics

| | Naziv Casinoja | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|----------------|----|--------|----------------|-----------------|
| IK omogoča: da se lažje identificiram s podjetjem | Fortuna | 19 | 2,5263 | ,84119 | ,19298 |
| | Park | 20 | 2,6500 | ,81273 | ,18173 |
| IK omogoča: da se učim od starejših sodelavcev | Fortuna | 19 | 2,8421 | ,83421 | ,19138 |
| | Park | 20 | 2,7500 | ,71635 | ,16018 |
| IK omogoča: da se bolje počutim v podjetju | Fortuna | 19 | 3,1053 | ,80930 | ,18567 |
| | Park | 20 | 3,1500 | ,67082 | ,15000 |
| IK omogoča: motivira me za delo, ki ga opravljam | Fortuna | 19 | 3,0000 | ,66667 | ,15294 |
| | Park | 20 | 3,0000 | ,64889 | ,14510 |

Independent Samples Test

| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | | | | |
|---|-----------------------------|---|------|------------------------------|--------|-----------------|-----------------|-----------------------|---|--------|
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | | Lower | Upper |
| IK omogoča: da se lažje identificiram s podjetjem | Equal variances assumed | ,276 | ,602 | -,467 | 37 | ,643 | -,12368 | ,26484 | -,66031 | ,41294 |
| | Equal variances not assumed | | | -,467 | 36,722 | ,644 | -,12368 | ,26508 | -,66093 | ,41356 |
| IK omogoča: da se učim od starejših sodelavcev | Equal variances assumed | ,321 | ,574 | ,371 | 37 | ,713 | ,09211 | ,24858 | -,41156 | ,59577 |
| | Equal variances not assumed | | | ,369 | 35,533 | ,714 | ,09211 | ,24957 | -,41427 | ,59849 |
| IK omogoča: da se bolje počutim v podjetju | Equal variances assumed | ,121 | ,730 | -,188 | 37 | ,852 | -,04474 | ,23753 | -,52601 | ,43653 |
| | Equal variances not assumed | | | -,187 | 35,028 | ,852 | -,04474 | ,23869 | -,52929 | ,43981 |
| IK omogoča: motivira me za delo, ki ga opravljam | Equal variances assumed | ,017 | ,897 | ,000 | 37 | 1,000 | ,00000 | ,21067 | -,42685 | ,42685 |
| | Equal variances not assumed | | | ,000 | 36,767 | 1,000 | ,00000 | ,21082 | -,42725 | ,42725 |

Oneway

Descriptives

| | | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error | 95% Confidence Interval for Mean | | Minimum | Maximum |
|---|---------|----|--------|-------------------|---------------|-------------------------------------|----------------|---------|---------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound | | |
| | | | | | | | | | |
| Motivacijski dejavnik: Poznavanje rezultatov svojega dela | Fortuna | 19 | 2,0000 | ,88192 | ,20233 | 1,5749 | 2,4251 | 1,00 | 4,00 |
| | Park | 20 | 2,1500 | 1,08942 | ,24360 | 1,6401 | 2,6599 | 1,00 | 4,00 |
| | Total | 39 | 2,0769 | ,98367 | ,15751 | 1,7581 | 2,3958 | 1,00 | 4,00 |
| Motivacijski dejavnik: Koristnost dela | Fortuna | 19 | 1,8947 | ,87526 | ,20080 | 1,4729 | 2,3166 | 1,00 | 4,00 |
| | Park | 20 | 2,4000 | ,99472 | ,22243 | 1,9345 | 2,8655 | 1,00 | 4,00 |
| | Total | 39 | 2,1538 | ,96077 | ,15385 | 1,8424 | 2,4653 | 1,00 | 4,00 |
| Motivacijski dejavnik: Delovne razmere | Fortuna | 19 | 2,0526 | ,91127 | ,20906 | 1,6134 | 2,4918 | 1,00 | 4,00 |
| | Park | 20 | 1,9000 | ,91191 | ,20391 | 1,4732 | 2,3268 | 1,00 | 4,00 |
| | Total | 39 | 1,9744 | ,90284 | ,14457 | 1,6817 | 2,2670 | 1,00 | 4,00 |
| Motivacijski dejavnik: Pohvale | Fortuna | 19 | 1,6842 | 1,00292 | ,23009 | 1,2008 | 2,1676 | 1,00 | 4,00 |
| | Park | 20 | 1,6000 | ,88258 | ,19735 | 1,1869 | 2,0131 | 1,00 | 3,00 |
| | Total | 39 | 1,6410 | ,93153 | ,14916 | 1,3391 | 1,9430 | 1,00 | 4,00 |
| Motivacijski dejavnik: Grožnje in graje | Fortuna | 19 | 3,3684 | ,76089 | ,17456 | 3,0017 | 3,7352 | 2,00 | 4,00 |
| | Park | 20 | 3,3500 | ,87509 | ,19568 | 2,9404 | 3,7596 | 1,00 | 4,00 |
| | Total | 39 | 3,3590 | ,81069 | ,12981 | 3,0962 | 3,6218 | 1,00 | 4,00 |
| Motivacijski dejavnik: Tekmovalnost | Fortuna | 19 | 3,7368 | ,56195 | ,12892 | 3,4660 | 4,0077 | 2,00 | 4,00 |
| | Park | 20 | 3,0000 | ,97333 | ,21764 | 2,5445 | 3,4555 | 1,00 | 4,00 |
| | Total | 39 | 3,3590 | ,87320 | ,13982 | 3,0759 | 3,6420 | 1,00 | 4,00 |
| Motivacijski dejavnik: Plača | Fortuna | 19 | 1,9474 | 1,12909 | ,25903 | 1,4032 | 2,4916 | 1,00 | 4,00 |
| | Park | 20 | 2,0500 | 1,14593 | ,25624 | 1,5137 | 2,5863 | 1,00 | 4,00 |
| | Total | 39 | 2,0000 | 1,12390 | ,17997 | 1,6357 | 2,3643 | 1,00 | 4,00 |
| Motivacijski dejavnik: Problemi | Fortuna | 19 | 3,5263 | ,69669 | ,15983 | 3,1905 | 3,8621 | 2,00 | 4,00 |
| | Park | 20 | 3,5500 | ,51042 | ,11413 | 3,3111 | 3,7889 | 3,00 | 4,00 |
| | Total | 39 | 3,5385 | ,60027 | ,09612 | 3,3439 | 3,7330 | 2,00 | 4,00 |

Test of Homogeneity of Variances

| | Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|---|------------------|-----|-----|------|
| Motivacijski dejavnik: Poznavanje rezultatov svojega dela | 3,874 | 1 | 37 | ,057 |
| Motivacijski dejavnik: Koristnost dela | 1,152 | 1 | 37 | ,290 |
| Motivacijski dejavnik: Delovne razmere | ,009 | 1 | 37 | ,926 |
| Motivacijski dejavnik: Pohvale | ,391 | 1 | 37 | ,536 |
| Motivacijski dejavnik: Grožnje in graje | ,143 | 1 | 37 | ,707 |
| Motivacijski dejavnik: Tekmovalnost | 2,752 | 1 | 37 | ,106 |
| Motivacijski dejavnik: Plača | ,118 | 1 | 37 | ,734 |
| Motivacijski dejavnik: Problemi | 1,940 | 1 | 37 | ,172 |

ANOVA

| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|----------------|----------------|----|-------------|-------|------|
| Motivacijski dejavnik: Poznavanje rezultatov svojega dela | Between Groups | ,219 | 1 | ,219 | ,222 | ,640 |
| | Within Groups | 36,550 | 37 | ,988 | | |
| | Total | 36,769 | 38 | | | |
| Motivacijski dejavnik: Koristnost dela | Between Groups | 2,487 | 1 | 2,487 | 2,824 | ,101 |
| | Within Groups | 32,589 | 37 | ,881 | | |
| | Total | 35,077 | 38 | | | |
| Motivacijski dejavnik: Delovne razmere | Between Groups | ,227 | 1 | ,227 | ,273 | ,604 |
| | Within Groups | 30,747 | 37 | ,831 | | |
| | Total | 30,974 | 38 | | | |
| Motivacijski dejavnik: Pohvale | Between Groups | ,069 | 1 | ,069 | ,078 | ,782 |
| | Within Groups | 32,905 | 37 | ,889 | | |
| | Total | 32,974 | 38 | | | |
| Motivacijski dejavnik: Grožnje in graje | Between Groups | ,003 | 1 | ,003 | ,005 | ,945 |
| | Within Groups | 24,971 | 37 | ,675 | | |
| | Total | 24,974 | 38 | | | |
| Motivacijski dejavnik: Tekmovalnost | Between Groups | 5,290 | 1 | 5,290 | 8,264 | ,007 |
| | Within Groups | 23,684 | 37 | ,640 | | |
| | Total | 28,974 | 38 | | | |
| Motivacijski dejavnik: Plača | Between Groups | ,103 | 1 | ,103 | ,079 | ,780 |
| | Within Groups | 47,897 | 37 | 1,295 | | |
| | Total | 48,000 | 38 | | | |
| Motivacijski dejavnik: Problemi | Between Groups | ,005 | 1 | ,005 | ,015 | ,904 |
| | Within Groups | 13,687 | 37 | ,370 | | |
| | Total | 13,692 | 38 | | | |

Oneway

Descriptives

| | | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error | 95% Confidence Interval for Mean | | Minimum | Maximum |
|---|---------|----|--------|----------------|------------|----------------------------------|-------------|---------|---------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound | | |
| | | | | | | | | | |
| IK omogoča: da se lažje identificiram s podjetjem | Fortuna | 19 | 2,5263 | ,84119 | ,19298 | 2,1209 | 2,9318 | 1,00 | 4,00 |
| | Park | 20 | 2,6500 | ,81273 | ,18173 | 2,2696 | 3,0304 | 1,00 | 4,00 |
| | Total | 39 | 2,5897 | ,81815 | ,13101 | 2,3245 | 2,8550 | 1,00 | 4,00 |
| IK omogoča: da se učim od starejših sodelavcev | Fortuna | 19 | 2,8421 | ,83421 | ,19138 | 2,4400 | 3,2442 | 1,00 | 4,00 |
| | Park | 20 | 2,7500 | ,71635 | ,16018 | 2,4147 | 3,0853 | 1,00 | 4,00 |
| | Total | 39 | 2,7949 | ,76707 | ,12283 | 2,5462 | 3,0435 | 1,00 | 4,00 |
| IK omogoča: da se bolje počutim v podjetju | Fortuna | 19 | 3,1053 | ,80930 | ,18567 | 2,7152 | 3,4953 | 1,00 | 4,00 |
| | Park | 20 | 3,1500 | ,67082 | ,15000 | 2,8360 | 3,4640 | 2,00 | 4,00 |
| | Total | 39 | 3,1282 | ,73196 | ,11721 | 2,8909 | 3,3655 | 1,00 | 4,00 |
| IK omogoča: motivira me za delo, ki ga opravljam | Fortuna | 19 | 3,0000 | ,66667 | ,15294 | 2,6787 | 3,3213 | 2,00 | 4,00 |
| | Park | 20 | 3,0000 | ,64889 | ,14510 | 2,6963 | 3,3037 | 2,00 | 4,00 |
| | Total | 39 | 3,0000 | ,64889 | ,10390 | 2,7897 | 3,2103 | 2,00 | 4,00 |

Test of Homogeneity of Variances

| | Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|---|------------------|-----|-----|------|
| IK omogoča: da se lažje identificiram s podjetjem | ,276 | 1 | 37 | ,602 |
| IK omogoča: da se učim od starejših sodelavcev | ,321 | 1 | 37 | ,574 |
| IK omogoča: da se bolje počutim v podjetju | ,121 | 1 | 37 | ,730 |
| IK omogoča: motivira me za delo, ki ga opravljam | ,017 | 1 | 37 | ,897 |

ANOVA

| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|----------------|----------------|----|-------------|------|-------|
| IK omogoča: da se lažje identificiram s podjetjem | Between Groups | ,149 | 1 | ,149 | ,218 | ,643 |
| | Within Groups | 25,287 | 37 | ,683 | | |
| | Total | 25,436 | 38 | | | |
| IK omogoča: da se učim od starejših sodelavcev | Between Groups | ,083 | 1 | ,083 | ,137 | ,713 |
| | Within Groups | 22,276 | 37 | ,602 | | |
| | Total | 22,359 | 38 | | | |
| IK omogoča: da se bolje počutim v podjetju | Between Groups | ,020 | 1 | ,020 | ,035 | ,852 |
| | Within Groups | 20,339 | 37 | ,550 | | |
| | Total | 20,359 | 38 | | | |
| IK omogoča: motivira me za delo, ki ga opravljam | Between Groups | ,000 | 1 | ,000 | ,000 | 1,000 |
| | Within Groups | 16,000 | 37 | ,432 | | |
| | Total | 16,000 | 38 | | | |