

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

NUŠA NARTNIK



UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**APLIKACIJE ZA SPLETNO MREŽENJE IN UČINKOVITA RABA  
DELOVNEGA ČASA ZAPOSLENIH**

Ljubljana, avgust 2010

NUŠA NARTNIK

## **IZJAVA**

Študent/ka \_\_\_\_\_ izjavljam, da sem avtor/ica tega diplomskega dela, ki sem ga napisal/a pod mentorstvom \_\_\_\_\_, in da dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

Podpis: \_\_\_\_\_

# KAZALO

UVOD .....	1
1 UČINKOVITO OBVLADOVANJE ČASA .....	2
1.1 Opredelitev časa in njegovega obvladovanja .....	2
1.2 Razlogi neuspešnega obvladovanja časa in postavljanje ciljev .....	3
1.3 Načrtovanje časa .....	4
2 SPLETNA SOCIALNA OMREŽJA .....	5
2.1 Opredelitev spletnih socialnih omrežij .....	5
2.2 Spletno socialno omrežje Facebook .....	6
2.3 Uporaba spletnega socialnega omrežja Facebook v Sloveniji .....	7
2.4 Vpliv socialnih omrežij na produktivnost zaposlenih .....	9
2.5 Raziskave s področja uporabe spletnih socialnih omrežij na delovnem mestu .....	10
3 RAZISKOVALNI DEL .....	11
3.1 Raziskovalni pristop .....	11
3.1.1 Metodologija .....	13
3.1.2 Predstavitev podjetij in respondentov .....	14
3.2 Rezultati raziskave .....	15
3.2.1 Vidik direktorjev podjetij .....	15
3.2.1.1 Produktivnost zaposlenih .....	15
3.2.1.2 Pristopi za večjo produktivnost .....	16
3.2.1.3 Spletna socialna omrežja in produktivnost zaposlenih .....	16
3.2.1.4 Uporaba spletnih socialnih omrežij .....	17
3.2.1.5 Popolna prepoved uporabe spletnih socialnih omrežij .....	18
3.3.2 Vidik zaposlenih .....	19
3.3.2.1 Uporaba spletnih socialnih omrežij .....	19
3.3.2.2 Vpliv spletnih socialnih omrežij na produktivnost zaposlenih .....	20
3.3.2.3 Prepoved dostopa do spletnih socialnih omrežij .....	20
3.3.2.4 Ravnanje s časom na delovnem mestu .....	21
4 DISKUSIJA .....	22
4.1 Ugotovitve raziskave .....	22
4.2 Omejitve raziskave in napotki za nadaljnje raziskovanje .....	22
4.3 Predlagane hipoteze .....	23
SKLEP .....	24
LITERATURA IN VIRI .....	25

## **KAZALO SLIK**

Slika 1: Storilnostna krivulja.....	4
Slika 2: Sestava slovenskih uporabnikov po starosti .....	8
Slika 3: Prikaz rasti števila uporabnikov Facebooka v Sloveniji.....	8
Slika 4: Model procesa kvalitativne raziskave.....	12

## **KAZALO TABEL**

Tabela 1: Rezultati raziskave Nucleus Research.....	10
---	----

## UVOD

Živimo v času, ko se na spletu pojavlja vedno več spletnih socialnih omrežij, kot so Facebook, LinkedIn, Twitter itn. Vedno več ljudi uporablja te strani, vedno več jih vpeljuje v svoje življenje skoraj kot način življenja. Na Facebooku objavljajo fotografije, videoposnetke, poročajo svojim prijateljem, kaj počnejo, kako se počutijo. Za mnoga podjetja predstavlja Facebook tudi močno marketinško priložnost. Prav tako lahko podjetje na podlagi dialoga s svojimi obiskovalci doseže večjo razpoznavnost na trgu, izboljša svojo verodostojnost ter na koncu dosega boljše prodajne rezultate. Vpliv spletnih socialnih omrežij je torej vedno močnejši, in nekateri mu podležejo tudi na delovnem mestu. Tu se potem poraja vprašanje ali je to dobro ali ne.

V diplomski nalogi bom poiskala odgovore na vprašanje, ali uporaba spletnih socialnih omrežij vpliva na produktivnost zaposlenih ter kako vpliva: pozitivno ali negativno. Tuje raziskave in študije namreč kažejo različne rezultate. Nekatere študije navajajo, da vsakršna uporaba spletnih socialnih omrežij med delovnim časom negativno vpliva na produktivnost delavca in v končni fazi tudi podjetja (npr. Nucleus research, 2009). Druge raziskave (npr. Ethos Business Law & Russell Herder, 2009) pa trdijo nasprotno, namreč da kratek postanek na tovrstnih straneh dviga motivacijo zaposlenih, jim izboljša dobro voljo in jih za kratek čas odmakne od stresnega dela, ki ga imajo pred seboj. Bistvo je, da morajo zaposleni organizirati svoj delovni čas.

V prvem poglavju bom opisala pojem obvladovanja časa (angl. *time management*). Pravilno obvladovanje časa prinese dobre delovne rezultate, zato se je treba naučiti upravljati svoj čas na delovnem mestu. Treba si je postaviti cilje in si narediti načrt, kako opraviti zadane naloge. V poglavju bom naštel tudi nekaj nasvetov za boljše obvladovanje delovnega časa. Prikazala bom tudi rezultate tujih raziskav s področja obvladovanja časa na delovnem mestu v povezavi z uporabo spletnih socialnih omrežij.

V drugem poglavju se bom posvetila pojmu spletnega socialnega omrežja. Bolj podrobno bom opisala spletno socialno omrežje Facebook, saj je ta najbolj priljubljen med uporabniki. Navedla bom tudi nekaj statistike slovenskih uporabnikov spletne socialne skupnosti Facebook. Posvetila se bom tudi vplivu spletnih socialnih omrežij na produktivnost zaposlenih. V podjetjih temu problemu posvečajo vedno več pozornosti. Glede na to, da je ta problem razmeroma svež, prisoten šele nekaj let, bo problem še dolgo časa aktualen. Ker je uporaba tovrstnih spletnih strani vse širša, se v podjetjih vedno bolj poraja strah, da bi zaposleni začeli zapostavljati delo in preveč časa namenili tem stranem. Zato se v veliko podjetjih odločijo za popolno prepoved dostopa do spletnih socialnih omrežij.

V raziskovalnem delu bom predstavila dva pogleda na problematiko – vidik direktorjev podjetij in zaposlenih. Zanima me namreč stališče obeh strani do tega problema. Pri direktorjih bom iskala odgovore na več vprašanj. Ali so v podjetju zadovoljni s

produktivnostjo zaposlenih? Ali razmišljajo o kakšnih ukrepih glede boljše produktivnosti? Ali imajo zaposleni dostop do spletnih socialnih omrežij, ter če je to morda razlog za slabšo produktivnost? Kakšno je mnenje vodij podjetja o spletnih socialnih omrežij ter o popolni omejitvi dostopa do teh strani? Pri zaposlenih me bo pa zanimalo predvsem: ali so uporabnik kakšnega spletnega socialnega omrežja ter če so, ali ga uporabljajo doma ali v službi? Kaj menijo o tem, ali je možno da uporaba spletnih socialnih omrežij vpliva na delovno storilnost? Kako bi reagirali ob uvedbi popolne prepovedi dostopa do teh strani ter kako si organizirajo svoj delovni dan. Na koncu bom povzela svoje ugotovitve in podala sklep.

## **1 UČINKOVITO OBVLADOVANJE ČASA**

### **1.1 Opredelitev časa in njegovega obvladovanja**

Šarotar Žižek (2008, str. 126) je mnenja, da je čas edinstven omejen vir, pri katerem ne moremo odločati o tem, ali ga bomo porabili ali ne, ampak odločamo zgolj o tem, kako ga bomo porabili. Obvladovanje časa je v bistvu obvladovanje samega sebe. Zato postane posameznik z učinkovitim obvladovanjem časa bolj discipliniran, poveča svojo osebno produktivnost, izogne se časovnim oviram, zmanjša stres in prihrani čas, ki ga nato lahko porabi v skladu z lastnimi preferencami.

Forsyth (2003, str. 5) pravi, da se obvladovanje časa nanaša na aktivnosti, ki omogočajo uresničevanje zelenih ciljev na učinkovit in uspešen način. Whetten in Cameron (2005, str. 111) pa učinkovito obvladovanje časa opredeljujeta takole:

- posameznik svoj čas porabi za pomembne stvari,
- ljudje so sposobni jasno razlikovati med tem, kar je pomembno in kar je nujno,
- strategije pri upravljanju časa se osredotočajo na rezultate bolj kot na metode,
- ljudje nimajo nobenega razloga, da bi se počutili krive, če morajo reči "ne".

Razlikujemo lahko med mikro in makro nivojem obvladovanja časa (Taylor, 2006). Obvladovanje časa na makroravni se osredotoča na porabo časa kot celote z namenom doseči življenjske cilje, medtem ko obvladovanje časa na mikroravni obravnava izboljševanje načinov izvajanja specifičnih nalog in aktivnosti. Osredotoča se na opravljanje več stvari v manj časa, ne osredotoča pa se na spremembo že ustaljenega načina dela. Obvladovanje časa na makroravni se usmerja na delo v času, ki je na voljo. Predvideva, da pomanjkanje časa ne obstaja, obstaja samo slaba izbira porabe časa. Makroraven obvladovanja časa zaobsega razvoj življenjskih ciljev in dogoročnih načrtov, medtem ko je zmanjšanje motenj, povečanje učinkovitosti elektronske pošte, organizirane pisarne, sistem shranjevanja, načrtovanje individualnih aktivnosti ipd. predmet obvladovanja časa na mikroravni.



Mackenzie (1998, str. 27) opozarja na napačno predstavljanje o "obvladovanju časa", saj časa ni mogoče obvladovati, vsaj ne tako, kot je to mogoče početi z drugimi viri. To pomeni, da lahko obvladujemo le sebe v razmerju do časa. Količine časa ne moremo nadzorovati, lahko pa nadzorujemo njegovo rabo. Ne moremo izbirati, ali bi ga porabili ali ne, odločamo lahko le o tem, kako ga bomo porabili. Če smo ga zapravili, ga ni več in ga ne moremo nadomestiti. Podobno misli tudi Scott (1998, str. 9), ki prav tako trdi, da časa ni mogoče obvladovati. Čas mineva v ustaljenem ritmu in tega ni mogoče spremeniti, zato je edina stvar, ki jo lahko obvladujemo, obvladovanje samih sebe.

## **1.2 Razlogi neuspešnega obvladovanja časa in postavljanje ciljev**

Temeljne vzroke za večino zadreg s časom je mogoče pripisati izrazitim težnjam v človeški naravi, kot so želja po ugajanju, strah pred zamero, strah pred novimi izzivi, radovednost, negotovost, vera v svoje sposobnosti in zavidanje sposobnosti drugih, ambicije, perfekcionizem.

Obstaja veliko načinov prilagoditve dela, v bistvu pa obstajajo trije načini pristopa k delu:

1. zmanjšanje obsega dela,
2. opravljanje enakega obsega dela učinkoviteje in
3. pravilno opravljanje dela.

To je bistvo obvladovanja časa, ki zagotavlja prilagoditev dela času, ki je na razpolago. Najdragocenejše delo, ki ga lahko opravimo je delo, ki nam pomaga izpolniti glavne cilje, meni Jay (2002, str. 6).

Učinkovito obvladovanje časa temelji na načrtovanju, ki se začne s postavljanjem ciljev. Cilji usmerjajo delovanje posameznikov ali skupine ljudi ter omogočajo učinkovito uresničevanje zelenih rezultatov. Postavljanje ciljev je pomemben del upravljanja časa, saj zagotavlja porabo časa za opravljanje pravih stvari. Odsotnost jasnih ciljev vodi v opravljanje nepotrebne dela, ki organizaciji ne prinaša koristi in vodi v izgubo časa. Jasni cilji ohranjajo ljudi na poti, jim pomagajo osredotočiti se na najbolj produktivne, učinkovite in koristne naloge in omogočajo, da po nepotrebem ne zapravljajo časa, ki je na razpolago, navaja Jay (2002, str. 32).

Forsyth (2003, str. 20) za opredeljevanje značilnosti ciljev predlaga metodo SMART (specific, measurable, achievable, realistic, timed), po kateri morajo biti cilji določeni, merljivi, dosegljivi, realni in časovno uokvirjeni. Pomembne značilnosti ciljev so po mnenju Rizmalove (2006, str. 14) še: prožnost; podano soglasje vseh, ki naj bi cilj uresničevali; razvrščenost z organizacijsko strategijo in pomembnost.

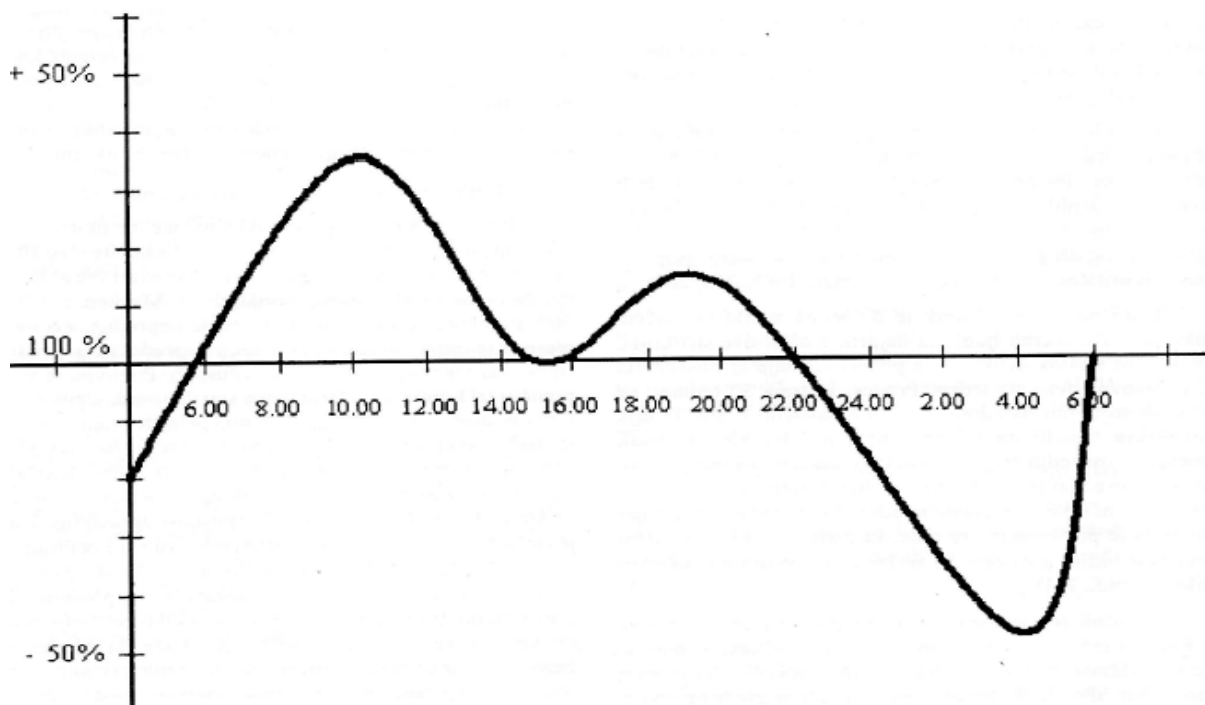
### 1.3 Načrtovanje časa

Čeprav tega ne priznamo radi, največji problemi, ki jih imamo z obvladovanjem časa, nastajajo zaradi naše neorganiziranosti. Vzroki večine problemov z obvladovanjem časa so namreč v nas samih (Atkinson, 1990, str. 16).

Za bolj učinkovito načrtovanje časa je priporočljivo sestavljanje urnika. Z urnikom je namreč naloge mogoče razporejati po prioritetah A, B in C, pri čemer je A najvišja prioriteta. Pod prioriteto C razporejamo naloge, ki so sicer nujne, vendar nepomembne in se jim ni mogoče izogniti ali preložiti. Sestavljanje urnika se začne z aktivnostmi pod prioriteto A, s čimer je zagotovljen čas za opravljanje vseh najpomembnejših nalog. Ko so vse aktivnosti pod A razvrščene, sledi vnašanje nalog pod prioriteto B, na koncu pa vnašanje nalog pod prioriteto C (Harvard Business Essentials, 2005).

Oblikovanje urnika mora temeljiti tudi na energijskem ciklu posameznika. Kljub individualnim razlikam, pogojenim z osebnostnimi značilnostmi, je višek delovne storilnosti dopoldne. Takšne ravni čez celotni dan ni več mogoče doseči. Popoldne se pojavi popoldanska utrujenost, pozno popoldne oziroma zgodaj zvečer se krivulja sicer ponovno dvigne za kratek čas, vendar po tem neprestano pada. Nekaj ur po polnoči pa krivulja doseže absolutno najnižjo točko. Zato je potrebno naloge s prioriteto A primerno izvajati dopoldne, ko je storilnost na najvišji točki. Storilnostna krivulja je prikazana v spodnji sliki.

*Slika 1: Storilnostna krivulja*



*Vir: Seiwert, Novi 1x1 obvladovanja časa, 1997, str. 67.*

## 2 SPLETNA SOCIALNA OMREŽJA

Za začetno obdobje interneta je bilo značilno, da je imel internetni uporabnik v odnosu spletna stran – obiskovalec popolnoma pasivno vlogo. Sprejel in prebral je pač tisto, kar so mu podjetja in posamezniki prek spletnih strani ponudili. Z razvojem novih storitev, programskih jezikov, internetnih povezav in rastjo uporabnikov pa so le-ti postajali čedalje zahtevnejši, pomembnejši in aktivnejši. Zato se je v odnosu med spletno stranjo in njenim obiskovalcem začel pojavljati dialog. Tako so se začeli pojavljati forumi, pogovorne sobe, blogi, možnost komentiranja prispevkov, povezovalne mreže, servisi za izmenjavo datotek, deljenje fotografij in video posnetkov ter druge podobne storitve.<sup>1</sup> V zadnjem času je zelo povečana priljubljenost uporabe spletnih aplikacij za socialno mreženje, ki jih vsepovsod po svetu uporablja že več milijonov uporabnikov.

### 2.1 Opredelitev spletnih socialnih omrežij

Boyd in Ellison (2007) opredeljujeta koncept spletnega socialnega omrežja kot uporabo različnih orodij za povezovanje s posamezniki in skupinami ter ustvarjanje neke vrste virtualne skupnosti. Virtualne skupnosti tvorijo posamezniki, ki preko računalnika zaradi različnih motivov komunicirajo ter se med seboj povezujejo na najrazličnejše načine, kot so npr. pošiljanje zasebnih sporočil, prisotnost na spletnih socialnih omrežjih, sodelovanje v klepetalnicah in podobno. Nekatera spletna omrežja temeljijo na že obstoječih socialnih omrežjih, druga pa omogočajo nove povezave med posamezniki, te povezave pa temeljijo na skupnem interesu, političnem prepričanju in drugih dejavnostih, pravita Boyd in Ellison (2007).

Spletno socialno omrežje nudi uporabnikom različne načine komuniciranja. Omogoča tako izmenjavo zasebnih sporočil med znanci kot tudi komunikacijo na celotni socialni mreži uporabnikov. Uporabnik si lahko na tovrstnih spletnih mestih ustvari svoj profil, lahko objavlja fotografije, video posnetke, z ostalimi uporabniki si lahko izmenjuje informacije, fotografije, zvočne zapise in podobno.

Boyd in Ellison (2007) definirata spletna socialna omrežja kot spletna mesta, ki omogočajo posamezniku:

1. ustvariti javni profil znotraj nekega določenega sistema,
2. oblikovati seznam uporabnikov, s katerimi so povezani ter
3. pregledovati svoj seznam uporabnikov in sezname drugih uporabnikov znotraj sistema.

Včasih se izraz spletna socialna omrežja (angl. *social network sites*) zamenjuje s podobnim izrazom mreženje (angl. *networking*). Glede na namen pa gre tukaj za dve povsem različni stvari. Pri mreženju gre ponavadi za medsebojno povezovanje uporabnikov, ki se v realnem

---

<sup>1</sup> O podrobnem razvoju spletnih skupnosti je več govora v Prilogi 1.

svetu ne poznajo. Boyd in Ellison (2007) sta mnenja, da je mreženje sicer mogoče tudi na spletnih socialnih omrežjih, vendar to ni primarni namen tovrstnih strani. Primarni cilj spletnih socialnih omrežij je torej komuniciranje z ljudmi, ki so že del socialnega omrežja tudi v fizičnem svetu in temeljijo na že obstoječih odnosih.

Socialna omrežja so sestavljena iz profilov, ki se oblikujejo v seznam prijateljev. Seznam prijateljev vsebuje povezave do ostalih prijateljev in omogoča, da uporabnik s klikanjem na različne sezname prijateljev brska po omrežju (Boyd, Ellison, 2007).

Spletna socialna omrežja omogočajo oblikovanje osebnega profila, predstavljanje lastnih interesov in informiranje svojih prijateljev o svojem življenju ter kaj posameznik počne v določenem trenutku. Med najbolj znane tovrstne spletne strani spadata Facebook in MySpace. Storitve omenjenih strani omogočajo objavo osebnih fotografij, sprejemanje ter pošiljanje sporočil, klepetanje, izmenjavo datotek ter mnoge druge stvari. Osebni profil je individualna spletna stran uporabnika, ki vsebuje opis uporabnika spletnega socialnega omrežja. Poleg besedila, fotografij in video gradiva profil uporabnika vsebuje še komentarje drugih uporabnikov ter javni prikaz prijateljev oziroma socialnega omrežja uporabnika, pravi Boyd (2007). Ko je enkrat profil ustvarjen, ga lahko vedno znova osvežujemo tako, da dodajamo nove informacije, urejamo obstoječe informacije oziroma izvajamo tako imenovano "posodobitev" (angl. *update*). Profili so večinoma javni in dosegljivi vsakomur. Nekatera spletna socialna omrežja pa imajo tudi možnost nastavitve zasebnosti (npr. Facebook). Tako lahko uporabnik omeji dostop do svojega profila le na svoje prijatelje, oziroma določi, kdo od dodanih prijateljev lahko vidi določene informacije in kdo ne.

Spletna socialna omrežja ne združujejo le uporabnikov s podobnimi interesi, temveč so postala tudi pravcati ocean najrazličnejših vsebin. Povezovanje uporabnikov in nastajanje novih vsebin se dogaja iz sekunde v sekundo. V tem kontekstu so zanimive ugotovitve, da je več kot tretjina odraslih ameriških uporabnikov interneta že objavila kak prispevek na internetu. Uporabniki so najaktivnejši pri dodajanju slik, video posnetkov in komentarjev. Najbolj produktivna pri ustvarjanju spletne vsebine je starostna skupna od 18 do 29 let (Williams, 2009). Mlajši zaposleni posvečajo veliko več pozornosti spletnim socialnim omrežjem kot starejši, meni Williams (2009). Skrt (2007) je mnenja, da bo priljubljenost spletnih socialnih omrežij po napovedi analitikov še naprej rasla z veliko hitrostjo, kar pomeni, da bodo pridobivale pomen in tržni delež.

## **2.2 Spletno socialno omrežje Facebook**

Spletna skupnost Facebook je bila ustanovljena 4. februarja 2004, njen ustanovitelj pa je Mark Zuckerberg. Sprva je bil Facebook namenjen le študentom Harvardске univerze, kasneje pa so lahko postali člani tudi študentje ostalih univerz ter dijaki. Konec leta 2005 je bilo v spletno skupnost Facebook vključenih že več kot 2.000 fakultet in več kot 25.000 srednjih šol iz sedmih držav, vključno z ZDA, Kanado in Veliko Britanijo. Decembra 2005 pa

so bile v Facebook omrežje dodane tudi univerze v Avstraliji in Novi Zelandiji (Wikipedia, 2010).

Splošno dostopen pa je Facebook postal 11. septembra 2006. Uporabnik ob prijavi potrebuje le veljaven elektronski naslov, star pa mora biti vsaj 13 let (Grimmelmann, 2009). Spletna stran Facebook je namenjena komunikaciji med ljudmi. Uporabnik si ustvari profil, na katerem potem objavlja fotografije, seznanja prijatelje z drugimi deli, jih obvešča, kaj v določenem trenutku počne, objavlja video posnetke in pošilja osebna ali javna sporočila svojim prijateljem. Facebook vključuje različne vsebine in aplikacije, s katerimi uporabnik komunicira z drugimi ljudmi. Najbolj popularne vsebine so: 'zid (angl. *wall*)', na katerem prijatelji uporabniku puščajo različna sporočila; 'dregljaj (angl. *poke*)', s katerim virtualno 'dregneš' prijatelja; 'slike (angl. *photos*)' – uporabniki tu objavljajo svoje slike, ki si jih lahko ogledajo njihovi prijatelji, oziroma tisti, ki jim je omogočen ogled; ter 'status (angl. *status*)', preko katerega uporabnik informira svoje prijatelje, kaj počne in kje se nahaja, pravita Boyd in Ellison (2007). Med vsemi je najbolj popularna aplikacija 'slike', saj se preko te aplikacije na dan objavi tudi preko 2 milijona fotografij, s čimer je Facebook v spletu največji servis za izmenjavo fotografij.

Leta 2007 je Facebook dodal še aplikacijo 'darila (angl. *gifts*)', ki omogoča pošiljanje virtualnih daril prijateljem. 24. maja 2007 pa je Facebook oblikoval Facebook platformo, ki določa okvir za razvijalce programske opreme, ki ustvarjajo aplikacije na Facebooku. Ustvarjene aplikacije vsebujejo najrazličnejše, vedno bolj priljubljene igre. Uporabniki jih namreč lahko igrajo s svojimi prijatelji, zato so postale nadvse popularne med uporabniki Facebooka. Te aplikacije so na primer: Farmville, Cafeworld, Mafia Wars itn.

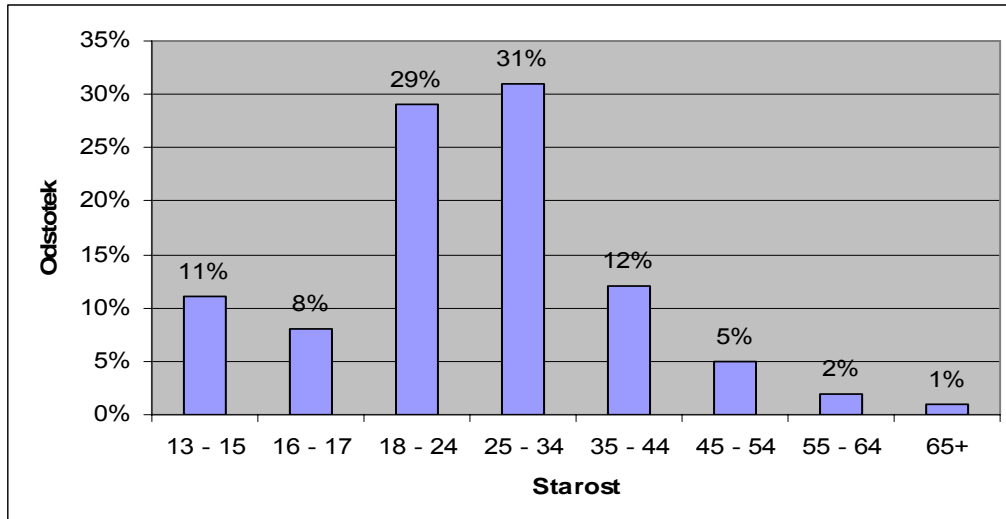
Danes ima Facebook preko 350 milijonov aktivnih uporabnikov, to je tistih, ki so Facebook obiskali v zadnjih 30 dneh. Dostopen je v 70 različnih jezikih. Povprečen uporabnik spletnega socialnega omrežja Facebook ima 130 prijateljev.

### **2.3 Uporaba spletnega socialnega omrežja Facebook v Sloveniji**

Spletni portal Facebakers.com skrbi za dnevno statistiko spletne strani Facebook po posameznih državah, tudi za Slovenijo. Po podatkih omenjenega spletnega portala ima Slovenija na Facebooku prijavljenih 558.220 uporabnikov, od tega je 284.620 moških, kar predstavlja 51% vseh uporabnikov in 272.120 žensk (49%). Največ uporabnikov (31%) je starih od 25 do 34 let. Precej, kar 29% uporabnikov, je starih od 18 do 24 let, medtem ko je uporabnikov starejše generacije (45 let in več) precej manj (vse skupaj 8%).

Spodnja slika prikazuje sestavo slovenskih uporabnikov Facebooka po spolu. Največji delež, 31% uporabnikov je starih od 24 do 34 let. Najmanj pa je uporabnikov starejše generacije, od 55 let naprej.

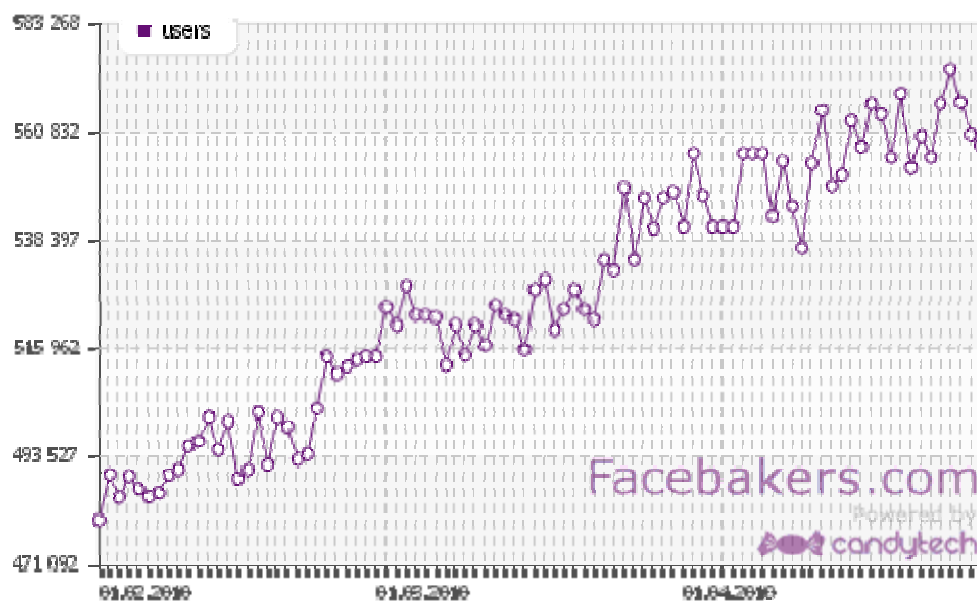
Slika 2: Sestava slovenskih uporabnikov po starosti



Vir: [www.facebakers.com](http://www.facebakers.com), 2010.

Spodnja slika prikazuje rast števila uporabnikov Facebooka v Sloveniji v obdobju od 1. februarja do 30. aprila 2010. Iz grafikona lahko razberemo, da se je število uporabnikov v treh mesecih povečalo za sto tisoč novih uporabnikov, kar pomeni, da je uporaba spletnih socialnih omrežij, v tem primeru Facebooka, nadvse aktualna in iz dneva v dan bolj razširjena.

Slika 3: Prikaz rasti števila uporabnikov Facebooka v Sloveniji



Vir: [www.facebakers.com](http://www.facebakers.com), 2010.

## 2.4 Vpliv socialnih omrežij na produktivnost zaposlenih

Uporaba socialnih omrežij izzove pri različnih ljudeh zelo različne reakcije. Na eni strani so ljudje, ki se nikakor ne naveličajo ponavljati prednosti enostavnejšega komuniciranja, ohranjanja prijateljstev, spoznavanja novih ljudi in podobno, na drugi strani pa tisti, ki so nasprotniki spletnih socialnih omrežij, saj se jim zdi nevarnost vdora v zasebnost prevelika, v tem vidijo tudi tratenje njihovega delovnega časa (Franca, 2010).

Dejstvo je, da so se socialna omrežja postala del življenja marsikaterega posameznika. Poleg klasičnih prostočasnih pogovorov se socialna omrežja že dolgo uporabljajo tudi za oglaševanje. Ker so socialna omrežja postala že del vsakdanjika, se poraja vprašanje, ali uporaba spletnih socialnih omrežij vpliva na produktivnost zaposlenih. Največji strah je, da bi uporaba socialnih omrežij zmanjševala produktivnost zaposlenih. Zato se v organizacijah vedno bolj sprašujejo, ali prepovedati zaposlenim dostop med delovnim časom. Delodajalce namreč močno skrbi, da bi neomejen dostop do socialnih omrežij med delovnim časom zmanjšal produktivnost zaposlenih. Franca (2010) pravi, da bi čas, ki bi ga zaposleni uporabili za spremljanje aktivnosti na socialnem omrežju, po njihovem mnenju pomenil neposredni minus za organizacijo, zato se v praksi pojavlja vedno več organizacij, ki enostavno onemogočijo dostop do tovrstnih strani.

Treba se je zavedati, da popolne prepovedi tovrstnih spletnih strani ni mogoče uveljaviti. Veliko sodobnih mobilnih telefonov namreč omogoča brskanje po internetu in s tem tudi sodelovanje v socialnih omrežjih. Poleg tega je ponekod praksa že pokazala, da popolna prepoved ne samo da ni mogoča, ampak izzove popolnoma drugačne in povečini neželjene reakcije, kot so na primer uporaba zaposlenih, slaba volja in podobno. Popolna prepoved tako ne more staviti slabih delovnih navad zaposlenih, meni Cornelius (2009).

Zato je morda smiselno k zadevi pristopiti z drugega zornega kota, in sicer, ali in kako je mogoče uporabiti socialna omrežja v vsakodnevni poslovni praksi. To vprašanje še posebej velja za vsa tista delovna področja, kjer zaposleni preživijo večino svojega delovnega dneva pred računalnikom z dostopom na svetovni splet. Zavedati se je namreč treba, da se je komunikacija v sodobnem svetu močno spremenila na račun socialnih omrežij in drugih informacijsko tehnoloških rešitev, na primer raznih klepetalnic in podobno. Zato je razumljivo, da zaposleni pričakujejo, da bodo temu sledile tudi organizacije. To prepričanje je še posebej močno pri mlajših generacijah, ki šele vstopajo na trg dela.

Na učinkovitost dela ne vplivajo samo fizični pogoji dela, ampak igrajo veliko vlogo tudi tako imenovani mehki dejavniki, kot so vzdušje na delovnem mestu, medsebojni odnosi, organizacijska klima, ustrezna komunikacija in podobno. Prepoved uporabe socialnih omrežij med drugim pomeni neke vrste prepoved komunikacije tako med zaposlenimi kot z ostalimi izven organizacije. Zato je vredno postaviti vprašanje, ali bi takšen ukrep deloval pozitivno (Franca, 2010).

## 2.5 Raziskave s področja uporabe spletnih socialnih omrežij na delovnem mestu

O obvladovanju časa na delovnem mestu, je bilo opravljenih že precej študij. Znano je, da imajo zaposleni na delovnem mestu možnost dostopa do spleta. Po podatkih SURSA<sup>2</sup> ima dostop do spleta približno 95% podjetij v skupini srednjih podjetij (do 50 zaposlenih), medtem ko je dostop do spleta v skupini velikih podjetij (50 zaposlenih in več) omogočen v vseh podjetjih (Statistični urad Republike Slovenije, 2010). Kakšen dostop je omogočen, je različno od podjetja do podjetja glede na to, kaj dovoljujejo, oziroma katere spletne strani so dovoljene in katere onemogočene. Raziskava Univerze v Marylandu (2003) je pokazala, da zaposleni med delovnim časom uporabljajo internet za svoje osebne namene v povprečju po 3,7 ur na teden. Vendar pa sovпада s tem tudi čas, ki ga zaposleni doma namenijo službi, saj pogosto delo odnesejo s seboj domov. Ta čas znaša v povprečju 5,9 ur na teden (Neubarth, 2009). 47 % vprašanih trdi, da več časa namenijo internetu doma za službene namene kot v službi za osebne namene.

Raziskava, ki jo je opravil Nucleus Research (2009) iz Bostona kaže, da med delovnim časom do Faceooka dostopa skoraj polovica zaposlenih v pisarnah (anketiranih je bilo 237 naključnih zaposlenih), pri čemer podjetja v povprečju izgubijo 1,5 % celotne produktivnosti. Omenjeni posamezniki Facebooku med službo vsak dan v povprečju namenijo 15 minut časa, 6% vprašanih pa jih do Facebooka dostopa izključno na delovnem mestu. Službene razloge za dostop do Facebooka (npr. trženje storitev, izdelkov, komuniciranje s strankami, obveščanje o novosti v podjetju ipd.) je imelo 13 % uporabnikov. Večini le-teh Facebook predstavlja le enega od elementov trženjske strategije. Nucleus ugotavlja, da ima spletno socialno omrežje Facebook na področju poslovanja v določenih primerih sicer lahko pozitiven vpliv, vendar pa to še ne predstavlja tehtnega razloga, ki bi upravičil množično uporabo omenjene spletne strani v podjetjih. Podjetjem tako svetujejo, naj predhodno preučijo učinke Facebooka, saj bi blokada le-tega danes lahko prinesla 1,5% večjo produktivnost.

*Tabela 1: Rezultati raziskave Nucleus Research*

<b>Vidik uporabe Facebooka</b>	<b>Delež v %</b>
Zaposleni s FB uporabniškim računom	77
Uporabniki FB, ki do le-tega dostopajo med delovnim časom	61
Zaposleni, ki do FB dostopajo med delovnim časom	47
Skupna izgubljena produktivnost v populaciji zaposlenih	1,47
Povprečno število minut preživetih na FB med delovnim časom	15 min

*Vir: Nucleus Research, 2009.*

Spletna portala America Online ter Salary.com sta junija 2005 opravila raziskavo, ki je pokazala, da zaposleni v povprečju preživijo na internetu 2,09 ure na dan, ta čas pa ne vključuje časa za kosilo. Za 44,7% vprašanih od vsega skupaj 10.044 anketirancev je brskanje po

<sup>2</sup> SURS je kratica za Statistični urad Republike Slovenije.



internetu glavna vrsta kratkočasnega na delovnem mestu, za 23,4 % pa brskanje po internetu pomeni povezovanje s sodelavci in navezovanje stikov z njimi (Neubarth, 2009).

Razlog, da zaposleni porabljajo čas za brskanje po spletu je v tem, ker opravijo veliko nadur ter da je meja med delovnim časom ter zasebnim časom že povsem zamegljena. Ljudje delo nosijo s seboj domov, zato ni čudno, da med delovnim časom porabijo tudi nekaj časa za brskanje po internetu za lastne namene (Neubarth, 2009).

Svetovalno podjetje Ethos Business Law je v povezavi z agencijo Russel Herder leta 2009 opravilo zanimivo raziskavo, ki je podala zanimive, nasprotujoče si trditve. Raziskavo je možno najti na spletni strani agencije Russell Herder (Novice, 2009). 51% managerjev, direktorjev in ostalih ljudi na visokih položajih je mnenja, da bi uporaba spletnih socialnih omrežij lahko bila škodljiva za produktivnost zaposlenih, medtem ko ostala polovica (49%) trdi, da uporaba spletnih socialnih omrežij lahko škodi le ugledu podjetja. Sočasno pa so mnenja, da so spletna socialna omrežja sprejeta kot ključna strategija komuniciranja s strankami. Glede na rezultate raziskave vsak osmi od desetih vprašanih verjame, da lahko socialna spletna omrežja izboljšajo razmerja s kupci (81%) in gradijo ugled blagovne znamke. Skoraj 70% vprašanih meni, da ima tovrstna komunikacija velik pomen na zaposlovanje novih ljudi, kot sredstvo za stik s kupci ter kot sredstvo za dvig morale zaposlenih na delovnem mestu. Najbolj razširjena je uporaba Facebooka (uporablja ga 80% vprašanih), sledijo mu Twitter (66%), YouTube (55%), LinkedIn (49%) in blogi (43%).

Vzroki za omejevanje dostopa do uporabe spletnih socialnih omrežij so v podjetjih različni. Če sklepamo po raziskavi, ki jo je opravila agencija Russel Herder (2009), je razlog v tvegani varnosti (40%), produktivnost oziroma neproduktivnost zaposlenih (37%) ali enostavno zato, ker uporabe spletnih socialnih omrežij ne poznajo dovolj in jim zato ne zaupajo (51%). To pa so verjetno glavni razlogi, da se podjetja odločajo za omejevanje tovrstnih spletnih vsebin.

Omejevanje uporabe spletnih socialnih omrežij naj bi bila neprimerna rešitev v podjetjih. Razlog je v tem, ker omejevanje tovrstnih spletnih strani zaposlene le omejuje, jim zmanjšuje moralo, jih potiska v neučinkovito rutino in seveda ubija spodbudo za produktivnejše delo. V dobi informacij je uspeh podjetij velikokrat odvisen od ustvarjalnosti in elana zaposlenih. Omejevanje informacijske tehnologije pa pomeni le najslabše za ustvarjalnost zaposlenih – zaposleni so pod določenimi ljudmi, ki ne vedo, katera orodja se potrebujejo, da bi delo uspešno opravili (Neubarth, 2009).

### **3 RAZISKOVALNI DEL**

#### **3.1 Raziskovalni pristop**

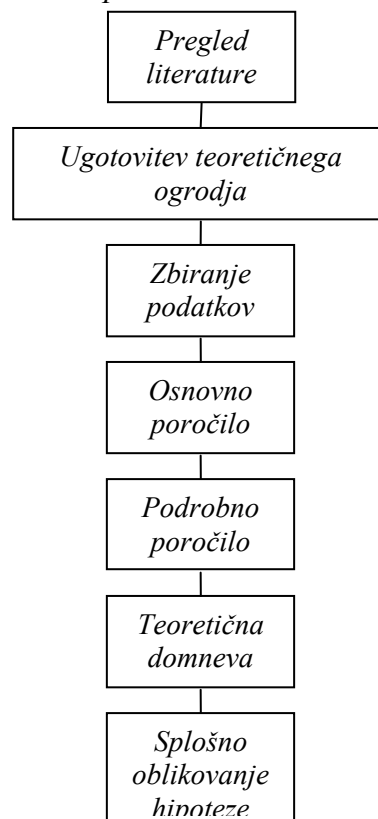
V svoji raziskavi sem želela ugotoviti, ali uporaba spletnih socialnih omrežij vpliva na produktivnost zaposlenih. V primeru, da uporaba spletnih socialnih omrežij vpliva na

produktivnost, pa me je zanimalo, ali vpliva pozitivno ali negativno. Zanimalo me je tudi, v katerih slovenskih podjetjih, ki so bila predmet moje raziskave, omejujejo dostop do tovrstnih spletnih strani ter kakšni so razlogi za to, pa tudi kako so se na to odzvali zaposleni.

V svoji raziskavi sem uporabila induktivni raziskovalni pristop. Ločimo namreč dve vrsti raziskovalnega pristopa: deduktivni in induktivni. Deduktivni raziskovalni pristop uporabimo, kadar izhajamo iz obstoječe teorije. Na njeni osnovi pripravimo načrt raziskave. Za induktivni raziskovalni pristop pa je značilno, da stremimo k oblikovanju lastne teorije, temelječe na dovolj velikem številu praktičnih primerov, navaja Bregarjeva (2005). Stremela sem k oblikovanju lastne teorije, ki jo bom podkrepila s praktičnimi primeri. Na koncu bom na podlagi dobljenih rezultatov raziskave navedla hipoteze. Na podlagi dobljenih hipotez bo mogoče opraviti nadaljnje raziskave. Za presojo kakovosti podatkov iz kvalitativne raziskave potrebujemo precej podroben vpogled v raziskavo, zato ni dovolj, da je kvalitativna raziskava kakovostno izpeljana, ampak mora biti tudi kakovostno dokumentirana (Bavdaž, 2005).

V spodnji sliki je prikazan model procesa kvalitativne raziskave. V prvem koraku imamo pregled literature. Ko pregledamo in obdelamo vso potrebno literaturo, lahko ugotovimo teoretično ogrodje, na podlagi katerega nato zbiramo podatke. Ko imamo zbrane potrebne podatke, sledi poročilo in teoretična domneva. Na koncu oblikujemo hipotezo.

*Slika 4: Model procesa kvalitativne raziskave*



*Vir: D. Remenyi, B. Williams, B. Money & E. Swartz, Doing research in business and management, 1998, str. 133.*

### 3.1.1 Metodologija

V raziskavi sem uporabila kvalitativni pristop z uporabo intervjuja, ki je velikokrat glavni vir informacij za številne kvalitativne raziskovalce. Glavni namen intervjuja je pridobiti podatke o tem, kaj si intervjuvanci mislijo, ter kakšna so njihova mnenja o določeni temi (Carson, Gilmore & Perry, 2001).

Intervju je pogovor z določenim namenom, pravi Bregarjeva (2005). Poznamo tri vrste intervjuja: nestrukturiran, delno strukturiran in strukturiran intervju. V svoji raziskavi sem uporabila delno strukturiran intervju, kar pomeni, da sem imela spisek vprašanj in tem pripravljen vnaprej, vendar pa je bila njihova konkretna izvedba prilagojena situaciji in toku pogovora. Pri nekaterih posameznikih sem določena vprašanja izpustila, sem pa dodala druga, ki so bila v tistem primeru najbolj primerna in so vodila tok pogovora naprej. Nestrukturiran intervju ali globinski intervju (angl. unstructured or in-depth interview) uporabljamo takrat, kadar imamo določeno zgolj temo za pogovor, o kateri se nato izpraševanec odprto in prosto izraža. Strukturiran intervju pa je tisti intervju, kjer pogovor izpeljemo na osnovi vprašalnika. Med strukturiranim intervjujem in anketo praktično ni razlike.

Druga delitev intervjujev je na standardizirani in nestandardizirani intervju. Za standardizirani intervju je značilno, da se mora spraševalec strogo držati navodil za izvedbo intervjuja, saj je s tem zagotovljen enak pristop v vseh intervjujih. Slabost te vrste intervjuja je, da ne dovoljuje spraševalčevega posredovanja niti v primeru očitnega nerazumevanja ali napake na strani izpraševanca. Nasprotno pa nestandardiziran intervju pušča spraševalcu prosto pot in je bolj podoben običajnemu pogovoru. Spraševalec tako lahko pomaga izpraševancu pri pojasnjevanju pomena vprašanja in pri oblikovanju odgovora. Pri svojem delu sem uporabljala nestandardiziran intervju.

Sama priprava intervjuja vzame kar precej časa, saj se je potrebno poglobiti v vprašanja in oblikovati konceptualni model. Pred izvedbo intervjuja je potrebno najprej določiti cilj intervjuja. Pripraviti je potrebno vprašanja ali vsaj iztočnice. Seznaniti se je treba z okoljem, v katerem se nahaja izpraševanec in s temo, ki jo obravnavamo, meni Bregarjeva (2005).

Izpraševancu lahko tudi vnaprej posredujemo seznam tem, ki jih želimo obravnavati. Tako bo izpraševanec dobil možnost, da se na intervju pripravi, kar pomeni tudi bolj poglobljeno obravnavo teme, prav tako pa pozitivno vpliva na njegovo samozavest in sproščenost med samim intervjujem. Pomembna je tudi minimizacija različnih vrst pristranskosti. Pristranskost lahko povzročimo kot spraševalec na več načinov: če komentiramo odgovore, če s tonom glasu, izrazom na obrazu ali s kretnjami razkrijemo stališče do povedanega. Zato je potrebno ustvariti tako vzdušje, da je izpraševanec sproščen.

Predvsem pomembne so prve minute pogovora ob srečanju, saj se takrat pokaže spraševalčeva kredibilnost. Uvod v intervju je potrebno narediti premišljeno, saj mora biti ravno prav dolg, da z njim prebijemo led. Ko začnemo postavljati vprašanja, morajo le-ta biti

oblikovana v skladu z načeli za postavljanje dobrih vprašanj. Izgovorjena morajo biti razločno in z nevtralnimi toni. Izpraševanec moramo pozorno poslušati in se ga ne smemo prekinjati. Po potrebi lahko postavimo nova vprašanja, ki parafrazirajo osnovno vprašanje ali pa osvetlujejo kakšen nov vidik. Za ključne koncepte je pomembno, da jih pravilno razumemo, zato lahko izpraševanec na kratko povzamemo. Povzetek pa je lahko tudi iztočnica za poglobljanje pogovora v določeni smeri ali prehod na novo temo. V povprečju intervju traja od 45 do 90 minut.

Raziskavo sem, kot že omenjeno, razdelila na dva dela. Najprej sem intervjuvala direktorje podjetij nato pa še zaposlene. S tem sem želela spoznati pogled obeh strani.

Pri direktorjih podjetij sem želela ugotoviti:

1. na kakšen način v podjetju merijo produktivnost zaposlenih,
2. kako so zadovoljni s produktivnostjo svojih zaposlenih,
3. kaj menijo o uporabi spletnih socialnih omrežij med delovnim časom,
4. kakšno je njihovo mnenje o popolni prepovedi dostopa do spletnih socialnih omrežij,
5. kakšno je njihovo mnenje o spletnih socialnih omrežjih nasploh?

Pri zaposlenih pa me je zanimalo predvsem:

1. ali uporabljajo spletna socialna omrežja, ter koliko časa jim dnevno posvetijo ter za kaj jih uporabljajo,
2. kakšno je njihovo mnenje o tem, da obstaja možnost, da uporaba spletnih socialnih omrežij lahko vpliva na delovno storilnost,
3. kako bi se, oziroma kako so se odzvali na popolno prepoved dostopa do spletnih socialnih omrežij,
4. kako si organizirajo svoj delovni dan ter na kakšen način se med delom sprostijo?

### **3.1.2 Predstavitev podjetij in respondentov**

V raziskavi je sodelovalo osem posameznikov, po štirje z vsake strani: vodstvo podjetja ter zaposleni. Intervjuji so bili izvedeni v posameznih podjetjih med delovnim časom med 21. junijem in 2. julijem 2010. Posamezen intervju je trajal od 40 minut do ene ure, vsak intervju je bil zvočno zapisan.

V svojo raziskavo sem zajela štiri različna podjetja, ki pa spadajo v isto panogo – poslovanje z nepremičninami. Ta podjetja so: Metropola d.o.o., Ljubljana, podjetje Demios d.o.o., podjetje Metropola Interieri d.o.o. ter podjetje Architron d.o.o. Ker gre za manjša podjetja z do 25 zaposlenimi, sem vprašanja za intervju z vodstvom podjetja naslovila neposredno na direktorje podjetij. Želela sem še mnenja zaposlenih, zato sem v vsakem podjetju intervjuvala še enega od zaposlenih.

Nepremičninska panoga trenutno ni v najboljšem položaju, saj je obseg poslov v primerjavi z najboljšimi obdobji manjši tudi do 70%. Podjetja v tej panogi zato v tem občutljivem času gospodarske krize veliko pozornost namenjajo večji produktivnosti zaposlenih.

Spletna socialna omrežja za to panogo ne predstavljajo kakšne posebne vloge. Predvsem gre za to, da nekateri zaposleni preživijo pred računalnikom cel dan. Če imajo dostop do spleta, lahko dostopajo do spletnih socialnih omrežij. Temu so predvsem izpostavljeni kadri v trženju, računovodstvu in administraciji. Za to panogo sem se odločila zato, ker sama delam v njej.

Podjetja A je nepremičninska družba, katere osnovna dejavnost je trženje investicijskih projektov novogradenj. Podjetje ima 24 zaposlenih.

Storitve podjetja B so usmerjene v razvoj nepremičninskih projektov, tehnično in ekonomsko svetovanje, predvsem investitorjem nepremičninsko najzahtevnejših naložb večjih razsežnosti ter v projektiranje strojnih instalacij in s tem povezanim tehničnim svetovanjem (spletna stran podjetja B, 2010).

Podjetje C se ukvarja s svetovanjem ter investiranjem na področju nepremičnin, nudi pravne storitve na področju nepremičnin, pravno svetovanje in pravno zastopanje.

Podjetje D pa nudi svetovanje na področju notranje opreme stanovanj in ostalih nepremičnin.

Intervjuvala sem dve skupini ljudi oziroma štiri dvojice. V vsakem podjetju sem intervjuvala direktorja in enega od zaposlenih. Med intervjuvanci prevladujejo ženske, saj je bilo šest intervjuvanih oseb ženskega spola, dva pa moškega. Izobrazba vseh respondentov je univerzitetna. Starost respondentov pa se giblje med 25 in 55 let.

## **3.2 Rezultati raziskave**

Opravila sem raziskavo o spletnih socialnih omrežjih in rabi delovnega časa v nepremičninskih podjetjih. V prvem delu bom predstavila vidik vodstva podjetij. Intervjuje sem začejala vedno s splošnimi in enostavnimi vprašanji, s katerimi je potem stekel tekoč pogovor o temi moje raziskave. Direktorjev podjetij nisem poimenovala imensko, temveč kot D1, D2, D3 in D4.

### **3.2.1 Vidik direktorjev podjetij**

#### **3.2.1.1 Produktivnost zaposlenih**

V večini podjetij merijo produktivnost zaposlenih s tem, koliko prihodkov ustvarijo na zaposlenega. Le v enem podjetju produktivnosti ne merijo zaradi majhnosti podjetja. Z rezultati o produktivnosti so v dveh podjetjih zadovoljni, medtem ko v enem podjetju vodstvo z delom svojih zaposlenih ni zadovoljno.

*»Produktivnost zaposlenih pri nas merimo v prihodkih, ki jih ustvarijo posamezniki. Z rezultati o uspešnosti naših zaposlenih nisem zadovoljen, že dalj časa ne.« (D1)*

*»Zaradi specifičnosti dela in razmeroma majhne družbe pri nas ne merimo produktivnosti zaposlenih.« (D2)*

*»Produktivnost merimo na podlagi uspešnosti posameznika, pregledajo se vsi prihodki in stroški, ki se nanašajo na posamezen pridobljen posel. Z rezultati sem zaenkrat zadovoljna, so zadovoljivi glede na trenutne tržne razmere.« (D3)*

*»V našem podjetju merimo produktivnost glede na promet, ki ga posamezni zaposleni ustvari. Nad rezultati se zaenkrat ne moremo pritoževati. Res je, da situacija na trgu trenutno ni najboljša, ampak menim, da naši zaposleni kljub temu delajo dobro.« (D4)*

### 3.2.1.2 Pristopi za večjo produktivnost

Direktorje sem vprašala, ali razmišljajo o kakšnih pristopih k doseganju višje produktivnosti zaposlenih, oziroma kakšen pristop že uporabljajo. V ostalih treh podjetjih, kjer merijo produktivnost svojih zaposlenih, kar precej razmišljajo o pristopih k večji produktivnosti, oziroma v prvi vrsti o motivaciji zaposlenih, da bodo dosegali boljše rezultate. V vseh podjetjih je ta motivacija dodatek na uspešnost zaposlenih, ampak, kot trdijo sogovorniki, ta način ni najbolj uspešen.

*»O tem intenzivno razmišljam. Najbolj pomembno trenutno je, kako motivirati posameznika, da bo delal bolj uspešno, da bo prikazal boljše rezultate. Posameznik ve, da je njegova plača odvisna od njegove uspešnosti, zato mi ni jasno, zakaj se ne žene za to, saj mislim da je to dovolj velika motivacija. Če bo zelo uspešen, bo dobil visoko plačo – ampak kako zaposlenega motivirati, da bo stvarjal višje prihodke... tega zaenkrat še nisem ugotovil.« (D1)*

*»Poskusili smo že z nagrajevanjem – da zaposleni dobijo dodatek na uspešnost. Vendar smo pri tem naleteli na nezadovoljstvo tistih zaposlenih, ki jim ni uspelo ustvariti dovolj dobička, in so tako dobili odbitek na negativno delovno uspešnost. S tem ukrepom smo zato prenehali, sedaj pa razmišljamo o novih načinih motivacije.« (D3)*

*»Razmišljamo o uvedbi sistema spodbujevanja oziroma nagrajevanja uspešnih, z namenom povečanja produktivnosti. Ideja je še v fazi razvoja.« (D2)*

### 3.2.1.3 Spletna socialna omrežja in produktivnost zaposlenih

Naslednji sklop vprašanj se je nanašal na uporabo spletnih socialnih omrežij med delovnim časom: ali zaposleni imajo dostop do teh strani ter kakšno je mnenje vodstva o tem, da bi lahko pretirana uporaba tovrstnih spletnih strani ogrozila delovno storilnost. V enem podjetju

dejansko imajo omejitve dostopa do spletne strani Facebook prav zaradi slabših delovnih rezultatov. V ostalih podjetjih ne vidijo potrebe po uvedbi tovrstnega ukrepa.

*»Pri nas je Facebook že nekaj časa onemogočen, vendar se posamezniki vseeno znajdejo in dostopajo do njega preko proxy serverjev in podobno. Pred uvedbo prepovedi dostopa se je poznalo, da je uporaba te strani in njej podobnih strani negativno vplivala na zaposlene z vidika angažiranja v delovnem procesu. Čas se je porabljal za neproduktivne namene. Težko je pričakovati, da bi bil posameznik dovolj discipliniran, 10%-15% zaposlenih morda, ostali pa ne.« (D1)*

*»Zaposleni imajo na razpolago dostop do spletnih socialnih omrežij in spletnih vsebin pod pogojem, da so naloge tekoče opravljene. Menim, da preprečevanje ali omejevanje dostopa ne vpliva na kakovost in hitrost opravljenega dela, če so vnaprej dogovorjena pravila. Predvsem najprej delovne obveznosti, šele nato vse ostalo. Socialno mreženje in širitev znanja s pomočjo spletnih omrežij ne more slabšati produktivnosti, kvečjemu obratno, razen če so porušene prioritete in je organizacija dela in kontrola delovnih rezultatov šibka oziroma nezadostna.« (D2)*

*»Naši zaposleni nimajo nobene omejitve glede dostopa do spletnih strani. Prav tako menim, da uporaba tovrstnih strani ne vpliva na produktivnost delavcev, vsaj zaenkrat ne opažam nobenih dejavnikov, ki bi govorili o slabši produktivnosti na račun tega. Težko bi rekla, da je uporaba tovrstnih aplikacij pozitivna. Dokler uporaba le-teh ne vpliva na uspešnost celotnega podjetja ter na odnose med zaposlenimi, menim, da ukinitve tovrstnih spletnih strani nima smisla. V kolikor pa bi se vezi med zaposlenimi začele krhati oziroma poostrovati, to pomeni, da bi se začeli zapirati vase, pa mislim, da bi bilo smotrno pomisliti tudi na možnost ukinitve dostopa.« (D4)*

*»Zaposleni imajo dostop do spletnih socialnih omrežij. Verjetno se najdejo posamezniki, ki jih takšne strani zelo pritegnejo in so jih zmožni uporabljati tudi večji del službenega časa. In v takem primeru sigurno negativno vpliva na produktivnost posameznika.« (D3)*

#### 3.2.1.4 Uporaba spletnih socialnih omrežij

V nadaljevanju sem intervjuvance spraševala, kakšno je njihovo mnenje o uporabi spletnih socialnih omrežij, kakšne so po njihovem mnenju prednosti oziroma nevarnosti tovrstnih spletnih aplikacij ter ali so sami uporabniki spletnih socialnih omrežij. Večina vidi nevarnost v tem, da obstaja možnost, da posameznika pogosta uporaba spletnih socialnih omrežij zasvoji. Kot prednost pa vidijo kratek oddih med napornim delovnikom (seveda v zmerni uporabi) ter kot stik z osebami, s katerimi se težko uskladijo, da bi se dobili v živo na pijači.

*»Tovrstna spletna omrežja lahko zasvoji posameznika, ker ne more kontrolirati časa, ki ga preživi na tej strani. Na primer: med delovnim časom si bo posameznik za trenutek oddahnil*

*od dela, šel na internet, natančneje na Facebook. Tam bo videl, da je prejel šest sporočil, na katera mora nato takoj odgovoriti...Čas pa teče. Ali pa ga za pogovor klikne ena oseba na drugi strani, ki je po možnosti doma, ni v službi in tako ni vezan na roke v nasprotju s tem posameznikom in tako steče pogovor, ker posameznik ne more reči ne in ker ga to bolj zabava kot samo delo. Na splošno nimam nič proti tem stranem, če jih pravilno upravljaš. To pomeni, da si odpreš Facebook zvečer doma, ter se družiš na elektronski način, čeprav je bolje iti s prijatelji na pijačo. Sam nisem uporabnik spletnih socialnih omrežij, ker nimam časa za to. Kot sem že omenil, raje grem s prijatelji na pijačo.» (D1)*

*»Če nekdo med časom za malico s sendvičem v roki na delovnem mestu komunicira s svetom in išče informacije, ne more biti slabo. Problem nastane, če je nekdo že na poti zasvojenosti in je službena dolžnost sekundarnega pomena. V tem primeru je zagotovo zmanjšana storilnost, koncentracija in kakovost opravljenega dela. /.../ Osebno spletna socialna omrežja uporabljam zelo redko. Sem mnenja, da spletno komuniciranje vse bolj izpodriva fizične oziroma neposredne človeške komunikacije in da to ni dobro. Poleg tega je razgaljanje svojega osebnega življenja in mišljenja dvorezno. Nikoli ne veš, kdaj bo nekdo te informacije tudi zlorabil.« (D2)*

*»Osebno se mi zdi, da je od posameznika odvisno, koliko bo uporabljal takšne strani. Menim, da bi tudi sicer takšni posamezniki v nasprotnem primeru (v kolikor nimajo teh dostopov), kljub temu našli nekaj drugega in bili neproduktivni. Pridni oziroma tisti, ki vedo, da je neko delo potrebno opraviti, pa kljub dostopom ne bodo "viseli" na teh straneh, ker nimajo časa. Osebno imam odprt račun na Facebooku, vendar ga uporabljam res redko, morda enkrat mesečno, vendar nikoli v službi.« (D3)*

*»Menim, da ima zmerna uporaba v težkem tempu sedanjega časa več pozitivnih kot negativnih učinkov. Po eni strani s tem zaposleni pridejo do nekaj malega sprostitve, oddiha med napornim delovnikom, vendar po drugi strani obstaja riziko, da se delovna uspešnost z uporabo teh strani zmanjša. Sama uporabljam Facebook in menim, da ni s tem prav nič narobe. Konec koncev s tem ohranjam stike s tistimi, za katere v tem natrpanem urniku preprosto ne najdem časa, ali so predaleč ali pa so zelo zasedeni tudi sami.« (D4)*

### 3.2.1.5 Popolna prepoved uporabe spletnih socialnih omrežij

Eno podjetje je dejansko uvedlo popolno prepoved dostopa do Facebooka, zato sem direktorju podjetja zastavila še nekaj dodatnih vprašanj na to temo. Predvsem me je zanimalo, na podlagi česa so se odločili za ta ukrep, kakšen je bil odziv zaposlenih v podjetju ter če so opazne kakšne spremembe v produktivnosti glede na čas pred uvedbo tega ukrepa. Za ukrep so se odločili na podlagi slabše produktivnosti zaposlenih. Zaposleni pa ukrepu niso dali kakšne večje teže. V produktivnosti pa se zaenkrat še nič kaj dosti ne pozna, v bistu se še najbolj pozna v marketingu, kjer so zaposleni res cel dan za računalnikom.



*»Za popolno prepoved smo se odločili iz že prej omenjenih razlogov, ker je uporaba spletnih socialnih omrežij negativno vplivala z vidika angažiranja v delovnem procesu. Zaposleni so čas v službi namenjali za neproduktivne namene. Zato smo se odločili za ta ukrep. Neposredno nisem slišal nobenih pripomb na ta ukrep, bilo je pa slišati po hodnikih, zakaj je prišlo do tega. O tem ukrepu jih predhodno nismo obvestili. Neposredno ni opaziti kakšnih sprememb na področju produktivnosti. Verjetno se ta ukrep še najbolj pozna v marketingu, kjer so zaposleni cel dan za računalnikom in so imeli cel dan dostop do Facebooka. Ampak, kot sem že omenil, vsakdo se znajde po svoje, Tudi popolna prepoved dostopa ni stoodstotna. Še vedno obstajajo druge poti do teh strani.« (D1)*

### **3.3.2 Vidik zaposlenih**

V drugem delu raziskave bom predstavila odgovore zaposlenih. Označila sem jih kot Z1, Z2, Z3 in Z4 zaradi večje anonimnosti. Vse intervjuvane osebe so ženske v starosti od 28 do 35 let, vse imajo univerzitetno izobrazbo.

#### **3.3.2.1 Uporaba spletnih socialnih omrežij**

Intervjuvance sem v prvem delu vprašala o uporabi spletnih socialnih omrežij. In sicer če uporabljajo tovrstne strani, koliko časa dnevno jim posvetijo ter če na te strani dostopajo tudi med delovnim časom. Vsi intervjuvanci so uporabniki Facebooka ter ga uporabljajo dnevno oziroma nekajkrat tedensko. Dva intervjuvanca ga uporabljata tudi med službenim časom, vendar se zavedata obsega svojega dela, tako da temu prilagajata čas, namenjen Facebooku. Ostala dva intervjuvanca pa Facebook uporabljata doma.

*»Da, največ uporabljam Facebook. Temu posvetim približno eno uro, uporabljam pa ga doma, v večernem času, ko postorim vse ostale obveznosti v gospodinjstvu. Uporabljam ga predvsem za ogled kakšnih novih slik prijateljev« (Z1)*

*»Sem uporabnica spletnih socialnih omrežij. Uporabljam Facebook. Vendar temu posvetim dnevno zelo malo časa, ker imam drugih zaposlitev dovolj. Morda deset, petnajst minut dnevno. Ogledam si samo prvo stran, kjer se prikaže stanje vseh prijateljev. Na te strani pa večinoma dostopam doma.« (Z2)*

*»Sem "pasivna" uporabnica Facebooka. S pasivnim mislim, da Facebooka večinoma ne uporabljam, na primer, za pogovor ali uporabo njegovih aplikacij, ampak bolj za ogled kakšnih novih fotografij prijateljev ali za sprejemanje in pošiljanje kakšnih vabil. Ga ne uporabljam pogosto, morda trikrat na teden za približno 10 minut. V službi med odmorom, ob jutranji kavi ali če trenutno nimam delovnih nalog, doma skoraj nikoli. Raje grem s prijatelji na kavo "v živo".« (Z3)*

*»Ja, uporabljam Facebook. Med delovnim časom imam odprtega v ozadju, tako da nisem aktivna, ampak od časa do časa pogledam, kaj se dogaja. Vendar to samo takrat, ko nimam večjih delovnih obveznosti. Drugače ga največ uporabljam doma.« (Z4)*

### 3.3.2.2 Vpliv spletnih socialnih omrežij na produktivnost zaposlenih

Nato sem intervjuvance seznanila z raziskavami v svetu, kako uporaba spletnih socialnih omrežij vpliva na delovno storilnost. Zanimalo me je njihovo mnenje o tem. Odgovori so bili kar enotni, torej da normalna uporaba spletnih socialnih omrežij ne bi smela vplivati na produktivnost zaposlenih.

*»Če je uporaba tovrstnih spletnih strani v delovnem času pretirana, je produktivnost po mojem mnenju zmanjšana in obratno, če med delovnim časom zaposleni ne bi uporabljali spletnih strani za zabavo, bi se poznalo na večji produktivnosti posameznika.« (Z1)*

*»Odkvisno od posameznika. Načeloma se strinjam, predvsem pa je to odkvisno od količine preživetege časa na internetu.« (Z2)*

*»Strinjam se, da uporaba spletnih socialnih omrežij znižuje produktivnost zaposlenega v primeru, da ga uporablja večino delovnega časa in daje prednost njegovi uporabi pred delovnimi obveznostmi. Mislim, da nekateri, predvsem mlajši uporabniki ali takšni, ki v službi niso dovolj zaposleni, hitreje podležejo vplivu takšnih aplikacij, ki jih že kar zasvojijo. Če zaradi uporabe Facebooka zaposleni svojih nalog ne opravlja več tako kot prej ali jih opravi v bistveno manjšem obsegu, potem lahko govorimo o vplivu takšnih omrežij na produktivnost zaposlenega. « (Z3)*

*»Moje mnenje je, da če posameznik uporablja te spletne strani samo za kratek čas med delovnim časom, potem ne vidim nobenega problema pri njegovi produktivnosti. Če si posameznik organizira delovne naloge in ima tako svoj delovni dan pod kontrolo, potem mislim, da uporaba tovrstnih strani ne bi smela vplivati na posameznikovo produktivnost.« (Z4)*

### 3.3.2.3 Prepoved dostopa do spletnih socialnih omrežij

Moje naslednje vprašanje se je nanašalo na popolno prepoved spletnih socialnih omrežij na delovnem mestu, ki se je poslužujejo nekatera podjetja. Kakšno je njihovo mnenje o tem, ter kako bi, oziroma so reagirali na tovrstni ukrep vodstva. V podjetju Metropol d.o.o., Ljubljana tovrsten ukrep imajo, v ostalih podjetjih pa ne. Vse zaposlene so bile mnenja, da prepoved dostopa do spletnih socialnih omrežij ne bi vplivala na njihovo produktivnost.

*»V našem podjetju imamo omejitve dostopa do spletnega omrežja Facebook. Ostale strani delajo normalno. Ta ukrep mi bistveno ni predstavljal spremembe v pozitivno ali negativno*

*produktivnost, ker sama tako ali tako nisem uporabljala Facebooka med službenim časom. So pa nekateri sodelavci, ki so imeli kar nekaj pripomb nad tem ukrepom.» (Z1)*

*»Nimamo omejitve do teh strani. Če bi kdaj prišlo do tega ukrepa, to ne bi nič vplivalo na mojo produktivnost.« (Z2)*

*»V službi nimamo glede teh strani nobenih omejitev. Tudi če bi vodstvo sprejelo odločitev o popolni prepovedi dostopa do Facebooka in podobnih strani, to name in na moje delo ne bi imelo nobenega vpliva – čas, ki ga sedaj namenim za Facebook, bi usmerila v prebiranje dnevnih novic oziroma bi potem Facebook uporabljala doma. Delo vedno postavljam na prvo mesto.« (Z3)*

*»Ne, v službi nimamo nobenih omejitev glede tega. Če pa bi se vodstvo kdaj odločilo za tak ukrep, ne bi bilo bistvenih razlik v opravljenem delu. Svoje delo opravi obisku Facebooka navkljub, tako da niti ne vidim potrebe, da bi kdaj uvedli to prepoved v podjetju.« (Z4)*

#### 3.3.2.4 Ravnanje s časom na delovnem mestu

Za konec me je še zanimalo, kako si intervjuvanci organizirajo svoj delovni dan – zanimalo me je njihovo ravnanje s časom, ki ga imajo na voljo v službi ter na kakšen način se sprostijo ob vsem delu, ki ga imajo. Vse intervjuvanke svoj delovni dan prilagodijo pomembnosti nalog, ki jih čakajo. Vse opravijo pomembnejše naloge v prvi polovici dneva, nato sledijo ostale naloge. Sprostijo se pa med delom ali z malico ali pa z brskanjem po spletnih straneh.

*»Dan si organiziram po prioriteti delovnih nalog tistega dne in glede na sestanke s strankami. Sprostim se pa tako, da grem na malico ali na kavo s sodelavci.« (Z1)*

*»Delovni dan si organiziram po prioritetnih nalogah. Važnejše naloge opravi najprej, nato se posvetim manj pomembnim. Za sprostitev med delovnikom pa grem na malico ali na kosilo oziroma na kavo, ven iz pisarne.« (Z2)*

*»Delovni dan si organiziram tako, da najprej opravi nujne naloge in tiste, ki so najbolj neprijetne. Preostalo delo si nato enakomerno porazporedim čez cel dan. Ponavadi vse delovne obveznosti opravi še pred iztekom delovnega časa. Na delovnem mestu se pa sprostim s kozarcem vode, kavo in brskanjem po spletnih straneh. Med malico pa običajno grem ven, čimbolj stran od računalnika.« (Z3)*

*»Delo si čez dan razporedim po pomembnih in manj pomembnih nalogah. Pomembne naloge opravi čimprej tistega dne, nato pa čez dan opravljam ostale naloge, ki morajo biti končane. Med delom se običajno sprostim s skokom na dnevne novice, na hitro pogledam na Facebook, ali prelistam kak časopis ali revijo ali pa s sodelavci kakšno rečemo.« (Z4)*

## **4 DISKUSIJA**

### **4.1 Ugotovitve raziskave**

Z raziskavo sem želela preveriti stanje v slovenskih podjetjih v primerjavi z raziskavami, opravljenimi v tujini. Želela sem preveriti, ali v podjetjih posvečajo kaj pozornosti uporabi spletnih socialnih omrežij znotraj delovnega časa. Kot sem ugotovila, so v enem podjetju od štirih sodelujočih v raziskavi že uvedli ukrep popolne prepovedi dostopa do Facebooka. V ostalih podjetjih uporaba teh spletnih strani še ne predstavlja večje nevarnosti za produktivnost zaposlenih. Kljub temu da sem vzela majhen vzorec podjetjih, se je vseeno našlo eno, kjer je ta težava aktualna, kar kaže na to, da se podjetja, kljub temu da je ta problem še razmeroma nov in ga še ne poznajo povsod, saj je prisoten šele nekaj let, zavedajo velikosti problema ter se ga tudi resno lotevajo s pomočjo ukrepov.

Pričakujem, da bo v prihodnosti vedno več takih primerov, kjer bo potrebno potegniti črto čez uporabo spletnih socialnih omrežij med delovnim časom, saj nekateri posamezniki enostavno nimajo dovolj samodiscipline, da bi najprej opravili svoje delovne naloge. Predvsem bo ta pojav vedno pogostejši zaradi mlajših generacij, ki množično uporabljajo Facebook in ostala spletna socialna omrežja vsak dan po več ur. Razmah socialnih omrežij je prisoten šele nekaj let, zato ne dvomim, da bo tovrstnih načinov zabave vedno več.

Podjetja se bodo morala s tem na pravi način spopasti in se še posebej posvetiti nekaterim mlajšim posameznikom, ki bi lahko bili pretirani uporabniki spletnih socialnih omrežij. Ne vidim razloga, da bi bilo zaradi nekaterih posameznikov potrebno določene ukrepe uvesti za vse zaposlene. Menim, da je potrebno ta problem reševati na ravni posameznika, vendar to le v primeru, če je teh posameznikov malo. Če se izkaže, da je ta problem širši in se večina zaposlenih med delovnim časom raje zateka na spletna socialna omrežja, kot da bi opravljala svoje delo, pa se splača reševati problem na ravni celotnega podjetja.

### **4.2 Omejitve raziskave in napotki za nadaljnje raziskovanje**

Raziskava je bila opravljena le na štirih različnih podjetjih, iz katerih sem dobila po dva intervjuvanca, kar predstavlja majhen vzorec vprašanih. Ugotovitve zato ne moremo posplošiti na vsa podjetja. Lahko pa predvidevamo, da v podobnih podjetjih in podjetjih podobne velikosti najdemo podobne značilnosti in zakonitosti, kot smo jih spoznali med raziskavo v naših podjetjih. Raziskavo je opravljala oseba, ki je zaposlena v enem od sodelujočih podjetij, zato je lahko njen status vplival na odgovore.

Za prihodnje raziskovanje tega področja priporočam, da bi intervjuje opravljala oseba, ki ni zaposlena v katerem od podjetij, ki so predmet raziskave. Za nadaljnjo raziskavo bi tudi priporočala vzorec večjega števila podjetij iz več različnih panog. Jaz sem podjetja vzela le iz panoge trgovanja z nepremičninami. Zanimivo bi bilo raziskati, kako se obnašajo podjetja v

različnih panogah, predvsem pa bi izpostavila panoge, kjer se večina dela opravlja na računalniku in kjer je dostop do spleta neomejen (npr. marketing in podjetja, ki se ukvarjajo z informacijsko tehnologijo ipd.). V raziskavo bi bilo pametno vključiti mlajšo generacijo, ki je bolj izpostavljena vplivu spletnih socialnih omrežij. Zanimiv je pogled z obeh strani, to je vodstva podjetja in zaposlenih. Zato bi priporočala, da nadaljne raziskave ohranijo proučevanje obeh vidikov na obravnavano problematiko.

### **4.3 Predlagane hipoteze**

Hipoteze, ki sem jih razvila na podlagi rezultatov kvalitativne raziskave, so sledeče:

H1: Podjetja se vedno bolj zavedajo problema uporabe spletnih socialnih omrežij na delovnem mestu.

Če sklepam po svoji raziskavi, lahko rečem, da eno podjetje od štirih uvede popolno ali delno blokado dostopa do spletnih socialnih omrežij.

H2: Vodstvo podjetja se zaveda, da nenadzorovana uporaba spletnih socialnih omrežij na delovnem mestu sčasoma pomeni slabšo produktivnost zaposlenih.

Zaposleni se lahko po mnenju vodstva podjetij, ki sem ga intervjuvala v svoji raziskavi, preveč posvetijo uporabi spletnih socialnih omrežij in posledično začnejo zanemarjati svoje delovne obveznosti.

H3: Zaposleni na delovnem mestu uporabljajo spletna socialna omrežja. V večini jih uporabljajo z namenom, da so na tekočem s tem, kaj počnejo njihovi prijatelji;

Vsi zaposleni intervjuvani v raziskavi uporabljajo spletna socialna omrežja doma in na delovnem mestu. Namen obiska tovrstnih strani pa je predvsem seznanjanje s tem, kaj počnejo njihovi prijatelji in znanci.

H4: Uporaba spletnih socialnih omrežij med delovnim časom lahko vodi v slabše delovne rezultate, vendar samo pod pogojem, da zaposleni preživijo na tovrstnih straneh večino delovnega časa. Če spletna socialna omrežja uporablja le občasno, za nekaj minut, pa to ne vpliva na njegovo produktivnost.

Na podlagi odgovorov zaposlenih lahko rečem, da so seznanjeni z negativnimi posledicami pretirane uporabe spletnih socialnih omrežij. Prav tako zaposleni menijo, da zmerena uporaba spletnih socialnih omrežij ne vpliva na produktivnost.

## SKLEP

Spletno socialno omrežje nudi uporabnikom različne načine komuniciranja. Omogoča tako izmenjavo zasebnih sporočil med znanci kot tudi komunikacijo na celotni socialni mreži uporabnikov. Uporabnik si lahko na tovrstnih spletnih mestih ustvari svoj profil, lahko objavlja fotografije, video posnetke, z ostalimi uporabniki si lahko izmenjuje informacije, fotografije, zvočne zapise in podobno.

Uporaba socialnih omrežij izzove pri različnih ljudeh zelo različne reakcije. Na eni strani so ljudje, ki se nikdar ne naveličajo ponavljati prednosti enostavnejšega komuniciranja, ohranjanja prijateljstev, spoznavanja novih ljudi in podobno, na drugi strani pa tisti, ki so nasprotniki spletnih socialnih omrežij, saj se jim zdi nevarnost vdora v zasebnost prevelika in vidijo v tem tudi tratenje njihovega delovnega časa.

V četrtem poglavju sem predstavila raziskavo, v kateri sem ugotavljala upravljanje časa na delovnem mestu ob uporabi spletnih socialnih omrežij. Zaradi majhnega vzorca sodelujočih podjetij v raziskavi sem opravila kvalitativno raziskavo, in sicer v obliki globinskih intervjujev. V njej sem ugotovila, da zaposleni nimajo težav z upravljanjem časa ter da jim uporaba spletnih socialnih omrežij ne predstavlja nobenih težav pri doseganju zadanih ciljev in izpolnjevanju nalog na delovnem mestu. Tudi podjetja večinoma nimajo problemov s produktivnostjo zaposlenih na račun uporabe spletnih socialnih omrežij. Le v enem podjetju so se poslužili ukrepa popolne prepovedi dostopa do spletne socialne skupnosti Facebook.

Obravnavan problem danes še ni tako zelo prisoten v podjetjih, saj je razmeroma svež, pojavlja se šele zadnjih nekaj let. Pričakujem, da bo v prihodnosti vedno več pozornosti v podjetjih namenjene temu problemu, saj so mlajše generacije bolj navdušene nad spletnimi socialnimi omrežji, pa tudi vsak dan več jih je.

Za konec naj poudarim, da je v rokah posameznika, koliko bo uporaba spletnih socialnih omrežij vplivala na njegovo produktivnost na delovnem mestu. Posameznik si sam oblikuje delovni dan in ve, katere so njegove naloge. Če jih ne bo opravil v določenem roku, in če bo svoj delovni čas namenjal neproduktivnim stvarim, je to njegova napaka. Prav tako se morajo tudi podjetja sama, ko pride do takega problema, z njim soočiti na pravi način. Morda je dobro razmisliti, kakšen ukrep naj uvede podjetje, pa naj bo to popolna blokada dostopa do določenih spletnih strani ali pa morda večja motivacija za uspešno delo posameznika.

## LITERATURA IN VIRI

1. Atkinson Philip E. (1990). *Achieving results through time management*. London: Pitman.
2. Boyd D. M. & Ellison N. B. (2007). Social network sites: definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1).
3. Bregar L., Ograjenšek I. & Bavdaž M. (2005). *Metode raziskovalnega dela za ekonomiste: izbrane teme*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
4. Carson D., Gilmore A. & Perry C. (2001). *Qualitative marketing research I*. London: Sage Publications Ltd.
5. Cornelius D. (2009, 10. marec). Online Social Networking: Is It a Productivity Bust or Boon?. *Abanet*. Najdeno 22. februarja 2010 na spletnem naslovu <http://www.abanet.org/lpm/magazine/articles/v35/is2/pg28.shtml>.
6. Facebook. Najdeno 30. aprila 2010 na spletnem naslovu <http://www.facebook.com/>.
7. Facebook. (b.l.) V *Wikipedia*. Najdeno 15. aprila 2010 na spletnem naslovu <http://sl.wikipedia.org/wiki/Facebook>.
8. *Facebook Statistics Slovenia*. Najdeno 30. aprila 2010 na spletnem naslovu <http://www.facebakers.com/countries-with-facebook/SI/>.
9. Forsyth P. (2003). *Successful time management*. London: Kogan Page Limited.
10. Franca V. (17. februar 2010). Strahovi in izzivi socialnih omrežij v kadrovski dejavnosti. *Mojedelo.com*. Najdeno 15. aprila 2010 na spletnem naslovu <http://www.mojedelo.com/local/3/hr-center/zadrzevanje-sodelavcev/organizacijska-kultura/@2279/strahovi-in-izzivi-socialnih-omrezij-kadrovski-dejavnosti.aspx>.
11. Gladwell M. (2004). *Prelomna točka – Kako imajo lahko majhne stvari velike posledice*. Ljubljana: Založba poslovnih uspešnic.
12. Grimmelmann J. (2009). *Saving Facebook*. Iowa Law Review
13. Harvard Business Essentials (2005). *Time management*. Boston: Harvard Business School Publishing Corporation.
14. Jay R. (2002). *Time management*. Oxford: Capstone publishing.
15. Mackenzie Alec R. (1998). *Časovna past*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
16. Neubarth M. (2009, 15. oktober). Social media in the workplace: boon or bane? *Ciozone*. Najdeno 21. januarja 2009 na spletnem naslovu <http://www.ciozone.com/index.php/Social-Networking/Social-Media-in-the-Workplace-Boon-or-Baneu.html>.
17. Nucleus Research (2009, julij). Facebook: Measuring the cost to business of social networking. *Nucleus Research*. Najdeno 15. aprila 2010 na spletnem naslovu: <http://nucleusresearch.com/research/notes-and-reports/facebook-measuring-the-cost-to-business-of-social-notworking/>.
18. Remenyi D., Williams B., Money B., & Swartz E. (1998). *Doing research in business and management*. London: Sage publications.
19. Rizmal K. (2006). *Upravljanje časa na delovnem mestu* (diplomsko delo). Maribor: Ekonomsko - poslovna fakulteta.
20. Russell Herder (2009). *Social media: embracing the opportunities, averting the risk*. Najdeno 29. julija 2010 na spletnem naslovu [http://www.russellherder.com/SocialMediaResearch/TCHRA\\_Resources/RHP\\_08\\_9\\_WhitePaper.pdf](http://www.russellherder.com/SocialMediaResearch/TCHRA_Resources/RHP_08_9_WhitePaper.pdf).
21. Scott M. (1998). *More time, less stress*. London: Century Ltd.
22. Seiwert, Lohtar J. (1997). *Novi 1x1 obvladovanja časa*. Maribor: Doba.

23. Skrt R. (2007, 8. april). Spletne socialne mreže – navidezna Indija Koromandija. *Moj Mikro*. Najdeno 29. januarja 2010 na spletnem naslovu <http://www.mojmikro.si/preziveti/kar-tako/spletne-socialne-mreze-navidezna-indija-koromandija>.
24. Statistični urad Republike Slovenije. (2010). Uporaba informacijsko-komunikacijske tehnologije v podjetjih. Najdeno 5. avgusta 2010 na spletnem naslovu [http://www.stat.si/pxweb/Database/Ekonomsko/23\\_29\\_informacijska\\_druzba/29100\\_uporaba\\_informacijske/04\\_29607\\_IKT\\_podjetja/04\\_29607\\_IKT\\_podjetja.asp](http://www.stat.si/pxweb/Database/Ekonomsko/23_29_informacijska_druzba/29100_uporaba_informacijske/04_29607_IKT_podjetja/04_29607_IKT_podjetja.asp).
25. Šarotar Žižek S. (2008). Učinkovito upravljanje časa – upravljanje samega sebe v odnosu do časa. *Naše gospodarstvo* (5/6), 126 – 134.
26. Taylor H. (1. avgust 2006). Macro vs. micro time management. *Taylorintime*. Najdeno 15. aprila 2010 na spletnem naslovu <https://www.taylorintime.com/categoryblog/112-macro-vs-micro-time-management-.html>
27. Whetten D. A. & Cameron K. S. (2005). *Developing management skills*. New Jersey: Pearson Education.
28. Williams R. (2009, 29. november). Social media: does it help or hinder productivity? *Psychology Today*. Najdeno 21. januarja 2010 na spletnem naslovu <http://www.psychologytoday.com/blog/wired-success/200911/social-media-does-it-help-or-hinder-productivity-0>



## **PRILOGE**

Priloga 1: Pomembni mejniki v razvoju spletnih skupnosti.....	2
Priloga 2: Shema intervjuja .....	4
Priloga 3: Seznam vprašanj za intervju .....	5

## **Priloga 1: Pomembni mejniki v razvoju spletnih skupnosti**

Med prva spletna mesta, ki so začela graditi omrežno skupnost, sodi Classmates.com. Ta spletna skupnost je začela delovati že leta 1995. Bistvo spletne skupnosti je bilo iskanje, navezovanje in ohranjanje stikov med bivšimi sošolci iz osnovne in srednje šole ter fakultete.

Prva bolj prepoznavna socialna mreža SixDegrees.com je bila ustanovljena leta 1997. Ta stran je omogočala, da si je posameznik ustvaril profil, seznam prijateljev in kasneje tudi pregledoval sezname svojih prijateljev. SixDegrees.com je prenehal delovati leta 2001.

Od leta 1997 do 2001 je podobno storitev – ustvarjanje profilov ter navezovanje stikov s prijatelji - ponudilo veliko socialnih mrež (npr. AsianAvenue, BlackPlanet, MiGente...).

Leta 1999 se je ustanovila stran Epinions.com, ki še danes velja za enega najboljših nakupovalnih vodičev, kjer lahko posamezniki primerjajo cene in prebirajo mnenja o izdelkih.

Naslednji val socialnih omrežij je sprožila spletna stran Ryze.com leta 2001, ki je bila namenjena za spodbujanje poslovnih spletnih mrež. Kasneje so se pojavile še: Tribe.net, LinkedIn in Friendster. LinkedIn je postala vodilna poslovna spletna socialna mreža.

Prvo res pravo storitev, ki je začela povezovati določene kroge uporabnikov in graditi pravo socialno omrežje, je leta 2002 ponudil Friendster.com.

Naslednje obdobje pojava novih socialnih mrež je bilo leto 2003. Medtem ko so socialna spletna omrežja nagovarjala širšo populacijo, so se LinkedIn, Visible Path in Xing osredotočile na poslovni sveti in poslovne stike med ljudmi, menita Boyd in Ellison (2007).

Obstajajo tudi socialne mreže, ki povezujejo med seboj tujce s podobnimi interesi, kot so Dogster, Catster, Care2, Coushsurfing, MyChurch.

Spoznavanje novih prijateljev, izmenjavo mnenj, objavljanje fotografij in video posnetkov pa je uspešno zastavil MySpace.com, ki je aprila 2004 prevzel status vodilne spletne skupnosti. Ne gre pozabiti spletne skupnosti YouTube.com, kjer uporabniki objavljajo svoje video posnetke in si ogleduje posnetke drugih uporabnikov.

Leta 2006 se je pojavil Bebo.com. To je spletno mesto za navezovanje stikov in izmenjavo fotografij ter video posnetkov, ki pa se je v zadnjem času usmerilo na glasbeno področje. Na straneh glasbenih izvajalcev se zbirajo njihovi oboževalci, poslušajo glasbo, debatirajo med seboj, objavljajo fotografije....

V poslovnem svetu je najbolj poznano socialno omrežje LinkedIn.com. Ta ponuja izvrstno storitev za navezovanje stikov, iskanje poslovnih partnerjev, kadrov in novih poslovnih priložnosti. V omrežje je vključeno že več kot 9 milijonov uporabnikov iz več kot 150 različnih panog.

Spletna skupnost Facebook je luč sveta zagledala leta 2004 z namenom povezovanja in poglobljanja stikov med ameriškimi študenti. Sedaj velja za najbolj obiskano spletno stran.

Flickr.com je najbolj poznan brezplačen servis za objavljanje in izmenjavo fotografij.

Technocrati.com je najbolj priljubljeno spletno mesto za iskanje blogerske vsebine.

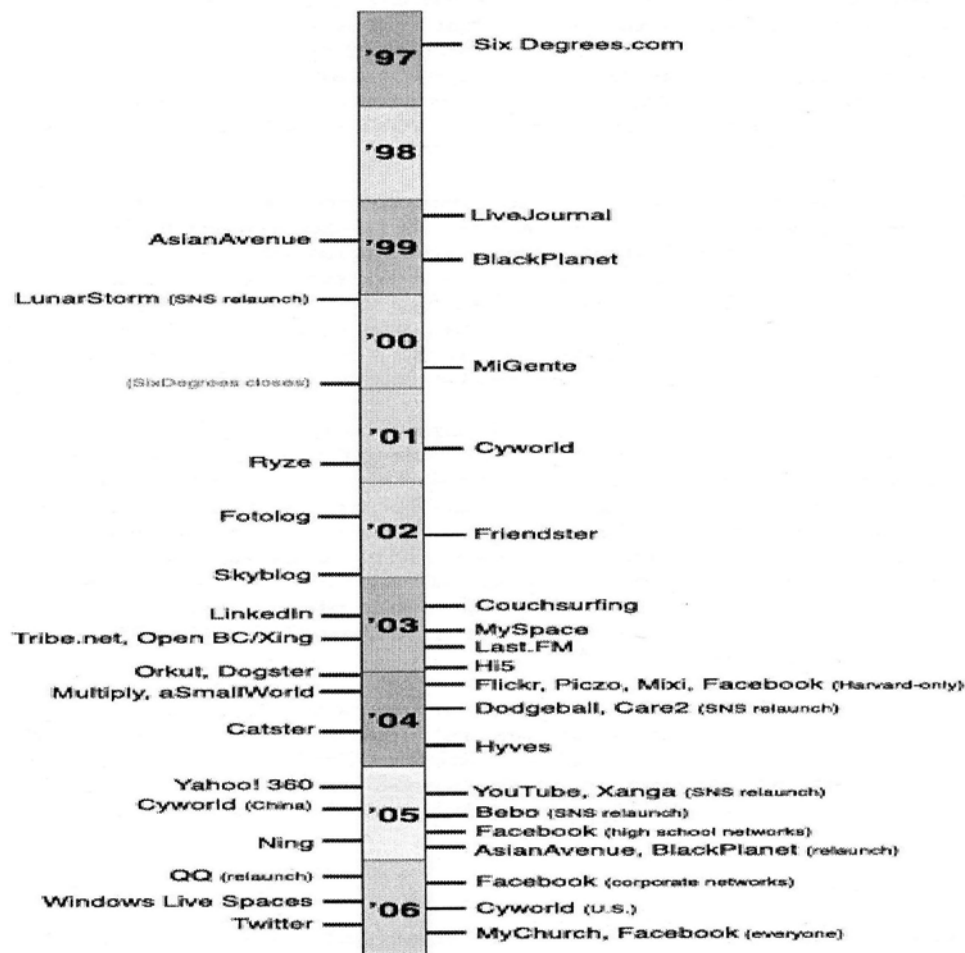
Digg.com pa je eden najbolj priljubljenih spletnih servisov, ki omogočajo t.i. "social bookmarking". Uporabniki objavljajo v izbranih kategorijah novice, video posnetke in ostale

prispevke, ki jim dodelijo opis, URL naslov ter ključne besede. Objavljene prispevke lahko registrirani uporabniki komentirajo in ocenjujejo.

S tem, ko so se začela socialna omrežja tako silovito širiti, so tudi spletne strani, ki temeljijo na objavljanju različnih vrst medijev, začele postajati socialna omrežja. Dober primer: Flickr, Last.FM in YouTube.

Na spodnji sliki je prikazan hiter razvoj najbolj poznanih spletnih socialnih omrežij. Na časovni premici je izvzet portal Classmates.com, ki sodi med prva spletna socialna omrežja in je bil ustanovljen leta 1995.

Slika 6: Prikaz razvoja spletnih socialnih omrežij



Vir: Boyd & Ellison, *Social network sites: definition, history and scholarship*, 2007

## **Priloga 2: Shema intervjuja**

Shema, ki sem jo uporabila pri samem intervjuju, da sem udeležencem intervjuja predstavila, kaj je tema moje diplomske naloge.

### ***SHEMA INTERVJUJA***

Tema izbrane diplomske naloge: **Aplikacije za spletno mreženje in učinkovita raba delovnega časa (produktivnost) zaposlenih**

Kaj so aplikacije za spletno mreženje?

Spletno socialno omrežje oziroma aplikacija za spletno mreženje nudi uporabnikom različne načine komuniciranja. Omogoča tako izmenjavo zasebnih sporočil med znanci kot tudi komunikacijo na celotni socialni mreži uporabnikov. Uporabnik si lahko na tovrstnih spletnih mestih ustvari svoj profil, lahko objavlja fotografije, video posnetke, z ostalimi uporabniki si lahko izmenjuje informacije, fotografije, zvočne zapise in podobno. Danes so v svetu razširjena različna spletna socialna omrežja: **Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube...**

Dejstvo je, da so se socialna omrežja pošteno usidrala v vsakodnevno življenje. Poleg klasičnih prostočasnih pogovorov se socialna omrežja že dolgo uporabljajo tudi za oglaševanje. Ker so socialna omrežja postala že del vsakdanjika velike večine posameznikov, se poraja vprašanje, **ali uporaba spletnih socialnih omrežij vpliva na produktivnost zaposlenih**. Največji **strah** je, da bi uporaba socialnih omrežij **zmanjševala produktivnost** zaposlenih. Zato se v organizacijah vedno bolj sprašujejo, ali prepovedati zaposlenim dostop med delovnim časom. Delodajalce namreč močno skrbi, da bi neomejen dostop do socialnih omrežij med delovnim časom zmanjšal produktivnost zaposlenih. Namreč čas, ki bi ga zaposleni uporabili za spremljanje aktivnosti na socialnem omrežju, po njihovem mnenju pomeni neposredni minus za organizacijo, zato se v praksi pojavlja vedno več organizacij, ki enostavno onemogočijo dostop do tovrstnih strani.

### **Predmet raziskave**

Cilj moje raziskave je ugotoviti, **kako uporaba spletnih socialnih omrežij vpliva na delovno storilnost v službi**. Po pregledu mnogih tujih raziskav in člankov sem namreč ugotovila, da so si rezultati raziskav precej različni. V nekaterih trdijo, da uporaba spletnih socialnih omrežij **negativno vpliva** na delovno storilnost, kar za seboj potegne še nižjo produktivnost v podjetju. Spet druge raziskave pa trdijo, da kratkotrajna uporaba spletnih socialnih omrežij, kot je na primer Facebook, **pozitivno vplivajo** na storilnost zaposlenih v smislu, da se občasno malce spočijejo od dela in si privoščijo par minut zase. Seveda je tu govora o kratkotrajni uporabi socialnih omrežij, to je 10 do 15 minut. Facebook in druga spletna socialna omrežja naj bi tudi pomagala zaposlenim pri razvoju boljših in močnejših komunikacijskih in tehnoloških spretnosti.

Vedno več podjetij pa se vseeno poslužuje **omejevanja določenih spletnih strani** na delovnem mestu, tako da zaposleni nimajo dostopa do vseh spletnih strani. Strani, ki so **največkrat blokirane**, so prav **spletna socialna omrežja**, v ospredju je spletno socialno omrežje Facebook. **Razlog** tiči predvsem v tem, da se ob dostopu do tovrstnih strani **zmanjšuje delovna storilnost**. Ta problem je v podjetjih še precej svež, saj so se spletna socialna omrežja začela širiti šele pred nekaj leti.

### **Priloga 3: Seznam vprašanj za intervju**

Okvirni seznam vprašanj, ki sem jih postavila direktorjem podjetij med intervjujem:

- Na kakšen način v vašem podjetju merite produktivnost zaposlenih?
- Kakšni se vam zdijo rezultati o merjenju produktivnosti?
- Kakšen pristop boste / ste že uporabili za večjo produktivnost zaposlenih?
- Ali vaši zaposleni imajo dostop do spletnih socialnih omrežij (Facebook, Twiter, You Tube...)?
- Mislite, da je mogoče, da bi uporaba tovrstnih strani kaj vplivala na njihovo delovno produktivnost? Na kakšen način bi vplivala?
- Nekateri raziskave v svetu kažejo, da uporaba spletnih socialnih omrežij med delovnim časom slabo vpliva za produktivnost zaposlenih, spet druge raziskave pa trdijo nasprotno – torej, da je uporaba tovrstnih spletnih aplikacij pozitivna in celo priporočljiva med delovnim časom. Kaj vi menite o tem?
- Kakšne so po vašem mnenju nevarnosti oziroma prednosti, ki jih prinaša uporaba spletnih socialnih omrežij med delovnim časom?
- Kako po vašem mnenju vpliva uporaba spletnih socialnih omrežij na zaposlene med delovnim časom?
- Nekatera podjetja se na račun večje produktivnosti zaposlenih odločijo za popolno prepoved uporabe tovrstnih spletnih aplikacij. Kaj o tem menite vi?
- Kaj menite o uporabi spletnih socialnih omrežij?
- Ali uporabljate spletna socialna omrežja (med delovnim časom oziroma med prostim časom)? Katera? Koliko časa na dan povprečno namenite tovrstnim stranem?

*Dodatna vprašanja za tiste, ki so dejansko uvedli blokado aplikacij za spletno mreženje:*

- Na podlagi česa ste se odločili za popolno prepoved dostopa do tovrstnih strani? Na podlagi lastnih izkušenj o slabši produktivnosti ali na podlagi česa drugega?
- Če ste se že odločili za popolno prepoved uporabe tovrstnih spletnih aplikacij, kakšen je bil odziv vaših zaposlenih?
- Ste opazili kakšne spremembe v produktivnosti zaposlenih, odkar ste uvedli popolno prepoved? So spremembe na boljše ali na slabše? So kakšna področja v podjetju, kjer se sprememba še posebej pozna?

Vprašanja za zaposlene, ki so sodelovali v intervjuju:

- Ste uporabnik spletnih socialnih omrežij, kot je na primer Facebook?
- Koliko časa dnevno posvetite tem stranem? Doma ali v službi?
- Mnoge raziskave v svetu kažejo, da uporaba spletnih socialnih omrežij na delovnem mestu zmanjšuje produktivnost zaposlenih. Kaj o tem menite vi?
- Imate v službi kakšne omejitve glede teh strani?
- Kako ste / bi reagirali, če bi se vodstvo vašega podjetja odločilo omejiti dostop do tovrstnih strani, oziroma bi uvedlo popolno prepoved dostopa do na primer Facebooka? Bi to kaj vplivalo na vašo produktivnost?
- Kako si organizirate svoj delovni dan?
- Na kakšen način se med delovnikom sprostite, oziroma malo odpočijete misli od delovnih nalog?