

2015

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

MAGISTRSKA NALOGA

MAGISTRSKA NALOGA

SARA ŠIBENIK REBEC

SARA ŠIBENIK REBEC

KOPER, 2015

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

Magistrska naloga

PREZENTIZEM ZAPOSLENIH V POVEZAVI
Z UPORABO INTERNETA IN SOCIALNIH
OMREŽIJ NA DELOVNEM MESTU

Sara Šibenik Rebec

POVZETEK

Spletna socialna omrežja podjetjem predstavljajo številne prednosti, a so te povezane tudi z vse pogostejšimi tveganji. V magistrski nalogi je obravnavana uporaba spletnih socialnih omrežij in interneta med delovnim časom. V prvem delu naloge je predstavljen pomen interneta in prezentizma, v nadaljevanju pa je osredotočenost na tuje raziskave, ki obravnavajo uporabo socialnih omrežij med delovnim časom, in njihov vpliv na produktivnost v podjetjih. V drugem, raziskovalnem delu sta predstavljeni analiza vsebine in interpretacija šestnajstih intervjujev, opravljenih v javnem ter zasebnem sektorju. Na podlagi tega je moč ugotoviti, da so intervjuvani zaposleni v zasebnem sektorju bolj nagnjeni k uporabi socialnih omrežij med delovnim časom kot intervjuvani zaposleni v javnem sektorju. V primeru kratkotrajne uporabe socialnih omrežij pa ta ne vpliva na delovni proces in produktivnost zaposlenih.

Ključne besede: prezentizem, socialna omrežja, internet, produktivnost, podjetje.

SUMMARY

Online social networks can bring a number of advantages to companies, but they can also bring many risks. In this master's thesis we discuss the use of online social media and the internet during working hours. In the first part, the importance of internet use and presentism is discussed. In addition, we focus on studies that address the use of social networks during working hours and its effect on company productivity. In the second, research part, the analysis of the contents and interpretation of sixteen interviews is presented. The interviews were performed in the public as well as in the private sector. The results show that interviewed people working in the private sector are more inclined to using social networks during working hours, as opposed to interviewed people working in the public sector. In the case of brief social network use, there is no effect on the workflow and productivity of employees.

UDK: 004.77:331.108.62(043.2)

ZAHVALA

Za strokovno pomoč, sodelovanje in nasvete pri pripravi magistrske naloge se zahvaljujem mentorju izr. prof. dr. Tončiju Anteju Kuzmaniću. Posebno zahvalo pa namenjam moji Mii in Hajki ter vsej svoji družini, ki so me v času celotnega študija ter pri nastajanju tega dela spodbujali in mi stali ob strani ter verjeli v moj uspeh.

VSEBINA

1	Uvod.....	1
1.1	Opredelitev obravnavanega problema in teoretična izhodišča.....	1
1.2	Namen in cilji magistrske naloge.....	2
1.3	Raziskovalna vprašanja magistrske naloge.....	2
1.4	Predvidene metode za doseganje ciljev naloge.....	3
1.5	Predvidene omejitve in predpostavke pri obravnavanju problema.....	4
2	Absentizem in prezentizem.....	5
2.1	Opredelitev absentizma.....	5
2.1.1	Zgodovina absentizma.....	5
2.1.2	Vrste absentizma.....	6
2.1.3	Vzroki absentizma.....	6
2.2	Opredelitev prezentizma.....	7
2.2.1	Zgodovina prezentizma.....	7
2.2.2	Vrste prezentizma.....	11
2.2.3	Vzroki prezentizma.....	12
2.3	Povezanost absentizma in prezentizma – problem z dvema obrazoma.....	12
3	Internet in socialna omrežja.....	13
3.1	Internet.....	13
3.1.1	Zgodovina interneta.....	13
3.1.2	Informacijska tehnologija.....	14
3.1.3	Komunikacijska tehnologija.....	15
3.2	Socialna omrežja.....	16
3.3	Trendi uporabe interneta in pametnih telefonov.....	20
3.4	Uporaba interneta (spleta) v poslovanju podjetij.....	21
3.4.1	Dostopnost interneta in pogostost njegove uporabe v podjetjih.....	24
3.4.2	Komunikacijska zasebnost na delovnem mestu.....	25
3.4.3	Vloga informacijskega pooblaščenca.....	28
4	UPORABA SPLETNIH SOCIALNIH OMREŽIJ NA DELOVNEM MESTU... 30	
4.1	Nemčija.....	31
4.2	Velika Britanija.....	33
4.3	ZDA.....	34
4.4	Mednarodna raziskava.....	41
4.4.1	Uporaba spletnih socialnih medijev med delovnim časom.....	41
4.4.2	Vpliv socialnih medijev na produktivnost.....	43
4.4.3	Delovno mesto, zasebnost in zaposlovanje.....	45
5	Raziskava o pomenu in uporabi socialnih omrežij med delovnim časom.....	47
5.1	Metodologija.....	47
5.1.1	Polstrukturirani intervju.....	47
5.1.2	Metoda analize vsebine.....	48

5.1.3	Predstavitev podjetij in respondentov	48
5.2	Analiza in interpretacija intervjujev	50
5.2.1	Zaposleni	50
5.2.2	Vodje	57
6	Ugotovitve in priporočila	61
6.1	Ugotovitve glede na zastavljena raziskovalna vprašanja	61
6.2	Priporočila	63
7	Sklep	65
	Literatura in viri.....	67
	Priloga	77

SLIKE

Slika 1: Stroški zdravljenja zaposlenih v podjetju Bank One, leto 2000	9
Slika 2: Starostna sestava uporabnikov Facebooka v Sloveniji, februar 2013.....	17
Slika 3: Slovenska podjetja, ki imajo svoj uporabniški profil, v odstotkih, glede na velikost	23
Slika 4: Število uporabnikov socialnih medijev, v Nemčiji, v obdobju 2012–2018 (v milijonih).....	32
Slika 5: Namen uporabe socialnih medijev	37
Slika 6: Katere spletne socialne medije uporabljate?.....	37
Slika 7: Katere od naštetih spletnih storitev redno preverjate?	38
Slika 8: Katere od omenjenih spletnih storitev redno preverjate?	39
Slika 9: Kako pogosto prekinete delo, da preverite svoje poštne predale?	40
Slika 10: Primerjava odobravanja uporabe socialnih omrežij na delovnem mestu, po generacijah	42
Slika 11: Primerjava odobravanja uporabe socialnih omrežij na delovnem mestu, po regijah.....	43
Slika 12: Odstotek strinjanja z uporabo socialnih omrežij, ki negativno vplivajo na produktivnost, po generacijah	44
Slika 13: Strinjanje z uporabo socialnih omrežij, ki negativno vplivajo na produktivnost, po regijah.....	44
Slika 14: Nestrinjanje zaposlenih o pravici delodajalca do vpogleda obiskovanja spletnih strani, po generacijah.....	45
Slika 15: Nestrinjanje zaposlenih o pravici delodajalca do vpogleda obiskovanja spletnih strani, po regijah.....	46

PREGLEDNICE

Preglednica 1: Delavci, ki so v zadnjem letu (12 mesecev) delali med boleznijo, v %.....	10
Preglednica 2: Prednosti in slabosti Skypea	18
Preglednica 3: Obiskanost socialnih medijev v juniju 2008 in 2009, v ZDA	19
Preglednica 4: Uporaba socialnih omrežij, za obdobje januar–julij 2007, v Nemčiji.....	31
Preglednica 5: Uporabniki socialnih omrežij v Angliji, za leto 2009	33
Preglednica 6: Delež uporabnikov interneta v populaciji po starosti, v ZDA, leto 2010.....	35
Preglednica 7: Delež uporabnikov internetnih storitev po starosti, v ZDA, leto 2010, v %..	35
Preglednica 8: Število registriranih uporabnikov Facebooka – po državah, leto 2013.....	36
Preglednica 9: Uporaba Facebooka med delovnim časom, ZDA, leto 2009	38
Preglednica 10: Struktura vzorca intervjuvancev.....	49

KRAJŠAVE

e-pošta	elektronska pošta
IKT	informatično-komunikacijska tehnologija
KZ	Kazenski zakonik
RIS	Raba interneta v Sloveniji
SURS	Statistični urad Republike Slovenije
UMAR	Urad za makroekonomske analize in razvoj
Ur. l. RS	Uradni list Republike Slovenije
ZVOP-1	Zakon o varstvu osebnih podatkov

1 UVOD

Hiter razvoj informacijske tehnologije in interneta v zadnjih dveh desetletjih je dodobra spremenil načine dela v podjetjih, kot tudi način komuniciranja in uporabe računalniških aplikacij. Internet, Facebook in Twitter so postali priljubljeno sredstvo za izmenjavo informacij ter multimedijskih vsebin z drugimi. Po vsem svetu v vsakem trenutku prek Facebooka komunicira več kot 500 milijonov ljudi, kar predstavlja celotno populacijo Evropske unije.

1.1 Opredelitev obravnavanega problema in teoretična izhodišča

Socialna omrežja predstavljajo sodobni način komuniciranja v družbi, ki je popolnoma drugačen od komuniciranja, kot smo ga poznali v preteklosti. Število uporabnikov socialnih omrežij strmo narašča, motiv njihove uporabe pa je odvisen od vsakega posameznika posebej. Z razvojem spletnih družbenih omrežij postaja njihova vloga čedalje pomembnejša, saj je pripomogla k večji dinamičnosti in interaktivnosti spleta.

Spletna družbena omrežja lahko opredelimo kot uporabo različnih orodij za povezovanje s posamezniki in skupinami ter ustvarjanje neke vrste virtualne skupnosti. Družbena omrežja obsegajo vsako spletno stran, kjer lahko uporabniki komunicirajo in pridobivajo nove stike z drugimi uporabniki. S pomočjo računalnika se tvorijo uporabniki virtualne skupnosti, ki zaradi različnih motivov komunicirajo in se z drugimi povezujejo na različne načine (Fink Grubačević 2012).

Boyd in Ellison (2007) opredeljujeta družbena omrežja kot spletna mesta, ki omogočajo posamezniku ustvariti:

- javni oz. poljavni profil znotraj nekega določenega sistema;
- oblikovanje seznama uporabnikov, s katerimi so povezani;
- pregledovanje svojega seznama uporabnikov znotraj sistema.

Suhadolčeva (2007, po Fink Grubačević) opredeljuje družbena omrežja kot spletna mesta, kjer si uporabniki ustvarijo lasten spletni profil, skozi katerega predstavijo svojo spletno identiteto, se povezujejo s prijatelji, sorodniki po vsem svetu, poslovnimi partnerji ter drugimi posamezniki s podobnimi interesi.

Različni avtorji različno opredeljujejo pojem družbenega omrežja, vsi pa imajo skupni imenovalec – omrežje označuje spletne storitve, pri katerih je poudarek predvsem na pridobivanju oziroma širjenju človekovega socialnega kapitala tako v zasebnem kot tudi v poslovnem življenju (Fink Grubačević 2012).

Z razcvetom družbenih omrežij se v podjetjih, pri delodajalcih, vse pogosteje pojavlja dilema glede učinkovitosti in uspešnosti zaposlenih na delovnem mestu. Problem v raziskovanju je

tisti, ki ga ni mogoče rešiti zgolj z analizo strokovne in znanstvene literature, temveč zahteva izvedbo raziskave z namenom pridobivanja novih dognanj ter doprinosa novih uvidov (Zelenika 2000). Zato se problem, ki ga obravnavamo v nalogi, nanaša na razširjenost in uporabo socialnih omrežij med delovnim časom. Slednji predstavlja nevarnost za organizacijo, ne samo zaradi nižje delovne učinkovitosti, ampak tudi zaradi javnosti trajno dostopnih osebnih informacij in podatkov.

1.2 Namen in cilji magistrske naloge

Namen magistrske naloge je ugotoviti, ali uporaba spletnih socialnih omrežij in interneta ter drugih aplikacij vpliva na delovno uspešnost podjetja oziroma organizacije. Zanima nas tudi izobrazbena struktura uporabnikov omenjenih storitev. Raziskati želimo, v katerem sektorju se kaže večja razširjenost uporabe socialnih omrežij med zaposlenimi na delovnem mestu, ter proučiti vpliv na produktivnost zaposlenih v primeru omejenega dostopa do socialnih omrežij.

Cilji magistrske naloge so:

- predstaviti in opredeliti pojme, ki so pomembni za razumevanje naloge: prezentizem, internet in socialna omrežja;
- predstaviti razširjenost uporabe interneta in socialnih omrežij med zaposlenimi v javnih ter zasebnih podjetjih;
- ugotoviti, ali uporaba socialnih omrežij med delovnim časom negativno vpliva na učinkovitost in uspešnost delovanja organizacij;
- predlagati predlog podjetju, kako ravnati v primeru »prekome« uporabe socialnih omrežij med delovnim časom.

1.3 Raziskovalna vprašanja magistrske naloge

Raziskovalna vprašanja, ki jih obravnavamo v magistrski nalogi, so naslednja:

- Ali so zaposleni v javnem sektorju med delovnim časom bolj aktivni na področju socialnih omrežij kot zaposleni v zasebnem sektorju?
- Kako (omejen) dostop do interneta in socialnih omrežij med delovnim časom vpliva na produktivnost zaposlenih?
- Ali zaposleni na višjih položajih – z višjo izobrazbo – preživijo več časa na socialnih omrežjih kot zaposleni z nižjo izobrazbo?
- Na kakšen način lahko vodstva prepoznajo prezentizem in absentizem ter s katerimi ukrepi lahko prispevajo k zmanjšanju (obvladovanju) teh?

1.4 Predvidene metode za doseganje ciljev naloge

Magistrska naloga je razdeljena na dva dela, teoretičnega in raziskovalnega. V prvem delu, kjer opredeljujemo prezentizem, internet in socialna omrežja, je uporabljena deskriptivna metoda preučevanja na podlagi slovenske ter tuje literature s tega področja. V nadaljevanju sta predstavljeni uporaba interneta v poslovanju podjetij in pogostost njegove uporabe. Pregledane so tudi pravice in obveznosti delodajalcev ter naloge in pristojnosti informacijskega pooblaščenca. V tem delu so predstavljene tudi raziskave s področja uporabe družbenih omrežij zaposlenih med službenim časom, v izbranih državah po svetu.

Drugi, raziskovalni del temelji na primarnih virih podatkov. V raziskavi uporabljamo induktivni kvalitativni model raziskovanja, s pomočjo intervjuja. Huesca in Dervin (1996) opredeljujeta intervju kot dinamično, dialogno srečanje, ki je kontekstualno omejeno ter zahteva občutljivo upoštevanje moralno-etičnih zahtev.

Bregarjeva (2005) loči dve vrsti raziskovalnega pristopa, in sicer deduktivni ter induktivni. Deduktivni raziskovalni pristop uporabljamo takrat, ko izhajamo iz obstoječe teorije. Na osnovi teorije pripravimo načrt raziskave. Za induktivni raziskovalni pristop pa je značilno, da stremimo k oblikovanju lastne teorije, na podlagi dovolj velikega števila praktičnih primerov. Pokorny in ostali avtorji (2012) opredeljujejo induktivni pristop kot sklepanje na podlagi poznavanja posebnega pojava k splošnem. Pri deduktivnem pristopu pa sklepamo na podlagi splošnega k posebnem.

Tratnik (2002) opredeljuje ključno značilnost intervjuja, ki je lahko zelo bogat vir podatkov in omogoča poglobljeno preučevanje pojava kot individualen ter neposreden pogovor med dvema osebamama, od katerih ena sprašuje oz. zastavlja vprašanja (spraševalec), druga pa odgovarja na vprašanja (vprašanec oz. intervjuvanec).

V literaturi obstajajo različne tipologije razlikovanja vrst intervjujev, najpomembnejša in najpogostejša pa je klasifikacija intervjuja glede na stopnjo standardizacije. Saunders, Lewis in Thornhill (2007) ločijo tri vrste intervjujev, glede na strukturiranost:

- strukturirani oz. standardni intervju,
- nestrukturirani ali nestandardizirani intervju in
- polstrukturirani intervju.

Pri polstrukturiranem intervjuju raziskovalec vnaprej pripravi nekaj ključnih vprašanj odprtega tipa (Sagadin 1995). Povedano drugače, raziskovalec ima seznam okvirnih vprašanj, ki jih namerava zastaviti udeležencem v raziskavi, vendar lahko število vprašanj variira od intervjuvanca do intervjuvanca. To pomeni, da lahko raziskovalec določena vprašanja tudi izpusti in doda, vrstni red vprašanj pa se lahko spreminja glede na potek pogovora (Lamut in Macur 2012). Pri katerikoli vrsti intervjuja so ključne veščine raziskovalca, kamor uvrščamo učinkovito pripravo vnaprej pripravljenih izhodišč oz. kontrolnega seznama, pozornost na

neverbalno komunikacijo in vključenost večjega števila oseb pri ciljni skupini, ki zahteva od raziskovalca še dodatne spretnosti (Easterby Smith, Thorpe in Lowe 2007):

- spretnost spodbujanja ali motiviranja udeležencev ciljne skupine pred začetkom razprave;
- spretno vodenje neformalne skupinske diskusije večjega števila posameznikov, ki se vzpostavi med intervjujem, s prevzemanjem vloge moderatorja.

Ne glede na tip intervjuja je pomembna izbira ustreznih oseb za pogovor in seznanjenje z osebnostnimi značilnostmi ter znanjem, izkušnjami in posebnostmi, ki jih morebitni vprašanci posredujejo v okviru obravnavane tematike (Lamut in Macur 2012).

V naš vzorec intervjuvancev smo zajeli vodje in zaposlene v dveh izbranih organizacijah. Opravili smo šestnajst intervjujev, od tega osem v javnem in osem v zasebnem sektorju.

1.5 Predvidene omejitve in predpostavke pri obravnavanju problema

Omejitve, ki jih pričakujemo v nalogi, so naslednje:

- uporaba socialnih omrežij in interneta na delovnem mestu za zasebne namene je precej specifično ter ranljivo področje, zato se omejitve kažejo predvsem v raziskavi (intervju), saj zaposleni – kljub temu, da je bila zagotovljena anonimnost udeležencev, zaradi strahu pred delodajalci, ne bodo želeli izdati resničnih podatkov glede tega, koliko časa uporabljajo socialna omrežja med službenim časom;
- raziskava je omejena le na dve podjetji, kar predstavlja relativno majhen vzorec;
- število udeležencev intervjuja je nizko;
- zaupnost podatkov in omejitev zbiranja informacij.

Predvidene predpostavke so:

- zaposleni z višjo izobrazbo (na višjih delovnih mestih) so bolj aktivni pri uporabi socialnih omrežij kot zaposleni z nižjo izobrazbo;
- mlajši zaposleni uporabljajo socialne medije za zasebne namene na delovnem mestu bolj kot starejši zaposleni;
- predpostavljamo tudi, da v primeru omejenega dostopa do interneta in socialnih omrežij produktivnost zaposlenih ni manjša.

2 ABSENTIZEM IN PREZENTIZEM

V nadaljevanju sta opredeljena absentizem, ki pomeni odsotnost zaposlenih od dela, in prezentizem, ki pomeni fizično navzočnost zaposlenih na delovnem mestu, vendar je oseba z mislimi drugje.

2.1 Opredelitev absentizma

Beseda 'absentizem' izhaja iz latinske besede *absens* in pomeni odsotnost ali izostanek zaposlenega iz dela. Gre za zapleten pojav, ki predstavlja strošek za podjetja, saj pomeni celotno neprisotnost zaposlenih na delovnem mestu, kamor spadajo izostanki, zamujeni prihodi na delovno mesto, izhodi in odsotnost z dela na delu (Florjančič, Ferjan in Bernik 1999).

Friedl (1990, po Logar 2011) opredeljuje absentizem kot odsotnost delavcev, ki so prisotni na delovnem mestu, vendar je njihova učinkovitost glede na njihove delovne naloge minimalna.

Bernik, Florjančič in Rajkovič (2003) opredeljujejo širšo definicijo absentizma, kot odsotnost z dela, ki se nanaša na opravičene izostanke z dela, kamor spadajo redni letni dopust, študijski in izredni dopust, ter na neopravičene izostanke iz dela, kamor uvrščamo neopravičene izhode med delovnim časom in zamujanje na delo.

Raziskave kažejo, da gre pri absentizmu predvsem za posledico delovnih, ekonomskih, socialnih in drugih vplivov, ki so jim izpostavljeni zaposleni v organizacijah (Pregarac in Šraml 2007).

Ne glede na to, da obstajajo različne opredelitve absentizma, lahko ta pojav vpliva na zmanjšanje sposobnosti organizacije, da bi dosegla zastavljene cilje (Merkač Skok 2005).

2.1.1 Zgodovina absentizma

Šesko (1984) poudarja, da je absentizem postal velik problem za podjetja šele po uvedbi stroja v proizvodnjo. Velika večina evropskih držav do 80. let absentizmu ni namenjala prav velike pozornosti, k reševanju tega problema pa so prispevale šele razmere, kot jih opisujeta Gründemann in Van Vuuren (1997):

- pojav globalizacije – preseljevanje proizvodnje iz Evrope v države s cenejšo delovno silo, kar ima za posledico povečano brezposelnost;
- zaostritev konkurence znotraj in izven Evropske unije;
- naraščajoči stroški socialne varnosti (stroški socialne varnosti imajo namreč velik vpliv na stroške dela in na končno ceno proizvodov, če so ti v določeni državi previsoki, posledično zmanjšujejo njeno konkurenčnost na mednarodnem trgu).

V poslovni literaturi ne najdemo veliko napisanega o sami zgodovini absentizma, ravno zaradi tega, ker so imela podjetja v prejšnjem stoletju jasno pravilo: »kdor ne dela, ne dobi plačila«. Šele kasneje so sindikati prisilili podjetja v sprejetje sporazumov, da se zaposlenim omogoči pravico do plačila, v primeru koriščenja bolniškega staleža (Ukessays b.l.).

Na bolniški stalež vplivajo različni družbeni, psihološki in ekonomski dejavniki. Eden izmed ciljev držav in organizacij je njegovo znižanje, saj je bolniški stalež breme tako za posameznika in njegovo družino, kot tudi za podjetja, ne nazadnje pa tudi za celotno družbo (Vučković 2010).

Sama beseda absentizem je največkrat povezana z odsotnostjo z dela v primeru bolezni, ki narašča sorazmerno z neurejenimi delovnimi razmerami in nezadovoljstvom delavcev. V Sloveniji predstavljajo nadomestila za čas zdravstveno upravičene odsotnosti z dela veliko finančno breme, saj raziskave kažejo, da je zdravstveni absentizem slovensko družbo v letu 2014 stal približno 750-800 milijonov evrov neposredno, posredno pa približno dvakrat več (Sportivita b. l.). Za to, da bi rešili problem bolniškega staleža, je treba najprej vplivati na tiste udeležence, za katere menimo, da bi lahko preventivno delovali v smislu zmanjševanja bolniškega staleža, znano pa je, da urejeno delovno okolje predstavlja najboljšo stimulacijo za delavce, ki se vračajo na delo (Stansfeld 1996).

2.1.2 Vrste absentizma

Različni avtorji opredeljujejo več vrst absentizma. Florjančič, Ferjan in Bernik (1999) opredeljujejo absentizem glede na trajanje in glede na frekvenco. Obseg absentizma nam pokaže trajanje absentizma, ne pokaže pa nam njegove frekvence.

Merkač-Skokova (2005) pa loči naslednje vrste absentizma:

- glede na obliko (bolniški, študijski in službeni izostanek),
- glede na frekvenco (po posameznih aktivnostih),
- glede na trajanje (minute, ure, dnevi) in
- glede na distribuiranost izostankov (ob sezonskih delih na kmetijah, ob koncih tedna, po kategorijah zaposlenih, itd).

2.1.3 Vzroki absentizma

Vzroki za nastanek absentizma se kažejo predvsem v reakciji zaposlenega in povzročajo nezadovoljstvo pri delu. Prav to nezadovoljstvo se najprej odraža v obliki absentizma in kasneje tudi v fluktuaciji iz podjetja (Jerovšek 1980). Merkač-Skokova (2005) loči dve vrsti vzrokov, ki so lahko:

- pretežno objektivni (tisti, na katere težje vplivamo) ali

- pretežno subjektivni (psihični ali socialni).

Jerovšek (1980) poudarja, da je potrebno veliko pozornosti namenjati dejavnikom, ki se kažejo predvsem v težjih delovnih razmerah, zunanjih objektivnih okoliščinah in podobnim, v stopnji odsotnosti z dela med podjetji. Vzroke gre iskati v organizacijah samih oz. v njihovih strukturnih značilnostih.

Dejavniki, ki lahko vplivajo na absentizem v podjetju, so naslednji:

- delovna disciplina,
- oblika vodenja,
- odnos med poslovodnimi in drugimi delavci ter
- odnos med organizacijskimi skupinami in podobno.

Na absentizem pomembno vplivajo tudi medsebojni odnosi zaposlenih znotraj organizacije. Velik poudarek se namenja predvsem pretoku informacij, in sicer po tistih poteh, kjer potekajo komunikacije in njihova intenzivnost (Florjančič, Ferjan in Bernik 1999, 154).

2.2 Opredelitev prezentizma

Prezentizem je v slovenskem in svetovnem merilu razmeroma nov pojav, zato je slabo raziskan, problem pa predstavlja tudi pomanjkanje neodvisnih raziskav. Večino raziskav, narejenih na temo prezentizma, je financirala farmacevtska industrija, ki je skušala izdelati zdravila, da bi pomagala zaposlenim, ki prihajajo bolni na delo, izboljšati njihovo učinkovitost oziroma počutje (Brečko 2012). Prezentizem bi v širšem pomenu lahko opredelili kot pojem, ki opisuje fizično navzočnost zaposlenih na delovnem mestu in vedenje, ki nakazuje, da so zaposleni pri delu z mislimi drugje. Z drugimi besedami bi lahko dejali, da je prezentizem občutek, da moraš kot zaposleni priti na delovno mesto, čeprav si bolan, pod hudim stresom ali kako drugače nesposoben, da bi delo opravljal učinkovito (Brečko 2012).

2.2.1 Zgodovina prezentizma

Izraz prezentizem izhaja iz skovanke dveh angleških izrazov *present* (prisoten) in *absenteeism* (izostajanje z dela) ter opisuje pojav, ko je posameznik sicer prisoten na delovnem mestu, vendar pri delu ni miselno zbran in dela ne opravlja učinkovito zaradi različnih razlogov, kot so bolezen, stres, duševne stiske, finančne in pravne težave ter ne nazadnje skrb za zdravje bližnjih (IRI 2011). Prezentizem je torej relativno nov in mlad koncept ter predstavlja nasprotje absentizmu, odsotnosti od dela.

Prezentizem bi torej lahko opredelili kot prisotnost na delovnem mestu ob hkratni odsotnosti z dela; zaposleni so na delovnem mestu sicer prisotni, vendar njihovo delo zaradi zdravstvenih težav, bodisi boleznih ali stresa, ni učinkovito. Vsako obolenje, s katerim pride posameznik na

delo, zmanjšuje njegovo delovno zmogljivost, posledično pa tudi produktivnost in uspešnost (Levin Epstein 2005).

Hemp (2004) opredeljuje prezentizem kot pojem, ki se ne nanaša na potvarjanje bolezni z namenom, da bi se izognili delu ali na neproduktivno zapravljanje časa na delovnem mestu, temveč ga opredeljuje kot izgubo produktivnosti na delovnem mestu zaradi zdravstvenih dejavnikov. V nadaljevanju so navedeni najpogostejši razlogi in posledice prezentizma.

Najpogostejši razlogi, ki vodijo zaposlene v prezentizem, so (IRI 2011):

1. občutek, da si ne morejo dovoliti izostanka;
2. zaposleni nimajo zagotovljenega nadomestila, ki bi v primeru njihove odsotnosti prevzel naloge, za katere so odgovorni;
3. ko se vrnejo na delo, jih čaka še večja količina dela;
4. obveznost, da se morajo osebno udeležiti pomembnih dogodkov ali sestankov;
5. zaskrbljenost za varnosti zaposlitve.

Posledice prezentizma se kažejo lahko v (Univerzitetni rehabilitacijski inštitut RS – Soča 2011):

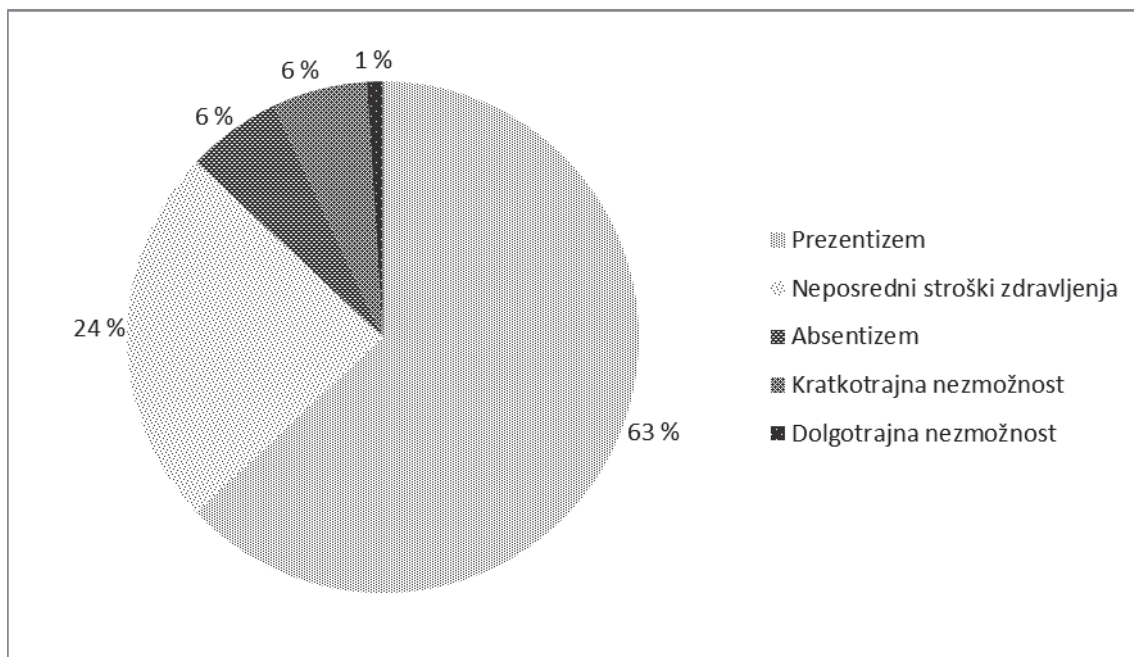
- zmanjšanju produktivnosti v podjetju,
- poslabšanju zdravstvenega stanja prizadetega delavca in
- sodelavcev v primeru nalezljivih bolezni.

Prezentizem lahko vključuje (Kulesa 2008):

- podaljšan čas za izvedbo dela;
- znižano kakovost dela;
- znižane eksekutivne sposobnosti (iniciativnost, organizacija, načrtovanje lastnega dela ...);
- znižane kapacitete za vrhunske dosežke;
- znižano količino dela;
- znižano socialno vključenost in medsebojno delovanje;
- znižano motivacijo.

Stroški prezentizma so delodajalcem pogosto nevidni, kljub vsemu pa presegajo stroške absentizma, kakor to kažejo tudi izidi angleške raziskave, iz katere je razvidno, da so stroški kot posledica prezentizma 1,8-krat večji kot stroški absentizma (Cooper in Dewe 2008).

Hemp (2004) pa navaja stroške zdravljenja zaposlenih v izbrani ameriški banki. Slika 1 prikazuje analizo stroškov zdravljenja zaposlenih v podjetju Bank One, ti so za leto 2000.



Slika 1: Stroški zdravljenja zaposlenih v podjetju Bank One, leto 2000

Vir: Hemp 2004.

Neposredni zdravstveni stroški zahtevajo intenzivno zdravljenje in daljšo bolniško odsotnost zaposlenega, medtem ko so stroški, ki jih povzročajo prezentizem, ponavadi prikriti in posredni. Pri prezentizmu gre za to, da zaposleni pride na delovno mesto z boleznijo, zaradi česar so neposredni zdravstveni stroški manjši, po drugi strani pa se kažejo velike izgube na področju produktivnosti. Tako so stroški prezentizma posredni in delodajalcem pogosto nevidni. Vse pogostejši stresni življenjski dogodki so neposredno povezani z zdravstvenimi težavami, predvsem z absentizmom in prezentizmom. Prezentizem v večji meri korelira s psihičnimi težavami zaposlenih, medtem ko je pri posameznikih s somatskimi težavami v večji meri izražen absentizem (Božič 2011).

Prezentizem oblikujejo tudi drugi pojavi, ki niso v neposredni povezavi z zdravstvenim stanjem zaposlenega, njihova posledica pa je, da zaposleni med službenim časom ni osredotočen na delo, ampak se ukvarja z reševanjem osebnih težav (Brečko 2012).

V nadaljevanju so naštetni možni ukrepi za zniževanje prezentizma v organizacijah, ki so vsekakor strošek za podjetja, vendar pa predstavljajo strošek za podjetja tudi zaposleni, ki prihajajo bolni na delo (Božič 2011):

- najpomembnejši korak za obvladovanje prezentizma je *osveščanje delodajalcev* o problemu, vplivih, stroških in razlogih za ukrepanje v smeri zniževanja prezentizma;
- naslednja stopnja je *analiza zdravstvenih stanj*, ki so relevantna v okviru posameznega podjetja in njegovih zaposlenih;
- analiza potencialno pomembnih zdravstvenih stanj pomeni osnovo za načrtovanje ukrepov;

- zelo pomembni so tudi *preventivni ukrepi in edukacija delavcev* o preprečevanju poškodb na varnem delu, pomenu pravočasnega ukrepanja v primeru bolezni, ustreznem režimu zdravljenja in zdravem načinu življenja;
- naslednji ukrep so različni *edukacijski programi, namenjeni boljšemu obvladovanju specifičnih bolezni* (kroničnih bolezni);
- programi zagotavljanja *individualne pomoči delavcem z resnejšimi zdravstvenimi težavami* pri vračanju na delo po bolezni;
- *programi za zdravje in wellness programi* – omenjeni programi ustvarjajo novo paradigmo, v kateri posameznik prevzame odgovornost za svoje zdravje, podjetja pa prevzamejo aktivno vlogo v tem, da jih pri tem podpirajo;
- *pravila upravljanja s človeškimi viri* in vzpostavitev organizacijske kulture, ki delavce odvrača od občutka, da morajo priti na delo, čeprav so bolni;
- *seznanjenje delavcev s problemom prezentizma* in oblikovanje jasnih smernic, ki delavcem pomagajo razumeti, kdaj naj ostanejo doma in kje je meja zdravstvenega stanja, do katere še lahko pridejo v službo;
- *navzkrižno izobraževanje zaposlenih* – pomeni dobro naložbo podjetja, ki omogoča, da se v primeru bolniške odsotnosti proces dela ne ustavi, istočasno pa delavcem omogoča, da brez občutka krivde ali skrbi za potek njihovega dela ostanejo doma in hitreje okrevajo;
- zelo pomembno pa je *merjenje prezentizma* pred uvedbo ukrepov in med izvajanjem programa v smislu evaluacije njihovih učinkov.

Tudi za Slovenijo je bila leta 2012 izvedena raziskava, kjer so ugotavljali prezentizem slovenskih delavcev v primerjavi z delavci 27 držav Evropske unije. Ugotovitve kažejo, da so delavci v Sloveniji, ne glede na zdravstveno stanje, hodili veliko pogosteje na delo v povprečju kakor ostali delavci (Kanjuo Mrčela in Ignjatović 2012).

Kar 63,1 % žensk in 55,9 % moških v Sloveniji je leta 2012 poročalo o prisotnosti na delovnem mestu kljub bolezni, kar pokaže, da je zaposlitvena negotovost v Sloveniji bistveno večja kot v ostalih članicah Evropske unije. Rezultati so predstavljeni v preglednici 1.

Preglednica 1: Delavci, ki so v zadnjem letu (12 mesecev) delali med boleznijo, v %

	<i>Slovenija</i>	<i>EU-27</i>
Ženske	63,1	41,0
Moški	55,9	37,8
Skupaj:	59,2	39,3

Vir: Kanjua Mrčela in Ignjatović 2012.

Povzamemo lahko, da prezentizem predstavlja bolj »skriti« strošek za podjetja, saj je zaposleni prisoten na delovnem mestu, vendar pa delo ni izvedeno tako, kot bi moralo biti – torej popolnoma učinkovito (Levin Epstein 2005). Prezentizem je tako kot absentizem v večji meri povezan z zdravstvenimi dejavniki. Zanimiv je odnos med prezentizmom in

absentizmom na področju zdravstva, saj številne organizacije sklepajo, da nizek delež bolniških odsotnosti pomeni dobro zdravstveno stanje zaposlenih, vendar je lahko ta informacija zavajajoča in napačna, saj je kljub nizki stopnji absentizma v podjetjih lahko prezentizem bistveno bolj prisoten. Omeniti še velja, da so stroški prezentizma delodajalcem pogosto neopazni, vendar različne študije po svetu ugotavljajo, da stroški prezentizma v veliki meri presegajo stroške absentizma (Univerzitetni rehabilitacijski inštitut RS – Soča 2011).

2.2.2 Vrste prezentizma

Poznanih je več vrst prezentizma, v nadaljevanju so opisane najpogostejše tri. Največ pozornosti strokovnjaki namenjajo *zdravstvenemu prezentizmu*, kjer je zaposleni kljub boleznim prisoten na delovnem mestu (gripa, viroza, prehlad, depresija ...). Takšen zaposleni pride ali ostane na delu, vendar zaradi zdravstvenih težav ni tako produktiven kot navadno (Widera, Chang in Chen 2010; Hemp 2004; Škerjanc 2011; Zengerle 2004; Hansen in Andersen 2008; Middaugh 2007).

Sledi *prezentizem kriznih situacij*, ki je povezan s kriznimi dogodki v življenju zaposlenega. Gre za posledico različnih dejavnikov, ki niso neposredno povezani z zdravjem zaposlenega, kjer gre predvsem za osebne težave (finančne skrbi, ločitev, skrb za otroke ...), s katerimi se srečuje posameznik, in mu ne omogoča učinkovitega dela. Posledica tega prezentizma je tudi zmanjšanje učinkovitosti pri delu (Brečko 2012; Middaugh 2007).

Tretja vrsta je *prezentizem čezmernega dela*, ko zaposleni delajo nadure, čeprav bi lahko delo opravili med delavnikom, nekateri pa pridejo na delo celo med dopustom (Brečko 2012; Pickett 2010; Simpson 1998). S tem prezentizmom zaposleni izkazujejo pripadnost organizaciji in se na takšen način spopadajo z negotovostjo in nezaupanjem zaposlitve (Lowe 2004, po Coopmans 2007, 14). Kljub prisotnosti na delovnem mestu pa ne delajo z maksimalno zmogljivostjo, saj imajo občutek, da jih podjetje potrebuje, ali pa, da niso opravili vsega dela. Nekateri zaposleni pa delajo nadure tudi zaradi ambicioznosti, ker so mnenja, da jih bodo nadrejeni prej opazili in da bodo lažje ter hitreje napredovali (Brečko 2012).

Omeniti velja še *izklapljanje na delovnem mestu* (ang. goofing off), ki pomeni fizično navzočnost zaposlenega, vendar je ta z mislimi in dejanji drugje, saj zaposleni med delovnim časom opravlja zasebna opravila na internetu, kot so pisanje elektronskih sporočil, plačevanje računov, branje forumov, nakupovanje prek spleta itd. Čeprav gre tudi pri tej obliki za fizično navzočnost ob hkratni odsotnosti, pa zaposlenega ne priganja težnja po delu, ampak prej težnja po nedelu, česar za pojavne oblike prezentizma ne moremo reči, zato tega pojava ne uvrščamo med oblike prezentizma, ampak ga imenujemo izklapljanje na delovnem mestu (Brečko 2012).

2.2.3 Vzroki prezentizma

Brečko (2012) loči tri glavne vzroke in najpogostejše dejavnike tveganja za pojav prezentizma v organizaciji, in sicer:

- *organizacijski dejavniki tveganja*, kamor zagotovo spadajo bolniški dopust, negotovost delovnih mest, ureditev delovnega časa, organizacijska kultura, značilnosti in vrsta dela, pričakovanja delodajalcev ter slog vodenja in intenzivnost ter timsko delo;
- *družbeni dejavniki tveganja*, kamor spadata ekonomska kriza in odzivanje na družbeni sistem;
- *osebni dejavniki tveganja*, kamor sodijo zanikanje bolezni, notranji lokus kontrole zdravja, deloholizem, storilnostna samopodoba, psihološke karakteristike in odnos do družine.

Zaključimo lahko, da prezentizem na eni strani zmanjšuje produktivnost in uspešnost zaposlenih, na drugi strani pa poslabšuje ter ogroža njihovo zdravstveno stanje (Brečko 2012).

2.3 Povezanost absentizma in prezentizma – problem z dvema obrazoma

Absentizem in prezentizem sta medsebojno povezana pojava, ki se ne izključujeta, saj si organizacije prizadevajo ta problem v čim večji meri odpraviti. Tako absentizem kot prezentizem organizacijam povzročata povečane stroške, saj vplivata na zmanjšano učinkovitosti delavca na oziroma pri delu. Absentizem sicer predstavlja vidnejši problem organizacij, saj se lahko veliko lažje izmeri, npr. v obliki izgubljenih delovnih ur ali dni posameznega delavca na delovnem mestu, medtem ko je prezentizem precej težje zaznati, izmeriti in odpravljati, saj je zanj značilna prikrita narava delovanja. Posledice prezentizma namreč tako delavec kot delodajalec težko izmerita, saj težko ocenita učinkovitost delavca (Mlakar 2013).

3 INTERNET IN SOCIALNA OMREŽJA

S pomočjo interneta so se razvila tudi socialna omrežja, ki za marsikoga predstavljajo vsakodnevno obvezno rutino. V nadaljevanju so predstavljeni internet, njegova zgodovina in nekatera najbolj priljubljena socialna omrežja.

3.1 Internet

Internet (ang. *international network*) predstavlja svetovno omrežje računalniških omrežij. Imenujemo ga tudi omrežje omrežij, saj ga sestavlja več deset tisoč računalniških omrežij, ki povezujejo več milijonov računalnikov s celotnega sveta. Lahko bi dejali, da je internet tudi informacijska avtocesta, saj omogoča hiter dostop do nepredstavljivo velike količine informacij v zelo kratkem času (Center vseživljenjskega učenja obalno-kraške regije b. l.).

Internet bi lahko opredelili kot globalno računalniško omrežje, ki zagotavlja različne informacijske in komunikacijske zmogljivosti ter je sestavljen iz medsebojno povezanih omrežij (Oxford dictionaries b. l.). Internet je komunikacijski motor na delovnem mestu, ki omogoča nadzornikom, vodjem ekip in sodelavcem hiter ter učinkovit način za prenos informacij v kateremkoli trenutku dneva. Predstavlja nepogrešljivo orodje, s katerim zaposleni v podjetjih pridobivajo informacije hitreje ter enostavneje, hitrejši je tudi prenos, in kar je najpomembnejše, gre predvsem za informacije, ki za podjetje pomenijo nizke stroške, poleg tega pa lahko z internetom tudi hitreje osveščajo javnost o spremembah ter novostih, ki nastanejo v njem.

Paul Hoffman (1996) opisuje internet kot divjo spreminjajočo se komunikacijsko anarhijo, ki raste neverjetno hitro. Internet različnim ljudem predstavlja različno stvar. Nadalje internet opredeljuje kot knjižnico z ogromnim katalogom, interaktivnimi knjigami in sobanami, kjer je pogovarjanje ne le dovoljeno, ampak ga celo spodbujajo. Za nekatere internet predstavlja računalniško omrežje, za druge pa milijon ljudi, ki jih ta čudna beseda povezuje.

3.1.1 Zgodovina interneta

Zgodovina interneta (ang. *interment*) sega v obdobje sedemdesetih let prejšnjega stoletja. Ko so leta 1969 izumili internet, so bila računalniška omrežja precej bolj občutljiva, saj je lahko vsaka najmanjša težava na enem od računalnikov v omrežju povzročila sesutje celotnega sistema (Hoffman 1995).

Ameriško obrambno ministrstvo je takrat spoznalo, da so računalniška omrežja zelo pomembna, vendar pa se je bilo na njih skoraj nemogoče zanesti. Zato so začeli raziskovati, kako bi jih naredili odpornejša in spodobna preživeti tudi v primeru vojne. V okviru projekta so razvili zamisel o delovanju računalniškega omrežja, ki je še danes v uporabi pri skoraj vseh

sistemih. Omrežje, ki so ga razvili, se je najprej imenovalo ARPAnet (ang. Advance Research Projects Agency NETwork) (Hoffman 1996).

Za razvoj ARPANET-a so značilne tri faze (Primožič 2009, po Slevin 2000):

- ideja komuniciranja z računalniki na daljavo;
- ideja, da naj bi bil računalnik več kot le naprava za reševanje matematičnih problemov;
- najpomembnejše dejstvo za vzpostavitev ARPANET-a pa predstavlja odkritje paketnega prenašanja komunikacijskih tehnologij (npr. Državni laboratorij za fiziko v Veliki Britaniji, Korporacija RAND iz ZDA in Tehnološki inštitut v Massachusettsu).

Ena od največjih težav pri nastajanju omrežja je bila njegova zanesljivost. Računalniki različnih proizvajalcev niso mogli delovati na istem omrežju, saj so posamezni proizvajalci poskrbeli samo za svoj sistem. Ker so želeli poskrbeti za delovanje tudi v vojnem času, je ameriško obrambno ministrstvo želelo izdelati takšen sistem, da bi lahko njegove sestavne dele hitro nadomestili. Čeprav je bil ARPAnet zgrajen z vojaškimi sredstvi, so ga večinoma razvili na univerzah. Nekaj delov je bilo sicer strogo zaupnih, večina ARPAneta pa je bila dokaj odprta. Tako so naredili omrežje stabilnejše, odpornejše, dostopnejše in predvsem uporabnejše (Hoffman 1996).

Veliko pogovorov na ARPAnetu o tem, kako izboljšati tehnologijo, je privedlo do razprave o drugih temah, na primer o iskanju najboljšega načina za prenašanje informacij po novem omrežju. Elektronska pošta (e-pošta) je bila med prvimi standardiziranimi stvarmi, sledil ji je prenos datotek in novic. Nobena od omenjenih zmožnosti sistema ni bila razvita komercialno ali zasebno – vse so naredili ljudje, navdušeni nad zamisljivo, da ustvarjajo splošen standard, ki bo koristil vsem (Hoffman 1996).

Kljub velikim spremembam, ki se kažejo predvsem v komercializaciji interneta, je veliko stvari popolnoma enakih kot pred desetimi leti. ARPAnet je postavil tehnične temelje, ki so dovolj trdni in se prav počasi starajo. Socialni temelj več tisoč univerzitetnih delavcev in drugih uporabnikov ARPAneta oz. interneta se v zadnjih letih ni bistveno spremenil (Hoffman 1996).

3.1.2 Informacijska tehnologija

Informacijsko tehnologijo lahko opredelimo kot skupek postopkov in naprav, ki v danem trenutku hitro in učinkovito oskrbijo uporabnika s potrebnimi podatki. Informacijska tehnologija vključuje vse tehnologije, ki jih uporabljamo za zbiranje, obdelovanje, shranjevanje in zaščito podatkov, kamor uvrščamo računalniško strojno opremo (hardware), software (računalniške programe) ter računalniško omrežje (Čelebić in Rendulić 2012).

Informacijsko tehnologijo delimo na strojno in programsko opremo, ki jo uporablja informacijski sistem. Strojna oprema vključuje vse naprave in druge fizične predmete

(računalnike in fizično omrežje, naprave in medije za shranjevanje podatkov – trdi in optični disk, zajemanje podatkov – optični čitalnik, tipkovnica, kamera in prikazovanje podatkov, kamor spadajo različni terminali in tiskalniki). Programska oprema pa vključuje računalniške programe, ki prevedejo uporabnikove vhodne podatke in izdelajo seznam ukazov za izvajanje na strojni opremi. Sem spadajo operacijski sistemi, urejevalniki besedil, preglednice in aplikacijska programska oprema, ki izvaja posebna opravila v poslovnem procesu (Maver 2002).

3.1.3 Komunikacijska tehnologija

Če želimo opredeliti pojem informacijska tehnologija, nas vse baze iskanja neposredno povežejo z izrazom informacijsko-komunikacijska tehnologija, zato je v nadaljevanju opisan pojem le te. Z izrazom informacijsko-komunikacijska (IKT) tehnologija mislimo na prenos in uporabo vseh vrst informacij. Danes si je zelo težko predstavljati življenje brez IKT, ne glede na to, ali gre za poslovno ali zasebno uporabo. Informacijsko-komunikacijske tehnologije so postale univerzalno orodje, ki se uporablja v različnih poklicih, za različne namene. Omogočile so geografsko in časovno neodvisnost storitev, ki vplivajo na preoblikovanje ter posodabljanje poslovnih procesov, spreminjajo pa tudi organizacijo delovnega procesa. Poleg omenjenega IKT omogoča široko komunikacijo in sodelovanje med različnimi udeleženci v podjetjih. V zadnjem času se je zaradi fleksibilnosti uporabe in možnosti, ki jih ponuja, povečala uporaba IKT na različnih področjih. To vpliva tako na rast in učinkovitost gospodarstev, kot tudi na način komuniciranja ter izobraževanja, nenazadnje pa tudi na družbeno vključenost oz. izključenost posameznikov v novo nastajajočo družbo (Bučar idr. 2005).

Razvoj IKT je zelo dinamičen, uporaba teh tehnologij prodira v vse sfere gospodarstva in družbe ter predstavlja izjemno priložnost za rast produktivnosti in povečanje kakovosti življenja posameznikov. Z uporabo IKT se spreminjajo temeljni dejavniki gospodarskega razvoja in pospešeno uvajajo novi, ki odločilno vplivajo na uspešnost podjetij. Z uporabo IKT prihaja do korenitih sprememb, s stalnim in vse hitrejšim ustvarjanjem novih proizvodov ter storitev in novih načinov poslovanja. Uporaba IKT pa prinaša tveganja in izzive, saj ima velik vpliv na konkurenčnost podjetij ter držav (Stare in Bučar 2005).

IKT predstavlja obetaven vir rasti in konkurenčnosti. Investicije v IKT naj bi podjetjem povečevale produktivnosti (tako produktivnost dela kot tudi skupno faktorsko produktivnost zaradi tehnološkega napredka), nižale transakcijske stroške, pospeševale inovacije, poganjale strukturne spremembe, povečevale usmerjenost h kupcu, predvsem pa izboljšale komunikacijo znotraj podjetja. Intenzivna uporaba IKT bistveno povečuje organizacijsko in proizvodno prilagodljivost podjetij, to pa je z managerskega zornega kota ena najbolj zaželenih lastnosti podjetij v globalnem ter konkurenčnem ekonomskem okolju. Vse to

pospešuje konkurenčnost in trajnostno rast podjetij, posledično pa tudi gospodarstva (Bučar idr. 2005).

Izpostaviti velja tudi elektronsko komuniciranje, ki postaja zelo pomemben del našega življenja. Prednosti, ki jih prinašajo različni načini elektronskega komuniciranja, se odražajo predvsem v cenejših in hitrejših komunikacijah. Najpomembnejši vidik uporabe elektronskega komuniciranja bi lahko bil v dvosmernosti pretoka informacij, pa tudi v možnosti verodostojnega obdelovanja in hranjenja sporočil. Lastnostim, kot sta interaktivnost uporabnikov in dvosmernost komunikacij znotraj družbenih omrežij, lahko dodamo še različne možnosti komuniciranja oz. prenašanja informacij s pomočjo e-pošte, spletnih klepetalnic, IP-telefonije, vstavljanja oz. dodajanja komentarjev ter video konferenc. Zanimariti pa ne gre niti nenehnega nastajanja novih vsebin (Boyd in Ellison 2007).

Elektronsko komuniciranje pomeni torej oddajanje sporočil, podatkov in drugih informacij prek komunikacijskih linij. V največji meri se kaže v obliki komuniciranja z elektronsko pošto (e-pošta), kjer si ljudje izmenjujejo informacije in dokumente dobesedno – le s pritiskom na gumb. Je način izmenjave informacij prek računalniških omrežij in učinkovito dopolnjuje ter marsikje presega dosedanje načine komuniciranja. Komunikacija med uporabniki omrežij je pri poslovanju zelo pomembna, ravno toliko kot dostop do nepregledne množice informacij (Možina idr. 2004).

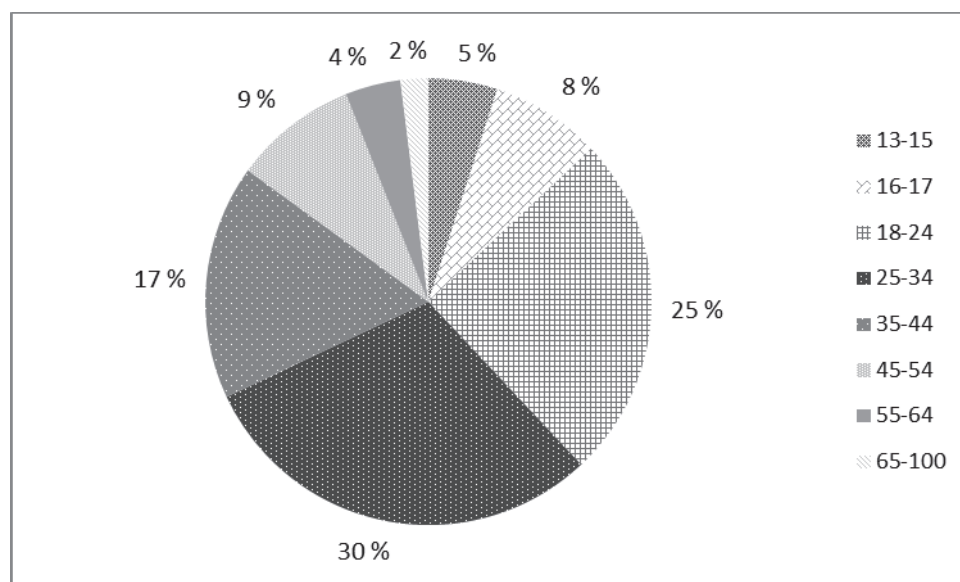
3.2 Socialna omrežja

Spletna socialna omrežja (angl. social network sites) predstavljajo sodobni način komuniciranja v družbi, ki je popolnoma drugačen od komuniciranja, kot smo ga poznali v preteklosti. Socialna ali družabna omrežja predstavljajo novo komunikacijsko pot, vir brezplačnih informacij in podatkov, za marsikoga pa predstavljajo vsakodnevno obvezno rutinsko druženje na 'določenem' mestu. V tem delu je treba omeniti, da je pri nas pogosto uporabljen tudi širši izraz družabna omrežja, ki zajema vsa spletna mesta za komuniciranje, kot so socialna omrežja, spletne mreže, socialne spletne skupnosti, družbene spletne strani, blogi ter klepetalnice. Poudariti velja, da v družbenih omrežjih lahko raziskujemo družbene pojave, odnose in družbene povezave, kar pa ne moremo trditi za družabna omrežja. Zato bo v nalogi mogoče zaslediti le pojma socialna ali družbena omrežja. Z uporabo socialnih omrežij uporabniki iščejo in ohranjajo stike, njihovo število se iz minute v minuto neznatno povečuje. Za vstop v socialno omrežje se morajo uporabniki najprej registrirati, kjer morajo posredovati osebne podatke, največkrat gre za ime in priimek ter elektronski naslov. Za prijavo potrebujejo svoje uporabniško ime, ki si ga izberejo pri registraciji, in geslo. V nadaljevanju so opisana nekatera najbolj priljubljena socialna omrežja.

Facebook. To je trenutno najpopularnejše in najbolj obiskano družbeno omrežje, šteje pa približno 1,35 milijarde uporabnikov, ki ga mesečno uporabljajo dobrih 12 milijard ur. Po

vsem svetu dnevno na socialnih oz. družbenih omrežjih preživi kar 1,5 milijarde aktivnih uporabnikov (Israel 2012). V Sloveniji so te številke že precej visoke, saj raziskava, ki so jo opravili v podjetju SocialBakers, v obdobju od 21. avgusta 2012 do 17. februarja 2013, kaže, da je bilo v tem času na Facebooku registriranih skoraj 750 tisoč slovenskih uporabnikov, natančneje 748.200, kar nas uvršča na 91. mesto med 212 opazovanimi državami. Leta 2014 je število registriranih uporabnikov Facebooka v Sloveniji naraslo že na 850 tisoč. Omenjeno število predstavlja 37,3 % slovenske populacije in 52,7 % slovenskih uporabnikov interneta.

Med slovenskimi uporabniki Facebooka prevladuje starostna skupina od 25 do 34 let, in sicer 30 %, druga večja starostna skupina pa so uporabniki, stari od 18 do 24 let. Večje razlike med uporabniki spola Facebooka ni zaznati, saj z 51 % prevladujejo moški, 49 % uporabnic pa je predstavnic ženskega spola (Social Bakers 2013). Na sliki 2 je predstavljena starostna sestava uporabnikov Facebooka v Sloveniji, v obdobju od 21. avgusta 2012 do 17. februarja 2013.



Slika 2: Starostna sestava uporabnikov Facebooka v Sloveniji, februar 2013

Vir: Social Bakers 2013.

Twitter. Je brezplačna internetna storitev, ki jo sestavljajo sistemi mikroblogov. Šteje že več kot 700 milijonov uporabnikov. Twitter je leta 2006 ustanovil Jack Dorsey, skupaj z Evanom Williamsom in Bizon Stonom. Zanj je značilno, da uporabnikom omogoča kratko pošiljanje besedil (do 140 znakov). Objava na Twitterju takoj prikaže uporabnika, sporočilo je nemudoma dostopno drugim uporabnikom, ki imajo naročeno ter vključeno možnost prejemanja. Pri Twitterju je zanimivo, da prejemanje sporočil ne poteka samo prek strani Twitter, temveč tudi prek SMS-sporočil, messengerja ali celo prek e-pošte (Poslovni svet 2014). Posebnost tega socialnega omrežja je sledenje (ang. *following*), saj lahko sledimo objavam tistih skupin in organizacij, ki so v nas vzbudile zanimanje. S tem pridobimo tudi na času. Ta storitev se uporablja tudi za širjenje informacij in oglaševanje. Prednost Twitterja je zagotovo v tem, da vsak lahko sledi vsakemu, pri registraciji pa ni treba posredovati nobenih

osebnih podatkov, razen imena in priimka ter elektronskega naslova, kar posledično vpliva na manjšo zlorabo podatkov. V Sloveniji je Twitter lani uporabljalo približno 25 tisoč uporabnikov.

Po novem pa bo prek Twitterja mogoče kupovati tudi izdelke. Gre za povsem novo idejo, kjer bi uporabniki lahko s klikom na gumb 'kupi' kupili zelene izdelke. Stvar naj bi delovala povsem varno, saj pri Twitterju poudarjajo, da bodo podatki o plačilu in pošiljanju varno shranjeni, ob morebitnem ponovnem nakupu pa podatkov ne bo treba vnovič vnašati (Popper 2014).

Skype. Je internetni ponudnik telefonskih storitev, ki prek spleta omogoča komunikacijo med uporabniki. Nastal je leta 2003, v Estoniji. Skype nam omogoča sinhron pogovor s tipkanjem, glasovno sporočanje in video pogovor, v katerega se lahko vključi do pet oseb – gre za nekakšno brezplačno video konferenco (Varni internet b. l.). Dostopen je v vseh večjih operacijskih sistemih, npr. v Microsoft Windowsu (2000, Vista, XP, 7 ...), Linuxu, Macu OS, pa tudi v mobilnih operacijskih sistemih Android in iPhone. V tabeli so predstavljene prednosti in slabosti Skypa (b. l.).

Preglednica 2: Prednosti in slabosti Skypa

<i>Prednosti</i>	<i>Slabosti</i>
Ponuja brezplačno komunikacijo.	Za uporabo potrebujemo internetni dostop.
Komuniciranje po vsem svetu.	Lahko vpliva na komunikacijo v resničnem življenju.
Poceni (zastonj) naročnina.	Ne ponuja jezikovnega prevoda.
Možnost delitve zaslona.	Pomanjkanje poslovnih orodij.

Vir: Techjaws 2013.

Omeniti velja še priljubljeni kitajski messenger QQ, ki ima več kot 700 milijonov mesečnih uporabnikov, ter Google+, LinkedIn, Instagram, Badoo itd. (Kordis 2013). Razvoju socialnih omrežij očitno ni in ni videti konca. Vključitev in aktivnost v socialnih omrežjih sta vsekakor prostovoljni odločitvi posameznika, dejstvo pa je, da so se omrežja že zelo usidrala v vsakodnevno življenje posameznikov. Socialna omrežja pa niso namenjena le komunikaciji in zabavi med uporabniki, temveč se vse pogosteje uporabljajo tudi za oglaševanje (Franca, 2012). LinkedIn je tipičen primer socialne mreže, ki posameznikom koristi na karierni poti. Uporabniki te mreže objavljajo podatke o svojih znanjih in veščinah, ki jih imajo, o preteklih zaposlitvah ter o strokovnem povezovanju. Gre za informacije, ki so praktično brez stroškov, kadrovskim menedžerjem pa so na voljo v postopku izbora zaposlenega (Franca 2012).

Pri vsem tem velja omeniti še raziskavo, ki so jo opravili v ZDA (Nielsen 2009). Gre za raziskavo obiskanosti socialnih medijev v letih 2008 in 2009 v ZDA. Uporabniki so največ časa namenili uporabi Facebooka. Junija 2009 je Facebook obiskalo 87,3 milijona različnih obiskovalcev, kar predstavlja kar 198 % več kot v juniju 2008. Med vsemi socialnimi omrežji,

ki so jih vključili v raziskavo, se je najhitreje širil Twitter. Junija 2008 je beležil le dober milijon obiskovalcev, v enakem obdobju leta 2009 pa že skoraj 21 milijonov. Omenjeni podatki so predstavljeni v spodnji preglednici.

V preglednici 3 je prikazana obiskanost socialnih medijev, za ZDA.

Preglednica 3: Obiskanost socialnih medijev v juniju 2008 in 2009, v ZDA

<i>Socialni medij</i>	<i>Število različnih obiskovalcev (v 1.000) Junij 2008</i>	<i>Število različnih obiskovalcev (v 1.000) Junij 2009</i>	<i>Sprememba na letni ravni, v %</i>
<i>Facebook</i>	29.292	87.254	198
<i>Myspace.com</i>	59.549	62.831	6
<i>Blogger</i>	40.553	42.922	6
<i>Twitter.com</i>	1.033	20.950	1.928
<i>WordPress.com</i>	17.201	16.922	-2
<i>Classmates Online</i>	15.474	16.224	5
<i>LinkedIn</i>	9.583	11.417	19
<i>Six Apart TypePad</i>	11.189	10.079	-10
<i>Yahoo! Groups</i>	9.801	8.364	15
<i>Tagged.com</i>	2.867	7.625	166

Vir: Nielsen 2009.

Prav hiter razvoj spletnih portalov in storitev, ki uporabnike usmerjajo v vse intenzivnejšo uporabo, vpliva na porabo prostega ter delovnega časa. Na to temo je bilo izvedenih že veliko študij in raziskav, ki kažejo na to, da se ljudje in družba spreminjajo zelo hitro, eden izmed glavnih razlogov za to pa so spletna socialna oz. družbena omrežja, kot so Facebook, Twitter, Netlog, LinkedIn in drugi.

Podatek pove, da je uporaba interneta in družbenih omrežij v delovnem času vse pogostejša, s tem se zmanjšujeta učinkovitost in uspešnost podjetij, posledično pa se povečujejo stroški podjetja. V praksi, predvsem v ZDA in v Evropi, obstaja veliko primerov nadzora nad aktivnostmi delavcev na delovnem mestu, ki so pripeljali celo do sodišč. Najbolj znan evropski primer, ko je uslužbenka dobila tožbo proti delodajalcu, ki je neupravičeno posegal v zasebnost delavke, je primer Copland proti Veliki Britaniji iz leta 2007. Zaposlena je tožbo dobila, saj je delodajalec ni vnaprej opozoril, kdaj in v kakšnih primerih lahko delodajalec nadzira e-pošto (Evropsko sodišče za človekove pravice 2007). To je le eden od primerov, ki so močni kazalniki, kako morajo biti delodajalci še posebej pozorni na to, da pravilno obveščajo svoje zaposlene.

3.3 Trendi uporabe interneta in pametnih telefonov

Verjetno so si le redki predstavljali, da bosta tako internet kot tudi njegova uporaba ustvarila ali spisala neponovljivo zgodbo, ki je spremenila način življenja ljudi. Internet je nepogrešljivo orodje za delovanje posameznikov in organizacij ter predstavlja novodobni način življenja. Brez interneta si ne moremo več predstavljati nakupov, iskanja različnih informacij, dodatnega izobraževanja, plačevanja računov prek spletnih bank, načrtovanja potovanj, poslušanja radijskih programov in glasbe, gledanja televizijskih novic in videa, komuniciranja s prijatelji, igranja računalniških iger, rezervacij ter celo branja knjig.

Bistvo vključevanja v omrežje je v našem aktivnem soustvarjanju dogodkov, saj uporabnik informacije soustvarja (npr. Wikipedia, spletni dnevniki, spletni forumi, klepetalnice, brezplačni sistemi za publiciranje vsebine (npr. Facebook, Myspace, live.com, spaces.msn.com, flickr, YouTube ...). V tem prostoru so dobili možnost tudi časopisi, saj se je njihova dosedanja dvodimenzionalna informacija s statičnim besedilom in statično grafiko, v elektronski obliki t. i. on-line elektronskih časopisov, razširila z možnostmi animacije, videa in avdio posnetkov. Danes že skoraj vse radijske in televizijske postaje ponujajo svoj program, poleg tiskane verzije tudi prek interneta. S pomočjo interneta si lahko uporabnik v živo ogleda športno tekmo, koncert ali pa kakšno konferenco (Ojsteršek b. l.a).

Uporaba interneta pa ima poleg pozitivnih tudi negativne učinke. Ti se kažejo predvsem v zasvojenosti uporabnikov z internetom, saj z njegovo uporabo zanemarjajo sebe in bližnje, opuščajo svoje hobije, več časa preživijo za računalnikom ali na pametnem telefonu in nasploh manj sodelujejo z okolico. Število uporabnikov interneta se iz dneva v dan povečuje. Vse več je dostopnih točk, kjer lahko do interneta dostopamo prek pametnih telefonov, s tablicami, prenosnimi računalniki, skratka wi-fi (ang. *wireless* fidelity) povezavo imamo skoraj na vsakem kraju. Z medijskimi vsebinami smo praktično obkroženi ves čas, dobesedno od trenutka, ko odpremo oči, in jih zvečer zapremo.

Danes je skoraj nemogoče kupiti mobilni telefon, ki ima še vedno fizične tipke na zaslonu. Prvi pametni telefon so razvili pred 20 leti, imenoval se je Simon Personal Communicator. Bil je plod domišljije inženirjev družbe IBM, prodanih pa je bilo približno 50 tisoč telefonov. Najbolj je bil priljubljen med poslovneži, njegova slaba stran pa je bila visoka cena, ki je bila 899 dolarjev (24 ur 2014b). Simon je imel preprost zaslon na dotik, brez fizičnih gumbov. Poleg tega, da se je z njim lahko klicalo, je ponujal tudi osnovne možnosti za organizacijo, možnost pošiljanja elektronske pošte in takrat aktualnih faksov ter poganjanje drugih aplikacij, celo igrice. Seveda pa je bilo nalaganje aplikacij precej bolj zakomplicirano kot v današnjih časih (Isakovič 2013).

Z razvojem pametnih telefonov leta 2007, ko je na trg prišel prvi Iphone (Apple), se do danes ni zgodil (še) noben podoben revolucionarni premik. Vsako leto pametne telefone le nekoliko nadgradijo, kar se kaže v obliki, teži in velikosti. Težnja uporabnikov, ki stremijo k čim

večjemu izkoristku in pametni uporabi mobilnih telefonov, se kaže predvsem v želji po nenehnih izboljšavah. Dober primer za to je podjetje Tesla, kjer bo v prihodnosti mogoče s pametnim telefonom odkleniti celo avtomobil.

Zanimivi so primeri, kje vse po svetu se že uporabljajo pametni telefoni. Pametni telefon Apple iOS 8L razvija aplikacijo Health, ki združuje vse informacije o našem zdravju, te pa se beležijo prek drugih naprav, kot so pametna ura in ostale aplikacije. Hotelska veriga Hilton ima že možnost prijave in odjave neposredno s pametnega telefona. Gostje si lahko sobo odklenejo ali pa zaklenejo kar s svojim pametnim telefonom. Uporaba pametnih telefonov se je očitno razširila tudi v zobozdravstvene panoge, saj so pri podjetju Oral B ustvarili zobno ščetko, ki prikazuje, kako si posameznik temeljito ščetka svoje zobe in kje so kritični predeli, na katere je pozabil (Horvat 2014). Na trgu lahko najdemo vedno večje pametne telefone, ki so v takšnem cenovnem razredu, da si jih lahko privošči že povprečen uporabnik. S priljubljenostjo pametnih telefonov pa je očitno že ogrožena prodaja tablic, saj je Microsoft preklical ponudbo tablice surface mini, ker ni bilo dovolj povpraševanja. Zanimivo pa je, da je razvoj pametnih telefonov prišel do te točke, da so razvili takšen pametni telefon, kjer se bo zaslon popolnoma upognil (Horvat 2014).

Analitska družba IDC (International Data Corporation) načrtuje, da bo do konca leta 2014 prodanih več kot 1,25 milijarde pametnih telefonov, kar predstavlja 24 % več kot lani. Ramon Llamas pravi, »da bo ključen izziv za proizvajalce ohraniti navzočnost v razvitih državah z višjimi maržami, hkrati pa se obdržati tudi na hitro rastočih trgih v manj razvitih državah« (RTV SLO 2014).

Razvoj pametnih telefonov pa bo očitno segal do te mere, da si bo lahko vsak posameznik sam sestavljal telefon, po svojih merah in potrebah. Večina svetovnega prebivalstva bo tako namreč postala povezana s spletom prek telefonov, in ne dražjih računalnikov ter tablic (Horvat 2014).

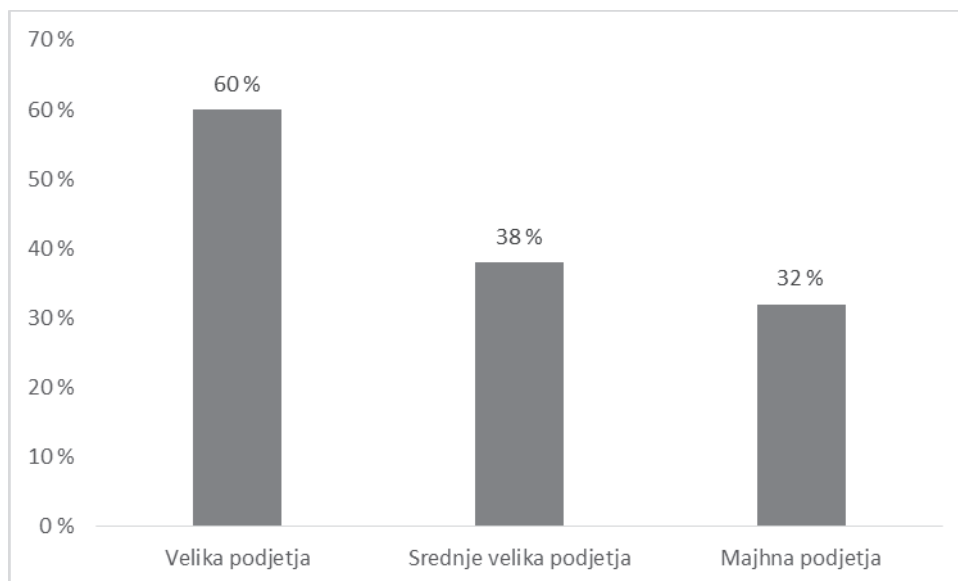
3.4 Uporaba interneta (spleta) v poslovanju podjetij

Če se je še pred nekaj leti zdelo, da internet predstavlja tehnologijo svobode, lahko z vedno večjo gotovostjo trdimo, da vsa ta računalniško informacijsko-komunikacijska tehnologija ogroža pravice in svoboščine zaposlenih tako v javnem kot zasebnem sektorju. Brez računalnikov in interneta si danes praktično ne predstavljamo delovanja podjetij. Trdimo lahko, da brez računalnikov (tabličnih, namiznih in prenosnih) sploh ne moremo več funkcionirati. Vse informacije in podatke, ki jih za določeno delovanje podjetij potrebujemo, shranjujemo in obdelujemo na računalnikih. Vendar pa je tudi računalnik samo »stroj« in je brez interneta praktično skorajda neuporaben.

Internet, katerega eksponentna rast je spremenila svet, potrebujemo za komunikacijo med zaposlenimi, strankami, omogoča pa nam tudi lažje sodelovanje s tujimi podjetji, saj prenos informacij prek interneta poteka zelo hitro. Internet je nepogrešljivo orodje, s katerim zaposleni v podjetjih pridobivajo informacije hitreje in enostavneje, hitreje jih lahko posredujejo naprej, in kar je najpomembnejše, predvsem gre za informacije, ki povzročajo podjetju nizke stroške, poleg tega pa lahko z internetom tudi hitreje osveščajo javnost o spremembah in novostih, ki nastanejo v podjetju.

Dejstvo, da imata internet in uporaba družbenih medijev v podjetjih tudi pozitivne lastnosti, nam kažejo predvsem podatki, ki nam povedo, da je leta 2013 v Sloveniji družbene medije uporabljalo 37 % podjetij, kar 34 % podjetij pa ima na družbenih omrežjih tudi svoj uporabniški profil (Stat 2014). Družbene medije so podjetja uporabljala predvsem za komuniciranje prek interneta, kamor štejemo povezovanje, ustvarjanje in izmenjavo informacij prek interneta s strankami, partnerji ali pa med zaposlenimi v podjetju. Ta podatek se glede na dejavnosti podjetij razlikuje, in sicer v storitvenih dejavnostih družabna omrežja uporablja približno 47 % podjetij, v proizvodnih pa 26 % podjetij (Stat 2014). Slovenska podjetja uporabljajo socialne medije predvsem za tržne namene in prodajo lastnih izdelkov ter storitev.

Največkrat so v uporabi družabna omrežja, in sicer uporabniški profil na družbenih omrežjih, kot so Facebook, LinkedIn, Google+ in ostali, kjer ima svoj profil okrog 2.260 podjetij, kar predstavlja 34 % vseh slovenskih podjetij. Od teh 34 % podjetij, ki imajo oblikovan uporabniški profil, v največjem obsegu izstopajo velika podjetja (60 %), sledijo srednje velika z 38 %, in majhna podjetja z 32 %. Rezultati so grafično prikazani v sliki 3. Uporabniški profil na Twitterju pa ima okrog 530 slovenskih podjetij, kar predstavlja približno 8 % vseh (SURS 2014).



Slika 3: Slovenska podjetja, ki imajo svoj uporabniški profil, v odstotkih, glede na velikost

Vir: SURS 2014.

Raziskava, ki jo je leta 2007 izvedel Reuters, kaže, da je internet najbolj priljubljeno orodje za krajšanje delovnega časa. Zaposleni porabijo kar petino delovnega časa za osebne aktivnosti, največ pa se zamotijo ravno z internetom, kjer najraje prebirajo elektronsko pošto, nakupujejo prek spleta, plačujejo položnice in pa seveda uporabljajo socialna omrežja. Nedavna raziskava, ki so jo opravili v ZDA, kaže, da kar 60 % Američanov med delovnim časom počne stvari, ki sploh niso povezane z delom, ki bi ga morali opravljati, 34 % teh pa je navedlo razlog, da uporabljajo internet, ker se med delovnim časom enostavno dolgočasijo (RIS 2007).

Na Statističnem uradu RS so nam pojasnili, da zbirajo podatke o uporabi interneta z dvema raziskavama, in sicer z uporabo informacijsko-komunikacijske tehnologije (IKT) v gospodinjstvih in pri posameznikih ter uporabo IKT v podjetjih.

Pri prvem raziskovanju zbirajo podatke o uporabi interneta pri posameznikih – npr. uporaba spletnih družbenih omrežij, e-bančništvo, spletno nakupovanje idr. – vendar se večina nanaša na uporabo za zasebne namene. Tako na Statističnem uradu RS kot v drugih državah članicah EU s tem poenotenim raziskovanjem ne zbirajo podatkov o uporabi interneta med delovnim časom.

Pri drugem raziskovanju pa zbirajo in analizirajo podatke o uporabi družbenih medijev (družbenih omrežij, blogov, spletnih strani za delitev multimedijskih vsebin in Wiki orodij), kjer so leta 2013 prvič spremljali podjetja z raziskovanjem v okviru projekta Uporaba informacijsko-komunikacijske tehnologije v podjetjih (IKT - PODJ). Raziskovanje IKT - PODJ izvajajo vse države članice EU, zato so podatki med državami tudi primerljivi. Podatke

o uporabi družbenih medijev po državah objavlja Eurostat vsako leto na svoji spletni strani (Stat 2014).

3.4.1 Dostopnost interneta in pogostost njegove uporabe v podjetjih

Pridobili smo podatke o dostopnosti interneta za slovenska podjetja za leti 2011 in 2012. Poročilo o razvoju iz leta 2012, ki so ga opravili v Uradu RS za makroekonomske analize in razvoj (Umar), kaže, da Slovenija izstopa po razmeroma nizkem deležu uporabnikov interneta med nizko izobraženimi in med starejšimi prebivalci tudi v primerjavi s posameznimi novimi članicami Evropske unije (Češka, Madžarska, Malta in Latvija), kjer je uporaba interneta bolj razširjena kot pri nas (Umar 2012).

Iz raziskave so ugotovili, da sta dostopnost in uporaba interneta v podjetjih visoki, šibko točko pa predstavlja predvsem avtomatizacija izmenjave podatkov s kupci in dobavitelji. Podjetja, tako kot v Evropski uniji, tudi v Sloveniji dostopajo do interneta prek širokopasovne povezave. Dostopnost do interneta je znašala 92 %, ta podatek pa velja za vse velikostne skupine podjetij. Glede na to, da je dostopnost visoka, je pričakovano visok tudi delež podjetij, kjer si podatke izmenjujejo elektronsko, predvsem z drugimi podjetji, javno upravo in finančnimi institucijami. Slovenija je leta 2011 imela tudi višji delež podjetij, ki imajo povsem avtomatizirano izmenjavo podatkov z organi javne uprave in s finančnimi institucijami, kar je verjetno povezano z relativno visoko razpoložljivostjo elektronskih storitev v teh institucijah.

Večje možnosti za povečanje konkurenčne sposobnosti z uporabo IKT pa so v podjetjih samih. V Sloveniji je delež podjetij, ki imajo popolnoma avtomatizirano izmenjavo podatkov s kupci in dobavitelji, precej nižji od evropskega povprečja. Posledica tega je dejstvo, da so naša podjetja v precej manjšem relativnem obsegu kot v drugih novih članicah vpeta v internacionalizacijo v formalnem lastniškem smislu, na primer prek neposrednih tujih investicij, ki navadno pospešijo uvajanje novih tehnologij v podjetjih (Umar 2012).

Podatki, ki jih lahko razberemo iz poročila za leto 2013, pa se glede na leto 2012 ne spremenijo kaj dosti, saj sta dostopnost in uporaba interneta v podjetjih visoki, prav tako tudi elektronska izmenjava podatkov. Problem predstavlja le slabša avtomatizirana izmenjava podatkov s kupci in dobavitelji. Leta 2013 so imela širokopasovni dostop do interneta praktično vsa podjetja (98 % glede na leto 2012). Več kot polovica podjetij je imela tudi mobilni dostop do interneta (za dostop do informacij in e-pošte). Navedena podatka predstavljata odstotek, ki je nad povprečjem Evropske unije. Slovenska podjetja uporabljajo elektronske povezave (e-povezave) nadpovprečno glede na podjetja iz EU, za izmenjavo podatkov med zaposlenimi v podjetju, na nekaterih področjih pa tudi za avtomatizirano izmenjavo podatkov zunaj podjetja. Omeniti velja zlasti visok delež podjetij z avtomatizirano izmenjavo podatkov z javno upravo in finančnimi institucijami, kar je verjetno povezano z

razmeroma visoko ponudbo e-storitev v teh institucijah. Precej manjši pa je delež podatkov s kupci in dobavitelji. Slovenska podjetja zaostajajo predvsem za evropskim povprečjem pri poslovanju z e-računi, izmenjavi podatkov o proizvodih in transportni dokumentaciji. Na omenjenih področjih se zaostanek za EU v zadnjem obdobju ni dosti zmanjšal, ohranil pa se je tudi v primerjavi z večino novih članic EU. Posledica tega bi lahko bila, da so naša podjetja razmeroma precej manj kot v drugih novih članicah vpeta v internacionalizacijo v formalnem lastniškem smislu, npr. z neposrednimi tujimi investicijami, ki navadno pospešijo uvajanje novih tehnologij in postopkov v podjetjih, vključno z avtomatizirano izmenjavo podatkov z dobavitelji in kupci (Umar 2013).

3.4.2 Komunikacijska zasebnost na delovnem mestu

Zaposleni imajo pravico do zasebnosti na delovnem mestu, saj delodajalec brez predhodne privolitve zaposlenega ne sme preverjati njihove elektronske pošte, telefonskih klicev in drugih komunikacijskih poti (Srnovršnik 2009). Uporaba interneta na delovnem mestu v zasebne namene že več let predstavlja problem organizacijam, poudariti pa je treba, da imajo zaposleni tudi svoje pravice. Leta 1996 je ameriški Svet za delovno pravo posvetil letno konferenco v Ashevilleu problemu varovanja zasebnosti delojemalcev, ki imajo na svojem delovnem mestu omogočen dostop do interneta. Raziskava iz leta 1996, ki so jo izvedli v 500 največjih svetovnih družbah, je pokazala, da tisti zaposleni, ki imajo dostop do interneta, v povprečju porabijo 1,2 ure na dan za elektronsko pošto (Dichter in Burchart b. l.). Po skoraj 20-letnem razvoju interneta so te številke, razumljivo, precej višje.

Študija American Civil Liberties Union je na primer pokazala, da delodajalci nadzorujejo približno polovico vseh elektronskih sporočil zaposlenih. Ta številka pa je znatno večja v telekomunikacijskih podjetjih, zavarovalnicah in bankah (okoli 80 %). S tem delodajalci posegajo v pravice zaposlenih, saj gre za zlorabo varovanja osebnih podatkov, zato ni nič čudnega, da so na osnovi sodne prakse najpogostejše tožbe proti delodajalcem, ki se nanašajo na (Pivec 2004):

- nedopustno vpletanje v zasebnost drugega;
- zlorabo imena in podobe drugega;
- nedopustno publiciteto zasebnega življenja drugega;
- publiciteto, ki drugega neutemeljeno postavlja v napačno luč pred javnostjo.

Veliko primerov po svetu kaže, da je nadzor nad uporabo interneta na delovnem mestu precej specifično in ranljivo področje, saj morajo podjetja, če se želijo izogniti nepotrebnim tveganjem, uvesti nekakšne pravilnike o uporabi interneta. Dobro se je zavedati, da so delodajalci tisti, ki so lastniki in upravljalci interneta v organizacijah. Pivec (2004) opisuje, kakšna bi morala biti internetna politika vsake organizacije:

- zaposleni morajo vedeti, da je sistem namenjen službeni rabi, zato ga podjetje nadzira kot vsako drugo delovno sredstvo. To načelo naj se kar izpiše na ekranu vsakič, ko se delojemalec priključi;
- opozoriti je treba, da bo uporabnik sam odgovarjal za vsakršno neprimerno komunikacijo – žalitve, obscenost;
- ni treba omejevati delodajalčevega vpogleda v sistem – prav vse je lahko v funkciji poslovanja;
- pri uporabi ni izjem, ne za dobrodelne ne za rekreativne, osebne, sindikalne in druge namene. Vse to naj pokrije 'bulletin board', za katerega poskrbi delodajalec;
- opozoriti velja, da tudi sprotno brisanje zapisov ni ovira za njihovo nadziranje;
- delojemalci naj podpišejo soglasje o pravici delodajalca, da pregleduje informacije v sistemu;
- kršitve so razlog za uvedbo disciplinskega postopka;
- delodajalec zajamčeno nima nobenega drugega razloga za nadzorovanje interneta kot zgolj poslovni interes;
- informacije se vedno sporočajo le tistim, ki se jih neposredno tičejo, kar zmanjšuje nevarnost nepazljivih objav in njihovih posledic.

Če bi delodajalci v organizacijah svoje zaposlene dovolj hitro seznanili s t. i. internetnim pravilnikom, bi se najverjetneje izognili marsikateri nepravilnosti.

Ob vsem tem hitrem tempu, ki ga zaposleni preživijo na delovnem mestu, pa je skoraj nemogoče pričakovati, da bodo zaposleni celoten delavnik (ponekod osem ur in več) dejansko izkoristili le za delo. Na vsake toliko je potreben odklop od službenih stvari in hiter prelet zasebnih zadev. Vendar pa se morata tako delodajalec kot delojemalec zavedati svojih odgovornosti ter nalog, kar je v praksi vse težje upoštevati. Nadzor nad zaposlenimi, kamor spadajo nadzor telefonskih pogovorov, elektronske pošte, uporabe interneta in še bi lahko naštevali, posega v posameznikovo zasebno življenje. Dejstvo je, da slabe delovne razmere, različni nadzori nad zaposlenimi in določeni pritiski negativno vplivajo na delovanje podjetij. Obstajajo pa tudi nekatera podjetja, ki so se izvajanju nadzora izognila tako, da so enostavno blokirala dostop do določenih spletnih vsebin. Tiste spletne strani, ki so pomembne za delo zaposlenih, so dostopne, ostale spletne strani, kot so Facebook, gmail in različni blogi, pa so enostavno blokirane (Moje delo 2012).

Če delodajalec prehitro zaupa zaposlenemu in mu dobesedno pusti proste roke pri uporabi interneta, lahko zaposleni situacijo hitro izkoristi, kar posledično privede v brezdelje in absentizem. Eden izmed glavnih izzivov delodajalcev je zagotovo popolna prepoved uporabe interneta in socialnih omrežij prek službenega računalnika, kar najbrž ne bo nikoli uresničljivo, saj zaposleni pri vsej tej tehnologiji, ki je na razpolago in se še razvija, lahko kadarkoli dostopajo prek svojih pametnih telefonov ali pa kako drugače. S tem, ko delodajalec blokira določene vsebine na internetu, predvsem pa socialna omrežja, lahko zanj predstavlja

izgubo, saj velika večina tujih (pa tudi že slovenskih) podjetij ta fenomen izkorišča za poceni oglaševalski prostor, ki prinaša večjo učinkovitost podjetij. Z razvojem sodobne tehnologije se je za marsikatero podjetje spremenil način dela, s tem pa se je povečal tudi vpliv teh tehnologij na področje pravic zasebnosti na delovnem mestu (Moje delo 2012).

Zasebnost na delovnem mestu je v razvitih evropskih državah precej bolje zaščitena kot v ZDA, saj naj bi načeloma veljala obveznost delodajalca, da zaposlene obvesti o možnosti nadzora na delovnem mestu, seveda pa je v tem primeru dovoljen samo tisti nadzor, ki se nanaša na delo (Kovačič 2006). Tudi sodišča so v Evropi, kar zadeva zasebnost komunikacij na delovnem mestu, bolj naklonjena zaposlenim kot v ZDA (Klemenčič 2003). Znanih je več primerov o nadzoru na delovnem mestu, izpostavljam pa dva pomembnejša, in sicer Halford proti Veliki Britaniji, kjer je šlo za kršitev 8. člena Evropske konvencije o človekovih pravicah, in Copland proti Veliki Britaniji iz leta 2007. V prvem primeru je šlo za uslužbenko policije Halfordov, ki je leta 1990 proti svojemu delodajalcu sprožila postopek zaradi diskriminacije na delovnem mestu. V pisarni, kjer je delala, je imela dva telefona, od katerih je bil eden namenjen zasebni uporabi, drugi službenim zadevam. Pri tem je treba poudariti, da ji glede uporabe obeh telefonov niso bile naložene nikakršne omejitve. Gospa je ugotovila, da je njen delodajalec nadzoroval telefonske klice tako z njenega službenega kot tudi domačega telefona, vse to z namenom, da bi zbrali gradivo za svojo obrambo pred sodiščem v postopku zaradi diskriminacije. Tako je zadeva prišla na Evropsko sodišče za človekove pravice, ki je presodilo, da je šlo za kršitev 8. člena Evropske konvencije o človekovih pravicah (Kovačič 2010).

Podoben primer se je zgodil tudi v primeru Copland proti Veliki Britaniji, kjer je delodajalec delavki Lyntte Copland pregledoval izpiske telefonskih klicev, ki jih je klicala med delovnim časom, ter pregledoval zgodovino seznamov spletnih strani, ki jih je med delovnim časom obiskovala. Da se nekaj dogaja, je ugotovila šele, ko so iz njenega podjetja klicali njeno pastorko in jo vprašali, zakaj pošilja elektronsko pošto na službeni elektronski naslov Coplandove. Pomemben element sodbe je bilo tudi dejstvo, da delavka ni bila vnaprej opozorjena, kdaj in v kakšnih primerih lahko delodajalec nadzira elektronsko pošto zaposlenih. Tako kot prejšnji je tudi ta primer prišel na Evropsko sodišče za človekove pravice, ki je prav tako ugotovilo kršitev 8. člena Evropske konvencije o človekovih pravicah. Sodišče je razsodilo, da je delodajalec neupravičeno posegal v njeno zasebnost. Po mnenju sodišča je zaposlena lahko upravičeno pričakovala zasebnost na svojih službenih komunikacijskih sredstvih (Kovačič 2010).

Restriktivna razlaga pravice do zasebnosti in obveznosti varovanja osebnih podatkov, kot jo v nadaljevanju podaja bivša informacijska pooblaščenka, pa ni smiselna. Zaposleni na delovnem mestu potrebuje določeno mero zasebnosti, delodajalec ga načeloma ne sme omejevati pri uporabi zasebnih komunikacijskih sredstev, če njegova zasebnost ne posega v interese delodajalca. Ima pa delodajalec vso pravico vedeti, ali je službena oprema

uporabljena skladno z nameni dela. Ko se zaposleni vključi v delovni proces, se mora zavedati, da s tem sprejema določena pravila ravnanja in vedenja, ki mu jih postavi delodajalec. Pri uporabi službenih sredstev pa mora razumeti, da zaposleni prestopa mejo med zasebnim in poslovnim.

V delodajalčevem interesu je, da zaposleni opravlja svoje delo v skladu z namenom in navodili, zato se mora zaposleni prilagoditi navodilom, ki jih daje delodajalec. Ob fenomenu interneta in socialnih omrežij je sprememba zakonodaje oziroma prilagoditev nujna, saj je pomembno, da je ta usklajena z modernim poslovanjem in življenjem. Delodajalcu ne bi smela biti odvzeta pravica nadzora nad lastnim delovnim procesom in sredstvi, s katerimi se delo opravlja. Komunikacija, povezana z delom, pa ne more biti zaupana le delavcu, saj sta oprema in službeni elektronski naslov last delodajalca, delavec pa ima zgolj pravico do uporabe (Savič 2014).

3.4.3 Vloga informacijskega pooblaščenca

Informacijski pooblaščenec je samostojen in neodvisen državni organ, ki ga imenuje Državni zbor Republike Slovenije in deluje kot drugostopenjski pritožbeni organ. Deluje v skladu in na podlagi več zakonov. Glavna naloga informacijskega pooblaščenca v zvezi z varovanjem zasebnosti je zagotavljanje spoštovanja določb Zakona o varstvu osebnih podatkov (ZVOP-1, *Ur. l. RS*, št. 94/07). To konkretno pomeni, da pooblaščenec izvaja inšpekcijski nadzor zoper zavezanca, ki so kršili določbe omenjenega zakona, kot prekrškovni organ pa ugotovljene kršitve tudi ustrezno sankcionira. Nikakor pa ne izvaja nadzora nad internetom v smislu ugotavljanja, kaj kdo počne ali česa ne počne. Nadzor nad tem, kaj zaposleni počne na internetu v službenem času, izvaja (če že) kvečjemu delodajalec. Seveda pa lahko takšen nadzor zelo hitro poseže v pravico do zasebnosti zaposlenega. Vloga pooblaščenca v tem kontekstu je ugotoviti, ali je nadzor delodajalca nad zaposlenim presegel zakonski okvir, ki določa, kako in kdaj je obdelava osebnih podatkov še dopustna, kdaj pa gre za nedopusten (in nezakonit) nadzor.

V nadaljevanju se tako omejujemo na le nekaj pristojnosti informacijskega pooblaščenca, na podlagi ZVOP-1, ki so pomembne za nalogo, in sicer (Informacijski pooblaščenec 2014b):

- informacijski pooblaščenec izvršuje inšpekcijski nadzor nad izvajanjem določb (obravnava prijave, pritožbe, sporočila in druge vloge, v katerih je izražen sum kršitve zakona);
- odreja inšpekcijske ukrepe iz 54. člena ZVOP-1 (prepoved obdelave osebnih podatkov, anonimiziranje, blokiranje, brisanje ali uničenje osebnih podatkov, kadar ugotovi, da se obdelujejo v nasprotju z zakonom);
- odreja druge ukrepe inšpekcijskega nadzora v skladu z zakonom o inšpekcijskem nadzoru in zakonom o splošnem upravnem postopku;

- opravlja preventivni inšpekcijski nadzor pri upravljavcih osebnih podatkov s področja javnega in zasebnega sektorja.

Zasebnost je temelj človeškega dostojanstva in drugih vrednot. Že Ustava Republike Slovenije (Ur. l. RS, št. 33/91) v 38. členu opredeljuje varstvo osebnih podatkov, vedno več držav pa razširja pravico do zasebnosti glede dostopa in obravnave osebnih podatkov o posameznikih. S komunikacijsko zasebnostjo je močno povezana tudi informacijska zasebnost. Ta je urejena že v Ustavi RS, poleg tega jo najdemo tudi v 143. členu Kazenskega zakonika (KZ-1, Ur. l. RS, št. 55/08), ki prepoveduje zlorabo osebnih podatkov, in sicer za vsakogar, ki uporabi osebne podatke v neskladju z namenom njihovega zbiranja ali brez osebne privolitve osebe, na katero se podatki nanašajo. Z denarno kaznijo ali zaporom do enega leta se kaznuje tudi tisti, ki vdre ali nepooblaščen vstopi v računalniško vodeno zbirko podatkov, z namenom pridobitve osebnih podatkov. Poleg določil Ustave RS in Kazenskega zakonika pa se v naši državi uporabljajo tudi določbe Konvencije o varstvu posameznikov glede na avtomatsko obdelavo osebnih podatkov, katerih namen je zagotovitev vsakemu posamezniku, ne glede na njegovo državljanstvo in prebivališče, spoštovanje njegovih pravic in temeljnih svoboščin glede na avtomatsko obdelavo osebnih podatkov, ki se na posameznika tudi nanaša, gre za t. i. zaščito podatkov (Informacijski pooblaščenec 2014a).

Razvoj tehnologije in interneta je torej pospešil zbiranje in obdelavo osebnih podatkov. Uporabniki računalniške in telekomunikacijske tehnologije puščamo svoje sledi na internetu namerno ali pa tudi nevede, ko se npr. v javnem prostoru prijavimo na svojo elektronsko pošto in se na koncu pozabimo odjaviti. Seveda obstajajo tudi različne tehnike za prestrežanje informacij v neposredni okolici računalnika, opozoriti pa velja tudi na napadalce, ki želijo svojo žrtev prepričati tako, da jim posredujejo dostop do sistema oz. informacij (Kovačič 2003).

4 UPORABA SPLETNIH SOCIALNIH OMREŽIJ NA DELOVNEM MESTU

Socialna omrežja in neomejen dostop do interneta predstavljajo vse večji problem in strah za organizacije. Delodajalce tako upravičeno skrbi, da bi neomejen dostop do socialnih omrežij med delovnim časom zmanjšal produktivnost zaposlenih, saj čas, ki ga zaposleni preživijo na socialnih omrežjih, predstavlja velik primanjkljaj za organizacijo (Franca 2012). Veliko podjetij tako enostavno blokira dostop do takšnih spletnih strani, vendar pa popolna prepoved uporabe socialnih omrežij ni v celoti mogoča, saj je z razvojem pametnih telefonov takšen dostop mogoč v vsakem trenutku, torej tudi med delovnim časom. Družbeni mediji omogočajo in olajšujejo komunikacijski proces s potrošniki ter jim na drugi strani dodeljujejo posebno moč.

Praksa na tem področju kaže, da bi s popolno prepovedjo uporabe socialnih omrežij in interneta med delovnim časom najverjetneje povzročili le nejevoljo in upor med zaposlenimi v organizaciji. Veliko raziskav na področju kadrovskega menedžmenta je potrdilo, da na učinkovitost dela ne vplivajo samo fizične razmere dela, ampak se vse pogosteje poudarjajo t. i. mehki dejavniki, kot so medsebojni odnosi zaposlenih, klima in vzdušje na delovnem mestu, ustrezna komunikacija itd. Če bi v organizacijah popolnoma prepovedali uporabo socialnih omrežij, bi si to lahko predstavljali zgolj kot popolno prepoved komuniciranja med zaposlenimi. Če pa v organizacijah primanjkuje zaupanja – ta je ključnega pomena – prihaja do zmanjšanja produktivnosti in navsezadnje tudi do uhajanja pomembnih poslovnih informacij prek socialnih omrežij (Franca 2012). Navsezadnje vsak posameznik potrebuje nekaj časa zase, da si lahko – pa četudi le za kratek čas – psihično opomore in se ponovno zbere za nadaljnje učinkovito delo.

Ne le da uporaba socialnih omrežij in interneta na službenem računalniku povzroča manjšo produktivnost zaposlenih, z njihovo uporabo lahko nevedoč pride tudi do vdora v zasebnost organizacije in posledično izdaje poslovnih skrivnosti. Iz pogovorov med zaposlenimi, ki si informacije izmenjujejo na t. i. Facebookovem zidu, bodisi med delovnim ali pa v prostem času, povečuje tveganje za izdajo poslovnih skrivnosti. Mimogrede se lahko zgodi, da bi zaposleni izdali kakšno občutljivo in za podjetje pomembno informacijo, medtem ko bi si dopisovali s prijateljem. Ob tem obstaja tudi možnost vdora v profil zaposlenega, s katerim se še poveča možnost njegove zlorabe. Hakerji ne mirujejo, in če bi si želeli 'napasti oziroma zlorabiti' neko podjetje, bi to najbrž z lahkoto tudi storili. Vodilni v organizacijah morajo – če imajo zaposleni omogočen dostop do interneta in socialnih omrežij – svoje zaposlene seznaniti z njihovo uporabo in določiti pravila ter usmeritve. Registracija profila določenega podjetja ima lahko tako pozitivne kot tudi negativne učinke. Če ima podjetje svoj profil na Facebooku, to predstavlja dobro marketinško orodje za trženje in informiranje potencialnih kupcev za določene izdelke, po drugi strani pa lahko preveč odprt profil zelo hitro privede do zlorabe (Franca 2012).

Uporabniki socialnih omrežij lahko zelo hitro objavijo preveč informacij, iz katerih lahko delodajalec marsikaj razbere o njihovem načinu življenja. Že objava fotografije ali objava načina preživljanja prostega časa, objava povezave oziroma povezave do določene skladbe, videa ali članka lahko o zaposlenem poda marsikatero podrobnost, ki je vodja prej ni vedel. Najbrž ni hujšega, kot če je zaposleni na bolniškem dopustu, pa objavi svojo fotografijo s smučanja tam nekje v lepih gorah, po možnosti še s pivom v rokah. Ali pa nerganje in pretirano komentiranje o vodilnih. Hitro se lahko zgodi, da preveč objav sproži plaz nezaupanja med zaposlenimi in tudi med odnosom zaposleni - vodilni ter navsezadnje povzroči kršitev, morda posledično tudi odpoved pogodbe o zaposlitvi. Zaposleni lahko tako s povsem preprostimi objavami iz vsakdanjega življenja nadrejenim nevede posredujejo marsikatero zanimivo in pikantno informacijo. Navsezadnje si lahko lažni profil na Facebooku ustvarimo v manj kot minuti.

Priznati pa je treba, da mladi in starejši uporabniki socialnih omrežij, omrežij prijateljstev, ne uporabljajo zgolj za komuniciranje med seboj, temveč tudi za druge aktivnosti, denimo za organizacijo kakšnega dogodka, kjer morajo povabljeni potrditi udeležbo itd. Čas, ko smo pošiljali vabila za kakšno zabavo po pošti in na odgovor čakali tudi po več kot teden dni, je že minil. Danes lahko na Facebooku v trenutku ustvarimo event - dogodek, kjer udeležence prosimo za potrditev udeležbe določenega dogodka. Tako lahko povratno informacijo dobimo še isti trenutek (Franca 2012).

4.1 Nemčija

Uvodoma omenjamo raziskavo, iz katere je razvidno, da v Nemčiji spletna socialna omrežja uporablja 45 % vseh uporabnikov interneta, najbolj priljubljen pa je portal MySpace, ki je julija 2007 zabeležil rekordnih 3,7 milijona enkratnih obiskovalcev. Do julija 2007 je bilo v Nemčiji registriranih 15 milijonov uporabnikov socialnih omrežij, leta 2010 je bila ta številka precej višja, in sicer 31 % odstotkov vseh uporabnikov interneta (Zickhur 2010). V preglednici 4 so prikazani podatki za obdobje januar–julij 2007.

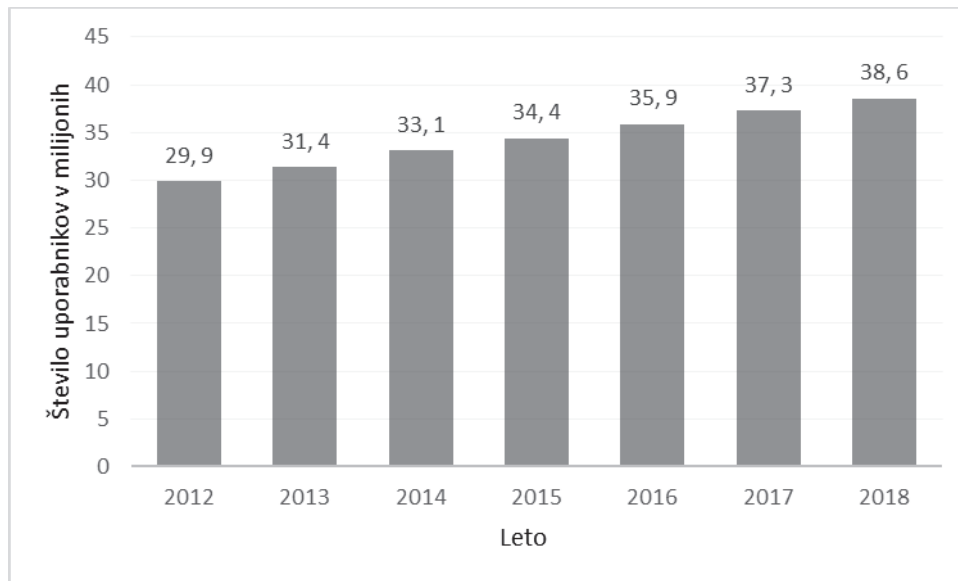
Preglednica 4: Uporaba socialnih omrežij, za obdobje januar–julij 2007, v Nemčiji

<i>Spletna stran</i>	<i>Januar 2007</i>	<i>Julij 2007</i>	<i>Sprememba (v %)</i>
MySpace.com	20.341	25.176	24
Skyrock Network	11.327	13.785	22
Bebo.com	7.461	12.101	62
Facebook.com	2.066	10.795	422
Hi5.com	6.979	9.554	37

Vir: Com Score 2007.

Strokovnjaki ocenjujejo, da bo do leta 2018 družbene medije v Nemčiji uporabljalo 38,6 milijona uporabnikov, v primerjavi z letom 2014, ko je družbene medije uporabljalo 33,1

milijona nemških uporabnikov. Na sliki 4 je prikazano število uporabnikov socialnih medijev, v Nemčiji, v obdobju od leta 2012 do 2018.



Slika 4: Število uporabnikov socialnih medijev, v Nemčiji, v obdobju 2012–2018 (v milijonih)

Vir: Statista 2015.

Danes je obseg socialnih medijev tako velik, da delodajalci enostavno ne morejo prezreti njegovega vpliva. V Nemčiji zaposleni med delovnim časom najbolj pogosto obiskujejo Facebook, Twitter in LinkedIn, poleg omenjenega pa največ uporabljajo še Bing in Studi VZ. Eksplozija novih sredstev komuniciranja je privedla tudi do velikih groženj in tveganj za podjetja. Tveganja, povezana z uporabo socialnih omrežij na delovnem mestu, se kažejo predvsem z ustrahovanjem in nadlegovanjem drugih zaposlenih ter razkritjem zaupnih informacij delodajalcev. Slednje predstavlja podlago za primer sodne prakse, ko je zaposlena na svojem »zidu« objavljala neprimerne komentarje o svojem delodajalcu, ta pa je sprožil disciplinski postopek proti njej zaradi malomarnosti (Lexology 2014).

Omeniti velja, da ima Nemčija eno izmed najstrožjih zakonodaj na področju zasebnosti v Evropi. Nekateri pripisujejo to dejstvo njeni zgodovini in močnemu zavračanju vsiljivih oblik političnih režimov, ki so v preteklosti dovoljevale obsežen nadzor nad prebivalstvom z uporabo metod, ki so resno posegale v zasebnost državljanov (McLoughlin 2013/14).

Drugi vidik družbenih medijev, ki postopoma prodira v prostor zaposlovanja, je uporaba tovrstnih medijev kot sredstvo za iskanje zaposlenih. Nadalje imajo družabni mediji pomembno vlogo pri promociji delovnih mest in ocenjevanju kandidatov. Na družbenih omrežjih, kot sta LinkedIn ter Facebook, obstaja velika količina informacij, ki so lahko zelo uporabne za delodajalce in agencije za zaposlovanje. Avgusta 2010 je bil sprejet zakon, ki delodajalcu omejuje uporabo družbenih omrežij v procesu zaposlovanja. Tako pridobljene

informacije se lahko uporabijo le v primerih, kjer bi bilo to nujno za proučevanje delovnega razmerja oziroma, ko bi delojemalci odobrili in omogočili javen dostop do svojih podatkov. Kot primer lahko navedemo dogodek iz leta 2011, ko je Schleswig Holstein, komisar za zaščito podatkov regije, prepovedal uporabo Facebookove 'fan-strani' organizacijam te regije. Razlog za takšen ukrep je bil v potencialni nevarnosti prenosa pridobljenih informacij v ZDA, kar bi omogočalo sleditev uporabnikov za obdobje dveh let (McLoughlin 2013/14). V Nemčiji imajo zaposleni možnost dostopa do socialnih medijev za zasebne namene le v primeru predhodnega soglasja delodajalcev.

4.2 Velika Britanija

Leta 2009 je v Veliki Britaniji do socialnih omrežij dostopalo skoraj 30 milijonov posameznikov, kar predstavlja skoraj 90 % Angležev, starih od 25 do 34 let. Povprečni obiskovalec je porabil 4,6 ure časa na dan. Poleg omenjenih je največ registriranih uporabnikov starih od 15 do 24 let, in sicer kar 86 %. Obe starostni skupini preživita na socialnih omrežjih največ časa, približno 5,4 ure (Com Score 2009). Podatki so predstavljeni v preglednici 5.

Preglednica 5: Uporabniki socialnih omrežij v Angliji, za leto 2009

<i>Starostna skupina (v letih)</i>	<i>Obseg (v %)</i>	<i>Povprečno št. ur na obiskovalca</i>
15–24	86	5,4
25–34	90	5,4
35–44	79	4,3
45–54	77	3,9
Nad 55	67	3,7
Skupaj:	80	4,6

Vir: Com Score 2009.

Preseneča podatek, da so bili posamezniki nad 55. letom starosti na socialnih omrežjih precej aktivni in so raje obiskovali spletna socialna omrežja kot pa spletna mesta, povezana s poslovanjem in financami, tehnologijo ali potovanji. Kot v večini držav je tudi v Angliji Facebook najbolj priljubljeno socialno omrežje, ki je maja leta 2009 zabeležilo 24 milijonov obiskovalcev, slabih 60 % več kot leto prej. Twitter je bil leta 2009 z 2,7 milijona uporabniki po priljubljenosti na petem mestu, vendar pa velja omeniti podatek, da se je njegov obisk v primerjavi z letom 2008 povečal za več kot 3.200 % (RIS 2009).

Delodajalci v Veliki Britaniji so mnenja, da obstajajo načini učinkovitega upravljanja zaposlenih z uporabo socialnih medijev, kar se kaže predvsem v izkoriščanju prednosti, ki jih socialna omrežja ponujajo, brez povzročanja prevelike škode na poslovanje podjetja (Ni Business info b. l.).

Z uvedbo politike socialnih medijev v podjetjih, ki je predstavljena v nadaljevanju, zaposleni lažje razločijo mejo med tistim, kar je še vedno v mejah dovoljenega pri uporabi socialnih medijev in tistim, kar je v organizaciji prepovedano. Politika socialnih medijev omogoča delodajalcem t. i. zaščito organizacije v primeru neprimerne ravnanja zaposlenih in zagotavlja ravnanje po pravilih, v skladu z Zakonom o diskriminaciji in varstvom osebnih podatkov (Ni Business info b. l.).

Politika socialnih medijev naj vključuje (Ni Business info b. l.):

1. Opredelitev in namen politike – povzeti, kaj je pravzaprav politika podjetja, kdo se je poslužuje, vključno s tistimi, ki uporabljajo socialne medije, da delo poteka nemoteno.
2. Zakaj uporabljati socialne medije – opisati prednosti za organizacijo, ki se kažejo predvsem v večji učinkovitosti, sodelovanju s strankami in promociji proizvodov.
3. Vloge in odgovornosti – kdo bo nadzoroval delovanje socialnih medijev in prevzel popolno odgovornost.
4. Uporaba socialnih medijev, povezana z delom – kakšne so omejitve glede razprav, komentiranja in spodbujanja prek socialnih medijev, da bi se podjetja izognila morebitnim težavam ter ugledu organizacije.
5. Osebna uporaba socialnih medijev – opis tega, kar se obravnava kot sprejemljivo za osebno uporabo med delovnim časom.
6. Osebna uporaba socialnih medijev izven dela – poudarja, da morajo biti zaposleni pozorni na svoje objave in informacije, ki jih sporočajo o svojem podjetju.
7. Splošna pravila za uporabo socialnih medijev – vključno z neprimerno vsebino in pogoji uporabe.
8. Spremljanje uporabe socialnih medijev – zagotoviti je treba, da se vsak nadzor izvaja v skladu s predpisano zakonodajo.
9. Sklicevanje na druge ustrezne politike – npr. disciplinski postopek.
10. Sankcije – če zaposleni ne ravnajo v skladu s politiko podjetja, sledi soočenje z disciplinskim postopkom.
11. Trajno pregledovanje in posodobitve – zagotovitev odgovornosti zaposlenih za podrobnosti politike podjetja.

4.3 ZDA

Uvodoma predstavljamo telefonsko raziskavo iz leta 2008, ki jo je izvedlo podjetje Pew Internet med 27. marcem in 14. aprilom, v kateri je sodelovalo 2.134 odraslih Američanov. Podatki, ki obsegajo 53 % zaposlenih Američanov, kažejo, da kar 62 % teh pri svojem delu uporablja internet. Znotraj organizacij se internet največ uporablja na področju uprave in vlade, saj približno 72 % vladnih oziroma upravnih delavcev vsakodnevno uporablja internet v službi (Jones in Madden 2008).

Za nas je zanimiv podatek, da 54 % zaposlenih, ki imajo aktiviran samo zasebni elektronski račun, tega preverja tudi med delovnim časom. Zaposleni pa uporabljajo tudi druge spletne aktivnosti, in sicer 22 % zaposlenih med delovnim časom nakupuje prek spleta, približno 2 % zaposlenih pa med delovnim časom pišeta blog (Jones in Madden 2008).

Naslednja raziskava, ki jo je opravil Pew Internet leta 2010 (Zickuhr 2010), nam prikazuje delež uporabnikov interneta v populaciji v starosti od 18 do 74 let. Kar 95 % Američanov, starih od 18 do 33 let, za dostop do interneta uporablja prenosni računalnik ali mobilni telefon. Delež po starostnih skupinah je v celoti predstavljen v preglednici 6.

Preglednica 6: Delež uporabnikov interneta v populaciji po starosti, v ZDA, leto 2010

<i>Starostna skupina</i>	<i>Delež uporabnikov interneta, v %</i>
18–33 let	95
34–45 let	89
46–55 let	81
56–64 let	76
65–73 let	58
74 let ali več	30
Skupaj:	79

Vir: Zickuhr 2010.

O razlikah med starostnimi skupinami glede rabe internetnih storitev najdemo večji delež posameznikov, starih od 18 do 33 let, ki bolj uporabljajo spletna socialna omrežja, spletne oglasnike, se vključujejo v virtualne svetove, igrajo spletne igre, berejo in pišejo bloge ter poslušajo glasbo v primerjavi s starejšimi generacijami (RIS 2011). V preglednici 7 je prikazan delež uporabnikov internetnih storitev po starosti, v ZDA, za leto 2010.

Preglednica 7: Delež uporabnikov internetnih storitev po starosti, v ZDA, leto 2010, v %

<i>Starostna skupina</i>	<i>Spremljanje spletnih videov</i>	<i>Uporaba socialnih omrežij</i>	<i>Pošiljanje takojšnjih sporočil</i>	<i>Igranje spletnih iger</i>	<i>Branje blogov</i>	<i>Obiskovanje virtualnih svetov</i>
12–17 let	57	73	67	78	49	8
18–33 let	80	83	66	50	43	4
34–45 let	66	62	52	38	34	4
46–55 let	62	50	35	26	27	4
56–64 let	55	43	30	28	25	3
65–73 let	44	34	29	25	23	3
74 in več let	20	16	4	18	15	1

Vir: Zickuhr 2010.

Za nas je zanimiv predvsem podatek, da ameriški uporabniki interneta, stari od 18 do 33 let, največ časa namenijo uporabi spletnih omrežij (83 %), s 73 % pa jim sledijo uporabniki, stari od 12 do 17 let. Iz raziskave je razvidno, da socialna omrežja uporabljajo predvsem mladi.

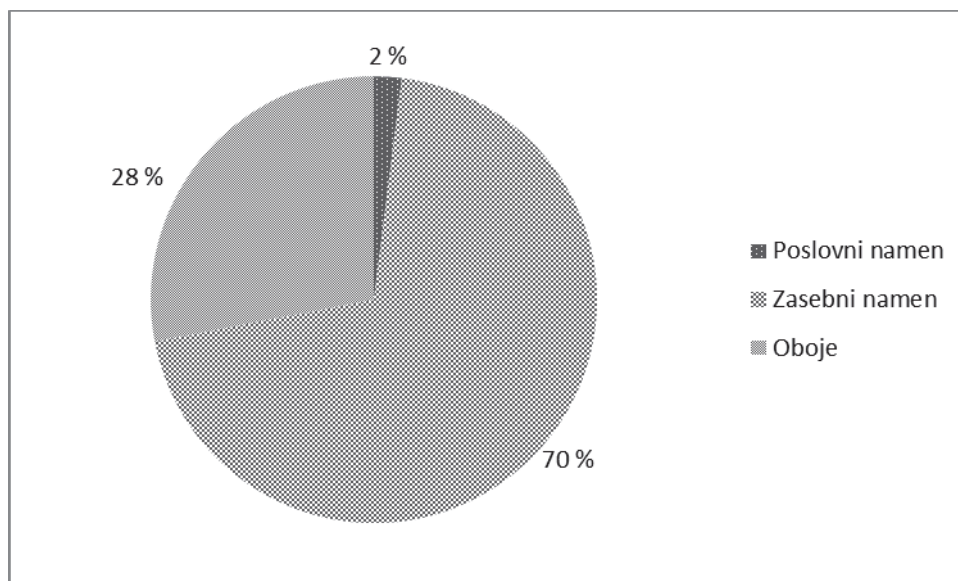
Preglednica 8: Število registriranih uporabnikov Facebooka – po državah, leto 2013

<i>Država</i>	<i>Število registriranih uporabnikov (v milijonih)</i>
Združene države Amerika	111.212,840
Velika Britanija	23. 449,100
Indonezija	19.528,560
Turčija	18.679,460
Francija	15.928,000
Italija	14.931,580
Kanada	13.424,180
Filipini	10.647,100
Španija	8.861,140
Mehika	8.236,020

Vir: Wolfe 2013.

V preglednici 8 so predstavljeni podatki za 10 držav na svetu. Vodilne so ZDA z 111.212,840 milijona registriranih uporabnikov, sledijo Velika Britanija s 23.449,100 milijona uporabnikov, tretja pa je Indonezija s slabimi 20 milijoni registriranih uporabnikov (Wolfe 2013).

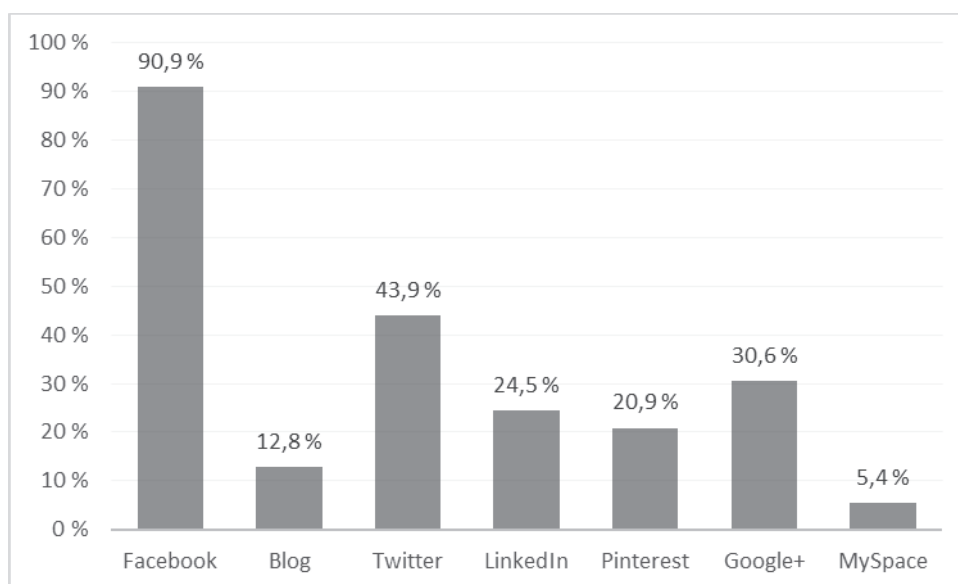
Raziskava podjetja CreditDonkey, ki je zajela 1.200 udeležencev, je pokazala, da nekaj več kot 70 % anketiranih uporablja socialna omrežja na delovnem mestu. Le 2 % vprašanih uporablja socialna omrežja izključno za poslovne namene (Mannino 2013). Podatki so predstavljeni v sliki 5.



Slika 5: Namen uporabe socialnih medijev

Vir: Mannino 2013.

Z raziskavo so še proučevali, katere spletne strani zaposleni najbolj obiskujejo. Ugotovili so, da večina anketirancev uporablja socialne medije na delovnem mestu, vendar pa zaposleni vedno manj uporabljajo LinkedIn. To spletno socialno omrežje, kjer se lahko posameznik povezuje s strokovnjaki s svojega področja, uporablja le 24,5 % vprašanih. Skoraj 91 % zaposlenih najraje uporablja Facebook, sledita Twitter, s 43,9 %, in Google+, s 30,6 %. Rezultati so predstavljeni v naslednjem grafikonu (Mannino 2013).



Slika 6: Katere spletne socialne medije uporabljate?

Vir: Mannino 2013.

Uvodoma naj omenimo študijo, ki so jo leta 2009 izvedli v podjetju Nucleus Research v Bostonu, ki kaže, da skoraj polovica zaposlenih v pisarnah uporablja Facebook med delovnim časom. Raziskavo so izvedli med 237 naključno izbranimi zaposlenimi v pisarnah, njihov

namen pa je bil ugotoviti, kakšna je povezava med poslovno produktivnostjo in uporabo Facebooka. Ugotovili so, da ima kar 77 % zaposlenih odprt račun na Facebooku, od tega dve tretjini zaposlenih uporablja Facebook med delovnim časom, 87 % uporabnikov Facebooka pa sploh ne pozna pravega razloga, zakaj ga uporabljajo. Zanimivo je tudi dejstvo, da eden od 33 zaposlenih odpre nov račun na Facebooku kar med delovnim časom (Nucleus Research 2009). V preglednici 9 so predstavljeni rezultati raziskave.

Preglednica 9: Uporaba Facebooka med delovnim časom, ZDA, leto 2009

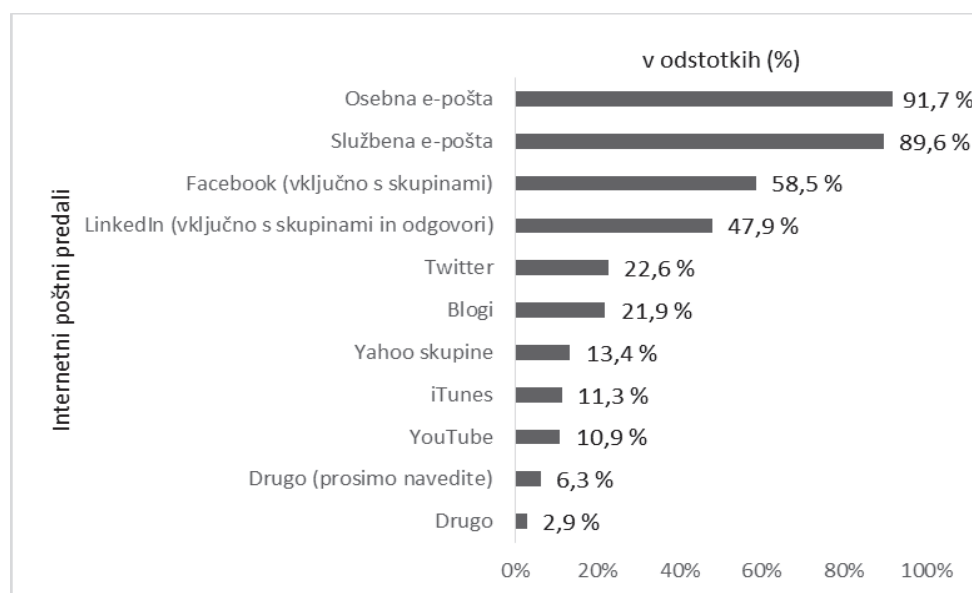
Število uporabnikov računa na Facebooku (237)	V % in minutah
Zaposleni s Facebook računom	77
Odstotek Facebookovih uporabnikov med delovnim časom	61
Odstotek celotne delovne sile	47
Povprečne minute dnevne uporabe Facebooka	15
Celotna izguba produktivnosti	1,47

Vir: Nucleus Research 2009.

Imamo torej cel sklop različnih podatkov in študij, ki nam prikazujejo uporabo interneta in socialnih omrežij po svetu, ti so razdeljeni po starostnih strukturah, številu uporabnikov, njihovih aktivnostih itd.

Pri tem izpostavljamo vsebino 200 strani obsežne študije, ki jo je novembra 2010 objavil izvršni direktor podjetja People-OnTheGO, Pierre Khawand.

Na vprašanje, katere od naštetih spletnih storitev redno preverjajo med delovnim časom, so vprašani odgovorili tako, kot je to razvidno iz slike 7.

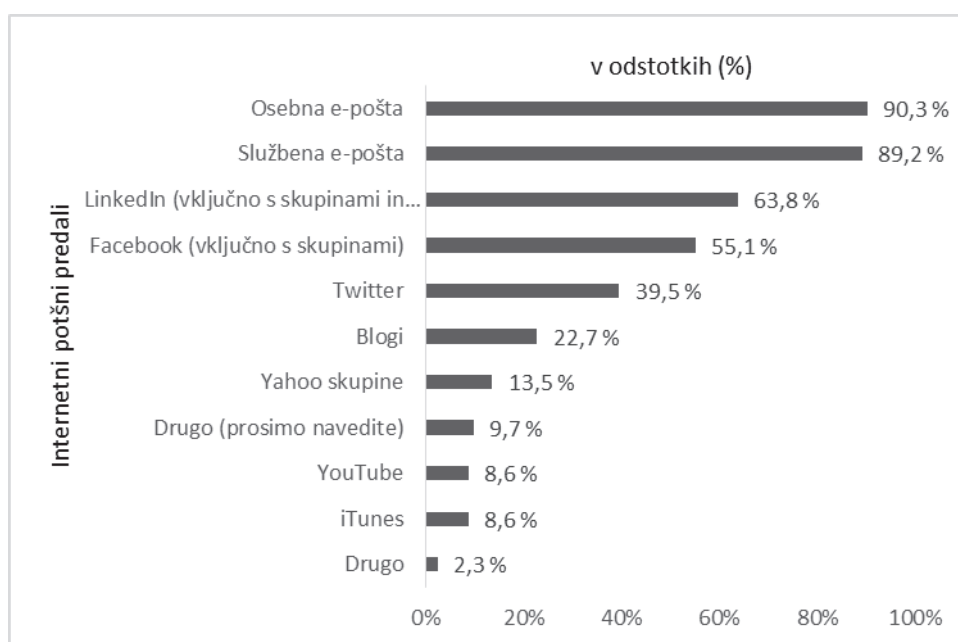


Slika 7: Katere od naštetih spletnih storitev redno preverjate?

Vir: Fastcompany 2010.

Ni presenetljivo, da je študija pokazala, da so socialni mediji v porastu, še posebej med generacijo Y (rojeni med letoma 1981 in 2000), vendar pa, kot kažejo, podatki v sliki 8, socialne medije redno uporabljajo tudi številni zaposleni na vodstvenih položajih. Višji management, marketing in prodaja so imeli nekoliko drugačno prioriteto uporabe socialnih medijev, in sicer so največ uporabljali LinkedIn, sledila sta Facebook in Twitter. Več kot dve tretjini anketirancev (63,8 %) zaposlenih v vrhnjem managementu, skoraj tri četrtine zaposlenih v marketingu (73,9 %) in 74,2 % zaposlenih v prodaji so redno preverjali socialne medije med službenim časom, kar kaže, da so socialni mediji v porastu in imajo nedvomno velik vpliv na te skupine (Ott 2010).

Na vprašanje, katere od omenjenih spletnih storitev redno preverjajo, so zaposleni v vrhnjem managementu odgovorili tako, kot je to prikazano v sliki 8.



Slika 8: Katere od omenjenih spletnih storitev redno preverjate?

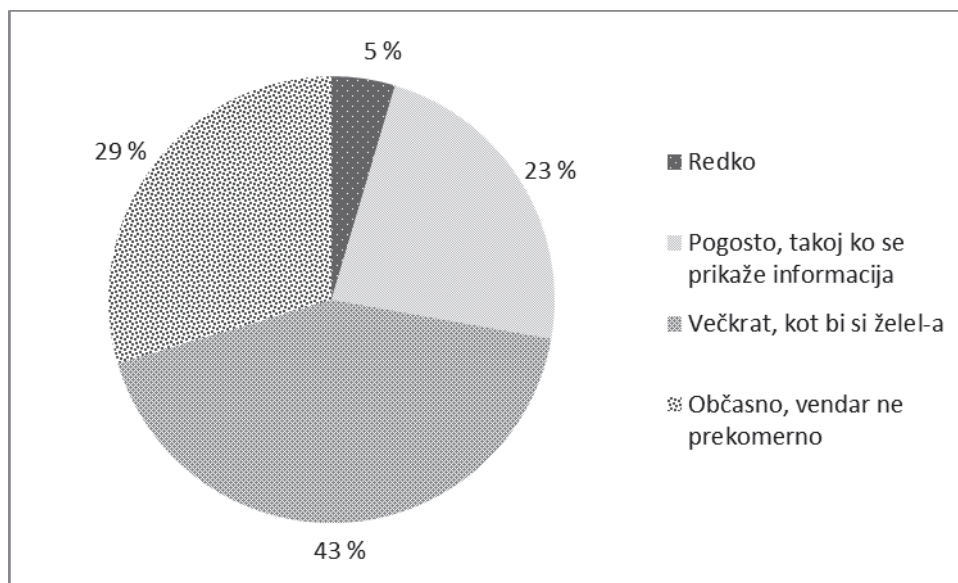
Vir: Fastcompany 2010.

Za socialne medije in e-pošto anketirani porabijo približno polovico delovnega časa. Zaposleni ocenjujejo, da porabijo približno štiri ure na dan (polovico delavnika) za uporabo e-pošte in interneta v zasebne namene. Generacija Y porabi več kot dobro uro na dan za socialne medije (približno 1,8 ure). Več kot 80 % vprašanih generacije Y redno preverja Facebook. Čas, ki je porabljen za socialne medije, je porabljen bolj za zasebne kot službene namene. Le 6,8 % vprašanih uporablja socialna omrežja za službene namene. Odgovori na ta vprašanja kažejo, da so socialni mediji razbili mejo med poslovnim in zasebnim (Ott 2010).

Prekinitve na delovnem mestu pa predstavljajo nevarnost za nižjo produktivnost. Velika večina udeležencev te študije preverja svoje poštne predale prepogosto, kar posledično pomeni nemoteno delo. Raziskovalci so ugotovili, da dosledno preverjanje teh stvari zmanjšuje produktivnost, dokončanje nalog pa lahko traja tudi do dvakrat več časa, posledica

prepogoste uporabe socialnih omrežij in interneta v zasebne namene pa privede tudi do več napak pri delu. Dodamo lahko, da obstaja osem t. i. ključnih sprožilcev (8Ps), ki preusmerjajo pozornost in čas, preživeti na omrežjih. Predvsem vrstniki in vpliv so sprožilci, ki povzročajo odvisnostno obnašanje, ki ga zaznamo na socialnih medijih.

Na vprašanje, kako pogosto prekinemo delo, da preverimo svoje nabiralnike, je 42,6 % zaposlenih odgovorilo, da to počnejo večkrat, kot bi si želeli, 29,6 % jih to počne od časa do časa, vendar ne uporabljajo svojih poštnih predalov pretirano, 23,2 % anketirancev jih uporablja nenehno, tj. takoj, ko se pokaže kakšna nova informacija, 4,6 % pa svoje poštnice preverja redko. Rezultati so predstavljeni v sliki 9.



Slika 9: Kako pogosto prekinete delo, da preverite svoje poštnice predale?

Vir: Fastcompany 2010.

Socialni mediji so nujno potrebna in dragocena orodja, ki so potrebna za delovanje podjetij. Raziskava je pokazala, da je, čeprav so nekatera podjetja blokirala dostop do socialnih medijev, veliko takšnih, ki so mnenja, da je to pretirano. Socialni mediji prinašajo veliko prednosti, kamor spadajo zagotovo odnos s strankami, sodelovanje in tržne raziskave. Za podjetja, ki medsebojno poslujejo, zaposlene in vodilni management je interakcija s potrošniki potém družbenih omrežij nujna (Ott 2010).

Eno od orodij, ki se, kot kaže, zdijo učinkovita, je zagotovo spletna stran RescuTime.com. S te strani si lahko prenesemo datoteko, ki nas opominja, koliko časa preživimo na internetu in spletnih omrežjih. Sami si določimo, koliko časa bomo preživeli npr. na Facebooku, in ko ta čas presežemo, se na desni strani pojavi ikona, da smo presegli zastavljeni čas. Vendar pa kljub takšnim orodjem, ki predstavljajo dober začetek, to ni dovolj. Študija poudarja, da so socialni medij na delovnem mestu razdrobljeni z zaposlenimi. Na podlagi študijske raziskave prihaja do ugotovitve, da je uporaba družbenih medijev na službenem mestu med zaposlenimi, ki uporabljajo divergentna orodja, tako raznolika, da prihaja med zunanjim in

notranjim sodelovanjem do velikih razpotij. Do boljšega upravljanja z družbenimi mediji in elektronsko pošto ter posledično uresničenja podjetniških ciljev bi pripomogla uporaba koristnih orodij (Ott 2010).

Novejša raziskava Fakultete za psihologijo na Univerzi v Bergnu (UIB) je pokazala, da so managerji vedno bolj kritični glede zasebne uporabe socialnih medijev na delovnem mestu. Vodstveni in srednji management imata bolj negativno mnenje glede zasebne uporabe socialnih medijev na delovnem mestu, zanimivo pa je dejstvo, da ravno oni največ brskajo po spletnih straneh. Cecilie Schou Andreassen, zaposlena v UIB, meni, da je to mogoče pojasniti z dejstvom, da ima vodilni management daljši delavnik, njihovo delo in prosti čas sta veliko bolj povezana kot pri t. i. navadnih delavcih (Andreassen 2014).

4.4 Mednarodna raziskava

Eksplozija socialnih medijev po vsem svetu je preoblikovala komunikacijo med ljudmi in odprla nešteto možnosti za navezovanje stikov med skupnostmi, regijami ter posameznimi skupinami. Socialna omrežja temeljijo na vzpostavljanju medsebojnih odnosov in komuniciranju tudi več uporabnikov hkrati iz vsega sveta. S čedalje pogostejšo uporabo socialnih omrežij pa so tudi podjetja primorana spremeniti način poslovanja in prilagoditi strategije tako, da bodo poslovno leto zaključila uspešno.

4.4.1 Uporaba spletnih socialnih medijev med delovnim časom

V nadaljevanju je predstavljena obširna raziskava, ki je zajemala 168 tisoč uporabnikov socialnih omrežij iz 30 različnih držav. Raziskavo je leta 2012 izvedla družba Kelly Services, njihov namen pa je bil ugotoviti, kakšna je uporaba socialnih medijev v profesionalne in zasebne namene na delovnem mestu. Iz raziskave smo zajeli le tiste podatke in informacije, ki so smiselni za potrebe naše naloge.

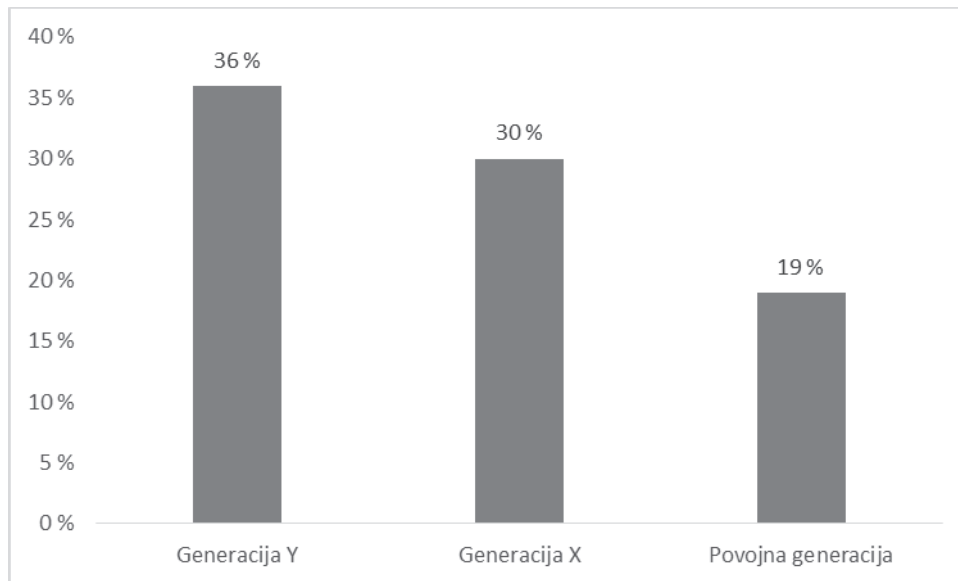
Raziskava je razdeljena na dva dela, po lokacijah in glede na generacijo. Družba je raziskavo razdelila na tri lokacije, in sicer ZDA, Evropa in Bližnji vzhod (EMEA - Europe, Middle East and Africa) ter na azijsko-pacifiška (Asia-Pacific – APAC) skupina.

Glede na generacijo se delijo v tri skupine, in sicer:

- povojna generacija (ljudje, rojeni med letoma 1945–1959);
- generacija X (ljudje, rojeni med letoma 1960 in 1980);
- generacija Y (ljudje, rojeni med letoma 1981 in 2000).

Na prvo vprašanje, ki se glasi: »Ali menite, da je sprejemljivo uporabljati socialna omrežja za zasebno uporabo na delovnem mestu?«, so anketirani glede na generacijo (v %) odgovorili: 36 % anketirancev generacije Y in 30 % generacije X je prepričanih, da je sprejemljivo

uporabljati socialna omrežja za osebno uporabo med delovnim časom, takšnega mnenja pa je le 19 % povojne generacije. Rezultati so predstavljeni v naslednjem grafu.



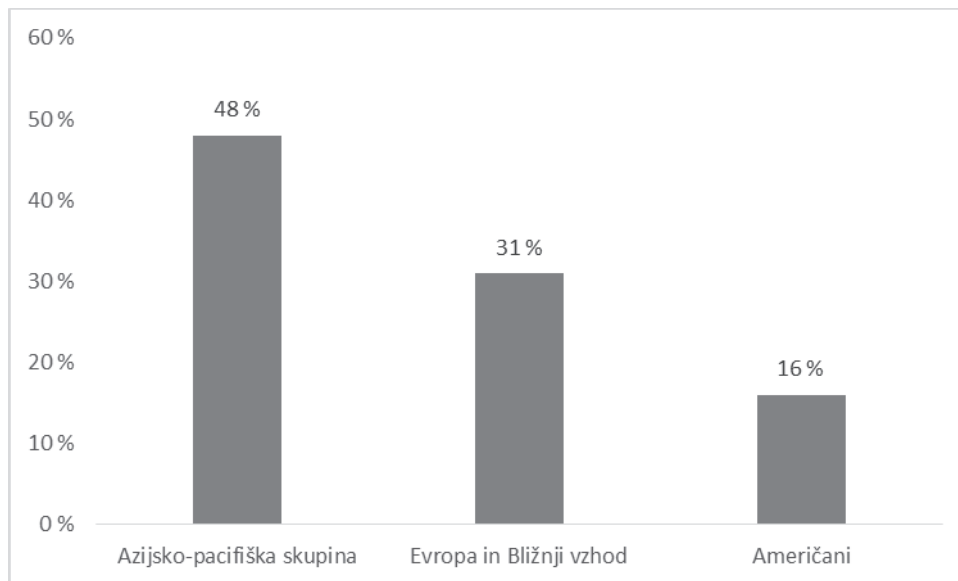
Slika 10: Primerjava odobravanja uporabe socialnih omrežij na delovnem mestu, po generacijah

Vir: Kelly Global Workforce Index 2013, 5.

Z raziskavo je bilo ugotovljeno, da so visokokvalificirani delavci (35 %) bolj naklonjeni uporabi socialnih medijev kot nizkokvalificirani (24 %). To vprašanje je ključnega pomena za zaposlovalno politiko, saj delodajalcem pomaga pri iskanju ustreznih kadrov.

Vprašanje je v veliki meri povezano s starostjo in lokacijo anketirancev. Ni presenetljivo, da so mlajši zaposleni bolj nagnjeni k uporabi socialnih omrežij kot starejši zaposleni. Bolj zgovorni so podatki o kulturnih razlikah, ki so predstavljeni v nadaljevanju.

Na isto vprašanje: »Ali menite, da je sprejemljivo uporabljati socialna omrežja za zasebno uporabo na delovnem mestu?«, so anketirani po lokacijah odgovorili tako: največji odstotek odobravanja socialnih medijev med delovnim časom, in sicer kar 48 % vseh, je na območju Azije in Pacifika, sledijo anketiranci iz Evrope in Bližnjega vzhoda, z 31 %, uporabo socialnih medijev pa najmanj odobravajo anketiranci iz ameriških držav z 16 %. Če pogledamo vse države skupaj, kar 30 % anketirancev (več kot ena četrtnina) odobrava uporabo socialnih omrežij. Anketiranci iz azijsko-pacifiškega območja so približno trikrat bolj naklonjeni uporabi socialnih omrežij za zasebne namene kot ameriški. Rezultati so grafično so predstavljeni v nadaljevanju.



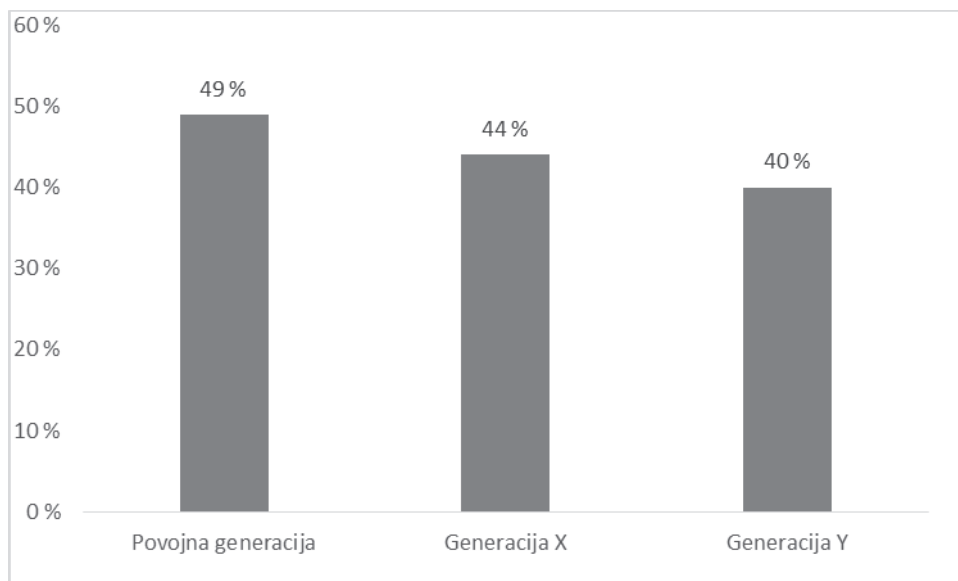
Slika 11: Primerjava odobravanja uporabe socialnih omrežij na delovnem mestu, po regijah

Vir: Kelly Global Workforce Index 2013, 6.

4.4.2 Vpliv socialnih medijev na produktivnost

Kljub temu, da socialni mediji postajajo vedno bolj razširjeni na delovnem mestu, so se med zaposlenimi pojavili resni zadržki glede vpliva na produktivnost, vzdušja med zaposlenimi in zasebnosti na delovnem mestu.

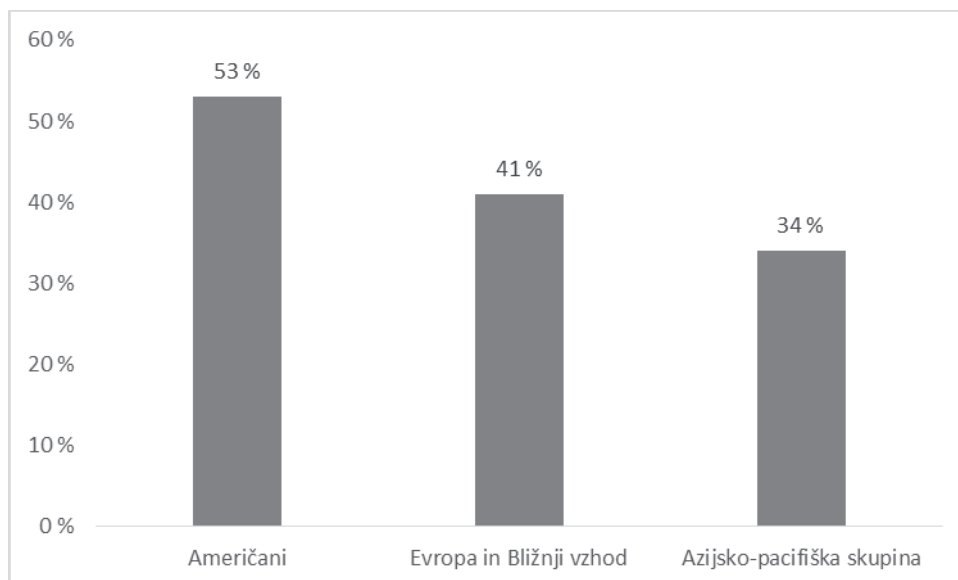
Na vprašanje: »V kolikšni meri se strinjate/ne strinjate, da uporaba socialnih omrežij na delovnem mestu negativno vpliva na produktivnost? (odstotek strinjanja)«, po generacijah, so anketiranci povojne generacije z 49 % najbolj skeptični in najbolj verjamejo, da uporaba socialnih medijev med delovnim časom negativno vpliva na produktivnost. Zanimivo je, da so tudi mlajše generacije podobnega mnenja, saj tako meni 44 % anketirancev generacije X in 40 % anketirancev generacije Y. Rezultati so predstavljeni v sliki 12.



Slika 12: Odstotek strinjanja z uporabo socialnih omrežij, ki negativno vplivajo na produktivnost, po generacijah

Vir: Kelly Global Workforce Index 2013, 8.

Da uporaba socialnih medijev na delovnem mestu negativno vpliva na produktivnost, meni 43 % anketiranih po regijah. Najvišji odstotek takšnih, ki menijo, da socialni mediji ovirajo delo, je v ZDA (53 %), v primerjavi z 41 % anketiranih iz Evrope in Bližnjega vzhoda, ter 34 % anketiranih iz Azijsko-pacifiškega območja. Rezultati so grafično predstavljeni v sliki 13.



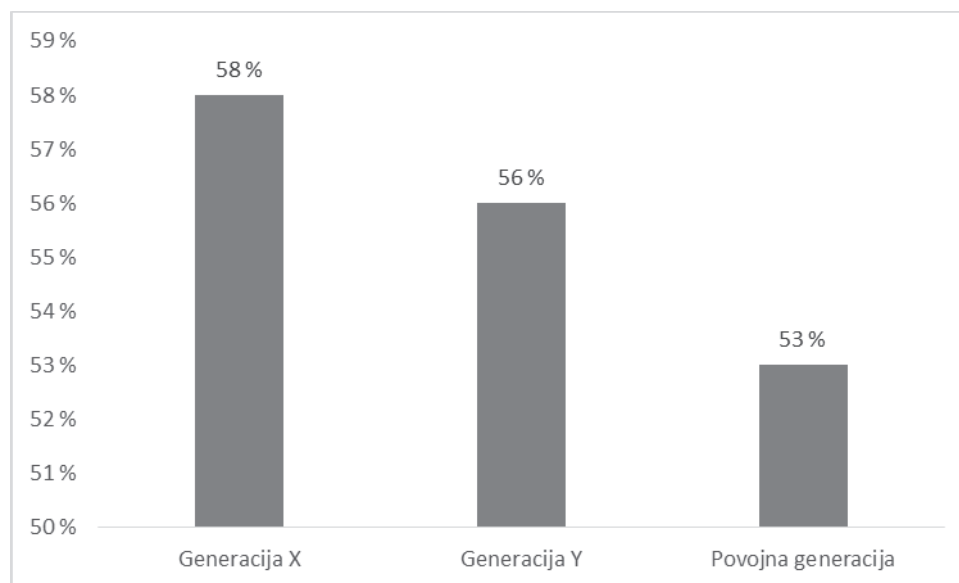
Slika 13: Strinjanje z uporabo socialnih omrežij, ki negativno vplivajo na produktivnost, po regijah

Vir: Kelly Global Workforce Index 2013, 9.

4.4.3 Delovno mesto, zasebnost in zaposlovanje

Za posameznika uporaba socialnih medijev zagotovo predstavlja dvom, ki je povezan z ravnovesjem med poklicnim in zasebnim življenjem, dostopom do poslovnih informacij, poslovno varnostjo ter ugledom podjetja. Pri delodajalcih pa se pogosto postavljajo vprašanja, povezana z uporabo socialnih medijev, kot so dostop informacij o poslovanju s partnerji, konkurenti in informacije o zaposlenih.

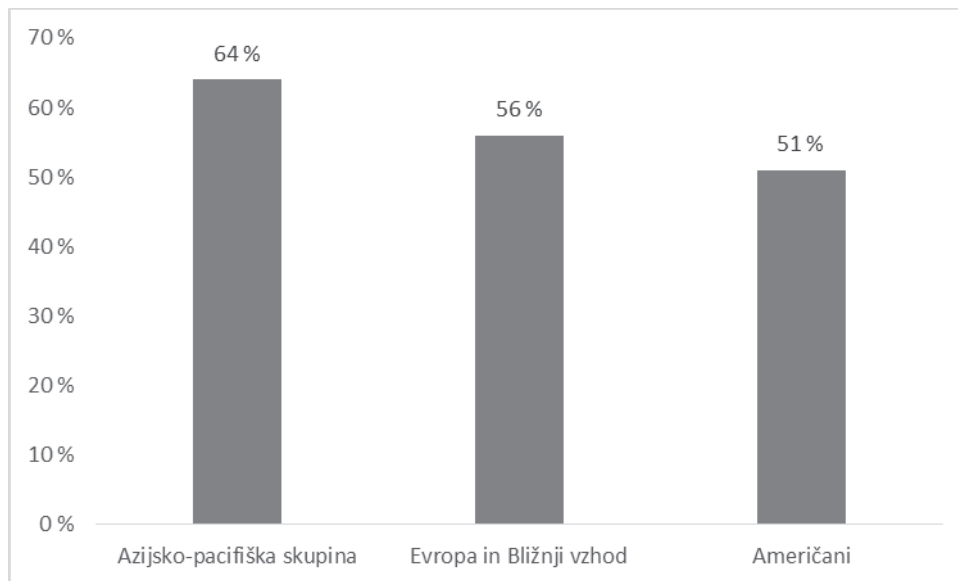
Tretji sklop raziskave, ki je smiseln za našo nalogo, se nanaša na pravice zaposlenega na delovnem mestu. Na vprašanje: »Ali menite, da ima delodajalec pravico do vpogleda spletnih omrežij, ki jih obiskujete? (% odgovora ne po generacijah)«, je velika večina odgovorila, da je to stvar zasebnosti zaposlenega. Najbolj nenaklonjeni so anketiranci generacije X, z 58 %, ki najbolj nasprotujejo temu, da delodajalci nadzirajo njihove spletne socialne strani, sledijo anketiranci generacije Y, s 56 %, s 53 % pa anketirani, ki pripadajo povojni generaciji. Slika 14 prikazuje nestrinjanje anketiranih zaposlenih o pravici delodajalca do vpogleda obiskovanja spletnih strani.



Slika 14: Nestrinjanje zaposlenih o pravici delodajalca do vpogleda obiskovanja spletnih strani, po generacijah

Vir: Kelly Global Workforce Index 2013, 16.

Več kot polovica vseh vprašanih (56 %) meni, da delodajalec nima pravice vpogleda, katere spletne strani obiskujejo. Azijsko-pacifiški anketiranci, ki so največji uporabniki socialnih omrežij (64 %), najmanj verjetno prenašajo delodajalčev dostop do zasebnih vsebin socialnih medijev. Za razliko od njih pa 56 % anketiranih iz Evrope ter Bližnjega vzhoda in 51 % ameriških anketirancev verjame, da njihovi trenutni delodajalci nimajo pravice do vpogleda v njihove spletne socialne strani. Rezultati so grafično prikazani v sliki 15.



Slika 15: Nestrinjanje zaposlenih o pravici delodajalca do vpogleda obiskovanja spletnih strani, po regijah

Vir: Kelly Global Workforce Index 2013, 17.

Zaključimo lahko, da zaposleni na splošno vidijo socialne medije kot povsem osebno stvar. Mnogi uporabljajo omrežja za sprejetje poslovnih odločitev, veliko pa je takšnih, ki uporabljajo socialna omrežja kot orodje pri iskanju zaposlitve. Iz raziskave smo dobili različne odgovore, ki kažejo, da geografska lega pomembno vpliva na sprejetje socialnih medijev kot del nove kulture na delovnem mestu. Pomemben je tudi delež tistih, ki priznavajo, da uporaba socialnih medijev na delovnem mestu zmanjšuje produktivnost zaposlenih. Socialni mediji zagotovo predstavljajo edinstven izziv za delodajalce in zaposlene pri uskladitvi javne ter zasebne uporabe socialnih medijev.

5 RAZISKAVA O POMENU IN UPORABI SOCIALNIH OMREŽIJ MED DELOVNIM ČASOM

Predstavljena je raziskava o pomenu in uporabi socialnih omrežij med delovnim časom, opravljena v dveh slovenskih podjetjih.

5.1 Metodologija

Primarni podatki za raziskavo so zbrani s pomočjo polstrukturiranih intervjujev, ki smo jih nato proučili z metodo analize vsebine.

5.1.1 Polstrukturirani intervju

Podatke smo pridobili s polstrukturiranimi intervjuji. Easterby Smith in drugi (2007) opredeljujejo intervju kot:

[...] priložnost za raziskovalca, da prodre globoko, da odkrije nove ključne točke, odpre nove razsežnosti nekega problema in si zagotovi jasna, natančna, vseobsežna spoznanja, zasnovana na osebni izkušnji.

Večina intervjujev se opravlja v neposrednem stiku med spraševalcem in intervjuvancem.

Individualni intervjuji so bili izvedeni v posameznih podjetjih v obdobju od 5. maja do 5. junija 2015. Posamezni intervju je trajal od 25 do 40 minut, opravili smo ga med delovnim časom. Vzorec sestavljata dve skupini zaposlenih. V vsakem podjetju smo intervjuvali direktorja in sedem zaposlenih. Pri tem smo namenoma iskali zaposlene z različnimi stopnjami izobrazbe, ki uporabljajo socialna omrežja med delovnim časom, saj smo le tako lahko pridobili ustrezne podatke za raziskovalno vprašanje.

Intervju je sestavljen iz dveh sklopov vprašanj, in sicer iz vprašanj za vodje ter zaposlene (Priloga 1). Najprej smo intervjuvali direktorja, nato pa še zaposlene. Pri raziskovanju smo se odločili za namenski vzorec, saj potrebujemo udeležence, ki nam bodo dali najbolj relevantne podatke za našo raziskavo. Tovrstna tehnika je posebej primerna za manjše populacije in za poglobljeno kvalitativno analizo (Lamut in Macur 2012).

Za izvedbo polstrukturiranih intervjujev smo pridobili soglasje vodij in udeležencev. Zaradi precej specifične in občutljive teme smo udeležencem v intervjujih zagotovili anonimnost. Vsakega udeleženca smo označili s črko in številko. Intervjuvanci javnega podjetja so označeni s črko X in številko, iz zasebnega podjetja pa s črko Y in številko. Pred začetkom raziskave smo udeležencem ustno razložili vsebino naloge in jih seznanili s podrobnostmi raziskave. Od vseh udeležencev intervjuja smo pridobili ustno soglasje za zvočni zapis intervjuja s pomočjo snemalnika, ki je omogočal lažjo in bolj kakovostno transkripcijo. Povprečna starost vodij je 50 let, zaposlenih pa 37 let.

5.1.2 Metoda analize vsebine

Pridobljene podatke smo obdelali s pomočjo kvalitativne analize vsebine. Lamut in Macur (2012) opredeljujeta analizo vsebine kvalitativnih podatkov kot obliko analiziranja pisnih gradiv, pri kateri raziskovalec sprva oblikuje seznam kategorij, ki jih bo iskal v analiziranem besedilu. Med analizo vsebine si raziskovalec zabeleži pogostost pojava kategorije in njeno mesto v besedilu. Easterby Smith, Thorpe in Lowe (2007) pravijo, da kvalitativna analiza vsebine podatkov zahteva precej časa, pogosto je tudi draga in potrebuje dobre (obširno vodene) zapiske s terena ali pa dobesedne prepise podatkov. Menijo, da bi metoda morala omogočiti raziskovalcu, da iz podatkov izlušči ključne značilnosti, hkrati pa je treba ohraniti bogastvo materiala, tako da se ga lahko uporabi kot dokaz za izvedene sklepe in zagotovi, da podatki »govorijo sami zase«. Rezultati analize vsebine so predstavljeni kot odgovori na raziskovalna vprašanja.

5.1.3 Predstavitev podjetij in respondentov

V raziskavi so sodelovali predstavniki dveh podjetij, eno iz zasebnega in drugo iz javnega sektorja. Zaradi posebnosti teme smo se odločili tako intervjuvance kot tudi podjetji anonimizirati. Podjetje iz javnega sektorja je označeno z črko X, podjetje iz zasebnega sektorja pa s črko Y. Ostali intervjuvanci so podrobneje predstavljeni v preglednici 9.

Preglednica 10: Struktura vzorca intervjuvancev

<i>Skupina</i>	<i>Oznaka intervjuvanca</i>	<i>Spol</i>	<i>Starost</i>	<i>Stopnja izobrazbe</i>	<i>Vrsta dela</i>
Javno podjetje	X				
Zaposleni	X1	Ženski	30	VI/1. višješolski strokovni program	Pisarniško delo
Zaposleni	X2	Moški	46	V. gimnazijsko, srednje tehniško izobraževanje	Pisarniško delo
Zaposleni	X3	Moški	44	VII. specializacija po visokošolski prog., UN prog., 2. bol. st.	Pisarniško delo
Zaposleni	X4	Ženski	39	VII. specializacija po visokošolski prog., UN prog., 2. bol. st.	Terensko/pisarniško delo
Zaposleni	X5	Ženski	43	IV. srednje poklicno izobraževanje (3 letno)	Pisarniško delo
Zaposleni	X6	Moški	28	V. gimnazijsko, srednje tehniško izobraževanje	Terensko delo/delo za stroji
Zaposleni	X7	Ženski	34	VI/1. višješolski strokovni program	Pisarniško delo
Direktor	X8	Ženski	48	VII. specializacija po visokošolski prog., UN prog., 2. bol. st.	Pisarniško /terensko delo
Zasebno podjetje	Y				
Zaposleni	Y1	Moški	32	IV. srednje poklicno izobraževanje (3-letno)	Pisarniško/terensko delo
Zaposleni	Y2	Moški	45	VII. specializacija po visokošolski prog., UN prog., 2. bol. St	Pisarniško delo
Zaposleni	Y3	Ženski	47	VI/1. višješolski strokovni program	Pisarniško delo
Zaposleni	Y4	Moški	26	IV. srednje poklicno izobraževanje (3-letno)	Delo s stroji
Zaposleni	Y5	Moški	24	IV. srednje poklicno izobraževanje (3-letno)	Terensko delo
Zaposleni	Y6	Ženski	30	VI/1. višješolski strokovni program	Pisarniško delo
Zaposleni	Y7	Ženski	43	VI/1. višješolski strokovni program	Pisarniško delo
Direktor	Y8	Moški	52	VIII/1. specializacija po UN programu, magisterij znanosti	Pisarniško/terensko delo

5.2 Analiza in interpretacija intervjujev

Opravili smo raziskavo o uporabi socialnih omrežij med delovnim časom. Pred začetkom intervjuja smo pridobili splošne demografske podatke o intervjuvanih, ki so nam omogočili boljšo interpretacijo v nadaljevanju (spol, starost, stopnja izobrazbe in sektor, v katerem so zaposleni). V nadaljevanju najprej predstavljamo analizo vsebine na podlagi vprašanj in odgovorov zaposlenih, sledijo vprašanja in odgovori direktorjev ter analiza vsebine in interpretacije teh. Pri analizi vsebine izpostavljam ključne ugotovitve in dodajamo tipične primere odgovorov intervjuvanih. Izbrali smo samo tiste odgovore, ki so z vidika raziskave najbolj pomembni, glede na štiri zastavljena raziskovalna vprašanja, in predstavljajo podlago za končne ugotovitve ter priporočila.

5.2.1 Zaposleni

Prvi del je namenjen analizi intervjujev z zaposlenimi. Pridobljeni podatki so kodirani v štiri kategorije: pomen socialnih omrežij, uporaba socialnih omrežij, produktivnost in prepoved uporabe socialnih omrežij.

Pomen socialnih omrežij

V intervjujih so sodelovali samo zaposleni, ki socialna omrežja uporabljajo med svojim delovnim časom. O pomenu socialnih omrežij smo spraševali samo zaposlene, ne pa tudi direktorjev. Med njimi večina socialnim omrežjem pripisuje velik ali zelo velik pomen. Manjši pomen socialnim omrežjem pripisujejo trije intervjuvanci iz zasebnega sektorja in dva iz javnega, od tega enemu socialna omrežja ne pomenijo nič. *»Socialna omrežja mi ne pomenijo prav nič«* (oseba X4).

Večina intervjuvanih največji pomen socialnih omrežij vidi v ohranjanju osebnega stika. Oseba X1 razlaga:

Imam pa tudi veliko sorodnikov v tujini (ZDA, Nemčija in Švica) in je povezava prek socialnih omrežij edini možni način brezplačne komunikacije.

Menijo, da socialna omrežja pomagajo ustvarjati dolgoročne in stabilne vezi (oseba X2):

Družbena omrežja spodbujajo nastajanje in soustvarjanje novih vsebin, pogosti stiki na omrežjih dolgoročno ustvarjajo močne ter stabilne vezi.

Socialna omrežja pa pripomorejo tudi k vzpostavitvi partnerskih vezi: *»Povem lahko samo to, da sem prek socialnih omrežij našel svojo ljubezen«* (oseba X6). Intervjuvanci tako socialnim omrežjem prevladujoče pripisujejo zelo velik pomen zlasti pri vzpostavljanju socialnih vezi, velik pomen pa vidijo tudi na drugih področjih (oseba Y2):

Dejansko se vse dogaja prek socialnih omrežij. Od študija, iskanja zaposlitve, do sklepanja prijateljstev, novih spoznanj, dogodkov, slik itd.

Intervjuvanec X2 je izpostavil tudi socialna omrežja kot način današnje komunikacije:

Socialna omrežja mi predstavljajo najhitrejši način pridobivanja informacij in način komuniciranja v sodobni družbi.

Trije intervjuvanci, ki so socialnim omrežjem pripisali manjši pomen (eden je dejal, da so socialna omrežja zanj brez pomena), večji pomen pripisujejo osebnemu stiku s prijatelji (oseba X4):

Socialna omrežje mi ne pomenijo prav nič, saj se raje dobim s prijatelji v živo, ob kavici, in si tam povemo vse, kar si imamo povedati.

Oseba X5 pa pojasni: *»Socialna omrežja so prej kot ne namišljene prijateljske vezi.«*

Nadaljuje:

Pravi prijatelji so tisti, ki ti dejansko fizično stojijo ob strani in ne tisti, na katere se lahko zaneseš prek računalnika.

Eden od intervjuvancev, ki socialnim omrežjem pripisuje majhen pomen, ocenjuje, da socialna omrežja celo izrinjajo 'normalne' osebne stike.

Intervjuvanca, ki socialnim omrežjem pripisujeta malo pomena (oz. nič) opravljata večinoma terensko delo in nimata stalnega stika z računalnikom, imata pa več osebnih stikov z ljudmi.

Osebi, ki socialnim omrežjem pripisujeta velik pomen, izstopata s svojo odvisnostjo od socialnih omrežij, saj je to vsako jutro prva stvar, ki jo naredita (oseba X3):

Vsako jutro, ko odprem oči, najprej prek telefona na hitro preletim Facebook in Twitter, nato pa se odpravim v službo.

Oseba Y2 uporablja socialna omrežja predvsem za branje novic in informiranje o aktualnih dogodkih:

Zame predstavlja socialno omrežje način življenja. Zjutraj, namesto, da preberem časopis, odprem enega izmed svojih socialnih omrežij in imam vse novice na enem mestu.

Ravno nasprotno pa dva intervjuvanca (oba zaposlena v zasebnem sektorju) menita, da je vse več ljudi odvisnih od socialnih omrežij (oseba Y4):

Vse več je odvisnežev od socialnih omrežij, ki se enostavno ne znajo več normalno pogovarjati in družiti. [...] Opažam, da veliko mladih na pijači medsebojno komunicira prek telefona, in to celo za isto mizo.

Oseba Y6 pa izpostavi, da zaradi prekomerne uporabe veliko mladih zanemarja svoje aktivnosti: *»Opažam, da veliko mladih zaradi socialnih omrežij zanemarja svoje športne aktivnosti in hobije.«* Osebi Y7 socialna omrežja predstavljajo nek način sproščanja, pri tem pove, *»da je dobro imeti neko stran, kjer lahko daš možgane na off in si dejansko spočiješ od vsega«*. Skoraj vsi intervjuvanci, z izjemo dveh, so mnenja, da socialna omrežja (oseba Y1):

[...] spodbujajo povezovanje in ustvarjanje socialnih odnosov med ljudmi, deljenje različnih dogodkov, interesov in aktivnosti. V bistvu predstavljajo stik z ljudmi, katerih ne vidiš vsak dan.

Dva intervjuvanca menita, da socialna omrežja negativno vplivajo na razvoj in ohranjanje stikov (oseba X5): »*Socialna omrežja so prej kot ne namišljene prijateljske vezi.*« Nadaljuje:

Pravi prijatelji so tisti, ki ti dejansko fizično stojijo ob strani in ne tisti, na katere se lahko zaneseš prek računalnika.

Tudi v literaturi najdemo podobne razlage pomena socialnih omrežij. Fink Grubačevićeva (2012) opredeljuje družbena omrežja kot vsako spletno stran, kjer lahko uporabniki komunicirajo in pridobivajo nove stike z drugimi uporabniki. S pomočjo računalnika se tvorijo virtualne skupnosti, ki zaradi različnih motivov komunicirajo in se z drugimi povezujejo na različne načine. Nadaljnje družbeno omrežje opredeljuje kot (Fink Grubačević 2012):

[...] končno število akterjev in odnose med njimi. Z vezmi, ki se prepletajo znotraj teh odnosov, posameznik dosega cilje, izmenjuje pričakovanja, zahteve in potrebe. Družbena omrežja so postala priljubljeno sredstvo za izmenjavo informacij in multimedijskih vsebin z drugimi.

Boyd in Ellison (2007) navajata, da prek socialnih omrežij potekajo različne možnosti komuniciranja oz. prenašanja informacij tudi s pomočjo elektronske pošte, spletnih klepetalnic in video konferenc. Pri tem nastajajo nove vsebine, ki se kažejo v obliki objavljanja različnih novic, informacij, razmišljanj in z njimi povezanih komentarjev, dodajanja slik ter avdio-vizualnih vsebin.

Uporaba socialnih omrežij med delovnim časom

V skupini X (javno podjetje) z največji uporabo izstopa oseba X3, ki na socialnih omrežjih med delovnim časom preživi skoraj dve uri dnevno. Pove: »*Socialna omrežja uporabljam približno 3 do 4 ure dnevno, od tega polovico na delovnem mestu.*« Nato doda: »*S prijatelji si dopisujemo, poslušamo glasbo in izmenjujemo slike.*« V skupini Y izstopa oseba Y3, ki preživi na socialnih omrežjih med službenim časom več kot dve uri:

Socialnim omrežjem in tovrstnim spletnim vsebinam dnevno namenjam nekje od 4 do 5 ur, med delovnim časom pa zagotovo dobri 2 uri.

Trije intervjuvanci, ki delajo na terenu, porabijo manj časa na socialnih straneh, saj jim narava dela ne omogoča neposrednega stika z računalnikom. Oseba X6 navaja:

Zaradi terenskega dela ne ostane veliko časa za brskanje po spletu, zato spletne storitve uporabljam večinoma doma, v prostem času.

Dva intervjuvanca socialna omrežja uporabljata le redko, saj jim v službi primanjkuje časa (oseba Y4):

Zaradi narave dela malo uporabljam računalnik, saj večinoma delam s stroji, če se zgodi, da se pokaže priložnost, pa uporabljam socialno omrežje nekje 15 minut.

Oseba Y5 pove: »*Iskreno povedano se le redko zgodi, da uporabljam socialna omrežja med delovnim časom.*« Nato nadaljuje:

Večinoma sem na terenu in enostavno ni časa za uporabo tovrstnih omrežij med delovnim časom. Če že, uporabljam socialna omrežja doma.

Trije intervjuvanci, dva iz javnega in eden iz zasebnega sektorja, socialna omrežja uporabljajo od 20 do 30 minut dnevno. »Na socialnih omrežjih preživim približno od 20 do 30 minut dnevno, ponavadi ob jutranji kavici« (oseba X2). Oseba X5 pa dodaja:

Sem uporabnica dveh socialnih omrežij, med službenim časom jih uporabljam, kolikor pač dopušča čas, ponavadi nekje od 20 do 30 minut.

Štirje intervjuvanci, dva iz zasebnega in dva iz javnega sektorja, socialna omrežja uporabljajo po nekaj minut dnevno (oseba X4):

Med delovnim časom opravljam službene dolžnosti in če se zgodi, da ostane nekaj prostega časa, na hitro preletim Facebook, vendar to traja le 5 do 10 minut.

Osebi sta povedali, da socialna omrežja največkrat uporabljata takoj zjutraj (oseba Y7):

Zjutraj, ob kavici, obvezno preletim vse novice na socialnih omrežjih. Dnevno mi uporaba socialnih omrežij v službi vzame nekje do eno uro.

Oseba X2 pa je na to vprašanje odgovorila:

Na socialnih omrežjih preživim približno od 20 do 30 minut dnevno, ponavadi ob jutranji kavici. Sem kar aktiven uporabnik Facebooka, kar pomeni, da pogosto sodelujem v kakšni razpravi in gledam video vsebine.

Trije intervjuvanci socialnim omrežjem med delovnim časom namenjajo približno eno uro (oseba X1):

Na socialnih omrežjih preživim toliko časa, kolikor ga imam na voljo. Veliko je odvisno od količine dela. Velikokrat sem polno zasedena, se pa večkrat zgodi, da delo opravim v nekaj urah in potem ostane čas za zasebne stvari. Na socialnih omrežjih preživim nekje od 45 minut do ene ure.

Iz navedenega lahko povzamemo, da intervjuvanci različno uporabljajo socialna omrežja na delovnem mestu. V javnem podjetju, kjer smo intervjuvali zaposlene, socialna omrežja več časa uporabljajo moški (v povprečju 60 minut), ženske jim v povprečju namenijo le 25 minut. Nasprotno pa je v zasebnem sektorju, saj ženske uporabi socialnih omrežij v povprečju namenjajo 100 minut, moški pa le 22,5 minute. Posledica tega je zagotovo dejstvo, da moški, v tem podjetju, opravljajo večinoma terensko delo.

Markova z Univerze v Kaliforniji je v raziskavi ugotavljala, kolikokrat zaposleni prekinajo svoje delo zaradi uporabe interneta in upravljanja z več kot eno medijsko aktivnostjo hkrati. Ugotovila je, da ljudje ne delujejo neprekinjeno več ur naenkrat, ampak po nekaj minut. Povprečni čas, ki ga porabijo za delo na določeni nalogi brez prekinitve, traja približno tri minute (East b. 1.).

V nadaljevanju je predstavljen seznam dejavnikov, ki zaposlene največkrat vodi v prezentizmu in t. i. izklapljanje na delovnem mestu. Rezultati so predstavljeni v povprečnih minutah dnevno (Nazarali 2013):

- Preverjanje socialnih medijev (povprečno 44 minut dnevno),
- branje spletnih novic (65 minut),
- razpravljanje o neslužbenih aktivnostih s sodelavci (40 minut),
- priprava toplih napitkov (17 minut),
- odmori za kajenje (23 minut),
- pisanje kratkih sporočil (14 minut),
- prehranjevanje na delovnem mestu (8 minut),
- pripravljane hrane v pisarni (7 minut),
- klicanje partnerjev in prijateljev (18 minut) in
- iskanje novih delovnih mest (26 minut).

Strokovnjaki so izračunali, da je optimalno porabljen delovni čas v službi: opravljanje dela 52 minut, nato sledi 17 minut premora oziroma pavze. Večina zaposlenih v raziskavi je teh 17 minut izkoristila za obisk socialnih omrežij, plačevanje položnic in surfanje po internetu, vse več zaposlenih pa pavzo izkorišča za pogovor s sodelavci ali za kratek sprehod (Thompson 2014).

Produktivnost

Vsi intervjuvanci v skupini X, razen osebe X1, so mnenja, da kratkotrajna uporaba socialnih omrežij in interneta med delovnim časom ne zmanjšuje produktivnosti. Oseba X1 meni, da v primeru, ko je delo opravljeno v roku, produktivnost ni nižja:

S tem se ne strinjam. Če pogledam sebe, vem, da je delo vedno opravljeno v določenem roku. Vsak dan najprej opravim svoje obveznosti in delovne naloge v službi, pomagam sodelavcem in če ostane kaj časa, ga porabim še za ogled socialnih omrežij.

Intervjuvanca sta mnenja, da v primeru, če socialna omrežja in internet med delovnim časom uporabljaš le za kratek čas, to ne zmanjšuje produktivnosti (oseba X7):

Če zmerno uporabljaš socialna omrežja med delovnim časom, potem več časa posvetiš delu, ki ga profesionalno opravljaš, zato menim, da v tem primeru produktivnost ni manjša.

Oseba X6 pa izpostavlja, da se postavlja vprašanje, če zaposleni vedo, kaj pomeni zmerna uporaba: »Zmerna uporaba zagotovo ne zmanjšuje produktivnosti. Kaj nekateri razumejo pod zmernost, pa je zelo težko opredeliti.«

Trije intervjuvanci v skupini X se zavedajo, da je odgovornost do dela ključnega pomena (oseba X2):

Menim, da v primeru, ko je uporaba socialnih omrežij med delovnim časom kratkotrajna in ne vpliva na delovni proces, to ne predstavlja težav, saj mora biti posameznik pri tem dovolj odgovoren. Vedeti mora, kdaj lahko uporaba socialnih omrežij vpliva na njegovo delo. Dolgoročno gledano lahko prekomerna uporaba socialnih omrežij privede do negativne produktivnosti, saj zaposleni dela ne opravlja več učinkovito.

V skupini Y so trije intervjuvanci odgovorili, da pretirana uporaba dolgoročno privede do zmanjšane produktivnosti v podjetju (oseba Y4):

Pretirana uporaba socialnih omrežij in interneta med delovnim časom zagotovo zmanjšuje produktivnost, saj zaposleni ni z mislimi pri stvari in tako ne more biti dovolj učinkovit. Res pa je, da je zelo težko delati 8 ur, ponekod celo več, brez premora oz. samo s polurnim premorom za malico.

Oseba Y7 pri tem pojasnjuje:

Sama sem mnenja, da v primeru, ko zaposleni med službenim časom v večji meri dela zasebne stvari, potem se na dolgi rok zagotovo pokaže zmanjšana produktivnost. Če pa socialna omrežja uporablja le za kratek čas (nekaj minut dnevno), to ne vpliva na zmanjšano produktivnost, kvečjemu jo povečuje.

Izpostaviti velja osebo Y6, ki je edina mnenja, da uporaba socialnih omrežij in interneta med delovnim časom za zasebne namene, povečuje produktivnost:

Zanimivo vprašanje. Sama bi dejala, da uporaba socialnih omrežij povečuje produktivnost, seveda v zmerni minutaži. Menim, da zaposleni vsake toliko potrebuje odklop od službenih stvari, da si na hitro zbistri misli in odpočije.

V tej skupini sta dva intervjuvanca, ki sta mnenja, da uporaba socialnih omrežij v zmernih količinah med delovnim časom negativno ne vpliva na produktivnost, se pa negativen vpliv kaže na dolgi rok. Oseba Y1 pove:

Če je uporaba v zmernih količinah, potem to ne bi smelo vplivati na produktivnost. Če pa je uporaba socialnih omrežij med delovnim časom pretirana, se to zagotovo pokaže v zmanjšani produktivnosti zaposlenega.

Oseba Y2 dodaja:

Menim, da v primeru, ko uporabnik uporablja družbena omrežja samo za kratek čas (približno 10 do 15 minut), to ne bi smelo vplivati na produktivnost zaposlenih. Verjamem pa, da je uporabnik, ki v službi ni polno zaposlen, hitreje podvržen družbenim omrežjem. Predvsem se mi zdi, da mlajši zaposleni vse več uporabljajo družbena omrežja, saj so enostavno že zasvojeni z uporabo Facebooka in različnih omrežij. Tudi, če na njem aktivno ne sodelujejo, prebirajo statute in novice drugih, kar se dolgoročno zagotovo pokaže v zmanjšani produktivnosti.

Oseba v tej skupini pa je mnenja, da šteje le dejstvo, da je delo ob koncu delovnega dne tudi opravljeno (oseba Y3):

Menim, če je delo opravljeno pravočasno (v roku 8 ur), potem produktivnost ni manjša. Nekateri lažje delamo tako, da nekaj časa opravljamo službene stvari, nekaj časa pa si vzamemo za zasebne stvari.

Dodaja: *»Ob koncu delavnika šteje le dejstvo, da je delo opravljeno.«*

Rezultati, ki smo jih pridobili z raziskavo, kažejo, da kar 71 % intervjuvanih zaposlenih (5 žensk in 5 moških) meni, da uporaba interneta in socialnih omrežij kratkoročno ne zmanjšujejo produktivnosti zaposlenih. Dobljeni rezultati se ujemajo z obsežno raziskavo podjetja Microsoft, ki je zajemala 10 tisoč vprašanih, v 32 državah. Vprašani iz kar devet držav so navedli, da je prvi pokazatelj zmanjšane produktivnosti prav uporaba socialnih omrežij med delovnim časom. Pri tem 56 % moških in 61 % žensk iz teh držav meni, da uporaba socialnih orodij med delovnim časom negativno vpliva na produktivnost podjetja (Microsoft b. l.).

Približne rezultate najdemo tudi v obsežni raziskavi družbe Kelly Services iz leta 2012, ki je zajemala skoraj 170 tisoč udeležencev. Skoraj 44 % vprašanih (v povprečju) glede na generacijo verjame, da socialna omrežja na delovnem mestu negativno vplivajo na produktivnost. Glede na lokacijo jih največ meni, da uporaba socialnih omrežij med delovnim časom negativno vpliva na produktivnost v Združenih državah Amerike (53 %), sledijo vprašani iz Evrope in Bližnjega vzhoda, z 41 %, ter vprašani iz Azijsko-pacifiškega območja, 34 % (Kelly Global Workforce Index 2013).

Prepoved uporabe socialnih omrežij med delovnim časom

Na vprašanje, kako bi se odzvali, če bi vodstvo prepovedalo uporabo obiskovanja socialnih omrežij oz. blokiralo dostop, je v skupini X pet intervjuvancev dejalo, da bi se z ukrepom strinjalo (oseba X2):

Če bi vodstvo navedlo argumente, ki bi me prepričali, da uporaba socialnih omrežij negativno vpliva na mojo delovno učinkovitost ter uspešnost med delovnim časom in bi se s tem strinjal tudi sam, tega ne bi problematiziral. Dogovor bi upošteval.

Oseba v skupini X bi ukrep sprejela odprtih rok, vendar z razočaranjem (oseba X5):

Vodstvo je tisto, ki postavlja pravila v podjetju in je nekakšen lastnik računalnikov, zato bi ukrep sprejela odprtih rok, vsekakor bi pa bila malo razočarana.

Intervjuvanca v skupini X bi dogovor sicer upoštevala, vendar bi našla način za dostop do socialnih omrežij prek drugih naprav: *»Vsekakor bi me odločitev prizadela, vendar bi socialna omrežja vseeno uporabljala, prek pametnega telefona«* (oseba X1).

Ravno tako bi ravnala tudi oseba X7:

Če bi vodstvo sprejelo takšen ukrep, bi se zagotovo želela z njimi najprej pogovoriti in izvedeti, čemu je to potrebno. V končni fazi bi seveda tak ukrep tudi sprejela, saj nisem lastnik službenega računalnika. Najverjetneje bi še vedno dostopala prek pametnega telefona.

Oseba je izpostavila, da bi v primeru blokade oz. prepovedi uporabe socialnih omrežij občutila omejitvev oziroma osebno stisko (oseba X3):

Zame bi to zagotovo predstavljalo določeno omejitev oz. osebno stisko, saj na omrežjih preživim veliko časa, pametnega telefona pa trenutno še nimam.

V skupini Y bi se vseh šest, z izjemo enega intervjuvanca, strinjalo s prepovedjo oziroma blokado socialnih omrežij na delovnem mestu. Izmed vseh šestih oseb, ki se s prepovedjo strinjajo, izstopa oseba Y2, ki bi ukrep prepovedi sprejela, vendar bi pri tem zahtevala pojasnilo:

Vodje bi se morali zavedati, da je zelo težko biti skoncentriran cel delavnik (ponekod osem ur ali celo več). Vsake toliko časa je potreben hiter odklop od službenih stvari.

Ena izmed intervjuvank pa se s prepovedjo oz. blokado na delovnem mestu ne bi strinjala in bi najverjetneje poiskala pravno pomoč: *»Z ukrepom se nikakor ne bi strinjala, obstaja velika možnost, da bi se pravno pozanimala o ukrepu prepovedi«* (oseba Y3).

Ugotovimo lahko, da v obeh skupinah izstopa po ena oseba, ki se s prepovedjo oz. blokado socialnih omrežij na delovnem mestu ne strinja. Obe osebi sta ženskega spola.

Cornelius (2009) meni, da popolna prepoved socialnih omrežij ni mogoča zaradi možnosti uporabe pametnih telefonov, če se to zgodi, pa ponavadi povzroči le upor in nejevoljo med zaposlenimi. Franca (2010) meni, da bi s popolno prepovedjo socialnih omrežij prepovedali komunikacijo med zaposlenimi v organizaciji in izven nje.

5.2.2 Vodje

Drugi del je namenjen analizi intervjujev z vodji. Podatke smo kodirali v štiri kategorije: uporaba, dostop, večja nagnjenost (v primeru višje izobrazbe), prepoznavnost absentizma in prezentizma, ukrepi ter merjenje produktivnosti.

Uporaba spletnih socialnih omrežij zaposlenih med delovnim časom

Vodji obeh podjetij se zavedata, da njihuni zaposleni uporabljajo socialna omrežja med delovnim časom: *«Dejstvo je, da večina zaposlenih v podjetjih uporablja socialna omrežja med delovnim časom«* (oseba Y8).

Intervjuvani osebi sledita vodilu, da je treba med delovnim časom opravljati službene stvari, prosti čas zaposlenih pa se ju ne tiče. Oseba X8 navaja:

Splošno gledano me, če je delo pravočasno opravljeno, ne moti, vendar pa menim, da je čas, preživet v službi, namenjen delu in ne uporabi različnih socialnih omrežij.

Podoben odgovor je podal tudi vodja zasebnega sektorja:

Sem mnenja, da se med delovnim časom opravlja delovne naloge, v prostem času pa se obiskuje raznovrstne spletne aplikacije, razen v primeru malice. Če zaposleni pregleduje svoje osebne stvari, uporablja elektronsko pošto, plačuje položnice, si dopisuje s prijatelji prek Facebooka, sledi objavam na Twitterju itd. med časom za malico, me načeloma ne moti.

Dodaja pa: *»V primeru, ko zaposleni uporabljajo tovrstna omrežja v času za malico, v tem ne vidim nobenih težav.«* Intervjuvanca sta tudi povedala, da noben od njiju ni uporabnik socialnih omrežij.

Dostop

V obeh skupinah imajo zaposleni možnost dostopa do socialnih omrežij (oseba X8):

Zaposleni v našem organu sicer lahko dostopajo do socialnih omrežij prek službenega računalnika, vendar to ni zaželeno.

Vodja javnega sektorja (oseba X8) bi v primeru zmanjšanje učinkovitosti zaposlenih razmišljala v smeri blokade dostopa do socialnih omrežij:

Če bi se pokazala zmanjšana učinkovitost zaposlenih, bi zagotovo razmišljali tudi v tej smeri in bi blokirali dostop do omenjenih strani.

Oseba Y8 pa o blokadi socialnih omrežij zaenkrat ne razmišlja. Odgovori: *»Pri nas imajo zaposleni prost dostop do interneta, o blokadi trenutno ne razmišljamo.«*

Furlan (2009) razlaga, da je leta 2013 kar 59 % direktorjev iz vsega sveta dejalo, da intenzivno razmišljajo o tem, da bi blokirali tovrstne strani. Največ podjetij, kjer so se že odločili za blokado socialnih omrežij, prihaja iz Nemčije (23 %) in Avstralije (21%).

Večja nagnjenost (v primeru višje izobrazbe)

Na vprašanje, ali je res, da naj bi bili višji vodstveni delavci bolj nagnjeni k uporabi socialnih omrežij med delovnim časom, sta osebi X8 in Y8 odgovorili različno. Oseba X8 je mnenja, da nižje izobraženi pogosteje uporabljajo socialna omrežja, kot višje izobraženi:

Menim, da nižje izobraženi bolj pogosto uporabljajo socialna omrežja, saj so zaposleni z višjo izobrazbo zaradi zahtevnosti dela večinoma prezasedeni in nimajo časa uporabljati socialnih omrežij med delovnim časom.

Nasprotno kot oseba X8, pa oseba Y8 izpostavlja, da so zaposleni z višjo izobrazbo večji uporabniki socialnih omrežij, kot zaposleni z nižjo izobrazbo:

Zaposleni z višjo izobrazbo in delom v pisarnah pogosteje uporabljajo internet v zasebne namene ter socialna omrežja kot nižje izobraženi, ravno zaradi tega, ker (ponavadi) ljudje z nižjo izobrazbo niso toliko večji oz. seznanjeni z uporabo računalnika in interneta.

Zaključimo lahko, da v našem primeru noben od direktorjev nima registriranega svojega uporabniškega profila na katerem izmed socialnih omrežij. Intervjuvani osebi imata nasprotujoče si mnenje glede nagnjenosti do uporabe socialnih omrežij.

Ugotovitve lahko primerjamo z raziskavo, ki kaže, da višji vodstveni delavci uporabljajo socialna omrežja pogosteje kot mlajše generacije, in sicer skoraj tri četrtine (71 %) vprašanih jih uporablja vsaj enkrat tedensko. Več kot polovica vodstvenih delavcev (54 %) je prepričanih, da socialna omrežja izboljšujejo produktivnost. Tri četrtine vodstvenih delavcev je mnenja, da socialna omrežja izboljšujejo konkurenčnost, in sicer (Marotte 2012):

- z združevanjem idej in misli z geografsko razpršenih skupin (79 %);
- s produktivnostjo (76 %);
- z možnostjo hitrejšega iskanja informacij, ljudi in hitrejšega prenosa znanja.

Prepoznavnost absentizma, prezentizma, ukrepi in merjenje produktivnosti

Intervjuvana oseba javnega sektorja na drugačen način prepozna absentizem in prezentizem kot vodja zasebnega sektorja. *Oseba X8 navaja:*

Absentizem in prezentizem prepoznavam prek pogovorov z zaposlenimi, in sicer po tem, koliko so osredotočeni na delovni proces. V primeru, da ta problem obstaja, ga skušam reševati z nasveti in reševanjem problematičnih situacij. Vsekakor pa menim, da onemogočanje uporabe socialnih omrežij na delovnem mestu, če pri tem ne gre za zasvojenost, ne vpliva na absentizem oz. prezentizem.

Oseba Y8 odgovarja, da je absentizem povezan z zdravstvenimi težavami. *»Absentizem razumemo kot odsotnost zaposlenih z dela zaradi bolezni«* (oseba Y8).

Intervjuvani osebi navajata različne ukrepe za zmanjševanje absentizma in prezentizma. Oseba X8 je poudarila redno osveščanje zaposlenih o dejanskem stanju v podjetju, pomoč zaposlenim z zdravstvenimi težavami in različne izobraževalne programe:

Prvi ukrep je zagotovo osveščanje zaposlenih o stanju v organizaciji, drugi ukrep so pomoč zaposlenim, ki imajo zdravstvene težave, in različni izobraževalni programi.

Oseba Y8 pa je navedla fleksibilnost dela, samoorganizacijo delovnega časa in opravił zaposlenih:

Ukrepi za zmanjšanje absentizma in prezentizma se kažejo v večji fleksibilnosti dela, predvsem v smislu samoorganizacije delovnega časa in opravił zaposlenih (ta morajo sovpadati z vizijo in s cilji podjetja). Zasebne potrebe vsakega zaposlenega se obravnavajo individualno in se skušajo uskladiti z vizijo ter cilji podjetja. S takšnim načinom smo zmanjšali odsotnost z dela iz 25 na samo 2 % letno.

Vodji imata različen način merjenja produktivnosti. Oseba X8 produktivnost meri s številom uspešno rešenih primerov, tudi na terenu, in dodaja:

Produktivnost merimo s številom uspešno rešenih primerov (pritožb ...) ter uspešno rešenih zadev na terenu, uspešnost, kot npr. pri ugotavljanju kršiteljev cestno-prometnih predpisov, pa merimo s številom kršitev - manj kot jih je, večja je uspešnost (preventiva).

Oseba Y8 produktivnost meri z dodano vrednostjo na zaposlenega, pomembno pa je predvsem zadovoljstvo strank:

Produktivnost oziroma uspešnost merimo z dodano vrednostjo na zaposlenega, roi, roa, ebit ..., kot tudi z zadovoljstvom deležnikov, predvsem strank.

Podjetji z različnima dejavnostma imata torej različne načine prepoznavnosti absentizma in prezentizma, različne ukrepe za obvladovanje teh ter raznolike kazalnike za merjenje produktivnosti.

Planinc Rozmanova (2014) opredeljuje absentizem kot kakršnokoli odsotnost z delovnega mesta zaradi bolezni, poškodb in drugih zdravstvenih (ali bodisi nezdravstvenih) razlogov. Stopnja absentizma se meri na osnovi zabeleženih dni odsotnosti z dela za zaposlene. Pojav prezentizma pa se meri na osnovi spremljanja prisotnosti zaposlenih na delovnem mestu, kljub bolezni ali slabemu počutju zaradi kroničnih obolenj ali drugih motečih dejavnikov in so ponavadi razlog za zmanjšano učinkovitost zaposlenih. Pojav absentizma lažje spremljamo, saj v tem primeru zaposleni ne pridejo na delo (zabeležena odsotnost z dela). Drugače je pri prezentizmu, pri katerem ne moremo natančno oceniti, kdaj in v kolikšni meri zdravstvene težave posameznika (bolezen) vplivajo na njegovo delovno učinkovitost in rezultate. Na zunaj lahko posameznik deluje dobro, vendar ne moremo oceniti njegovega trenutnega počutja (Planinc Rozman 2014).

Težje prepoznan prezentizem znatno vpliva na učinkovitost in uspešnost zaposlenih, dolgoročno pa vodi k slabšanju njihovega zdravstvenega stanja ter odsotnosti z dela – absentizmu. Iz slovenske in tuje literature lahko sklepamo, da se v podjetjih, kjer je prisoten prezentizem, kaže zmanjšana učinkovitost zaposlenih v neizvedenem ali slabo izvedenem delu, večjem številu napak, nedoseganju dogovorjenih rokov ter nižji kakovosti izvedenih storitev za stranke. Vse to predstavlja tveganja za podjetja, da nastajajo zaradi stresa in prezentizma stroški, kar pa vpliva tudi na nekonkurenčnost podjetja in poslovno neuspešnost (Planinc Rozman 2014).

6 UGOTOVITVE IN PRIPOROČILA

V nadaljevanju so podrobneje predstavljene ugotovitve in priporočila po posameznih raziskovalnih vprašanjih.

6.1 Ugotovitve glede na zastavljena raziskovalna vprašanja

Poudariti je treba, da zaradi majhnosti vzorca (16 intervjujev) rezultatov ne moremo posploševati na vse zaposlene in podjetja, lahko pa pridobimo vsaj približen vpogled uporabe socialnih omrežij med delovnim časom. V nadaljevanju so predstavljene ugotovitve na štiri raziskovalna vprašanja.

Ali so zaposleni v javnem sektorju med delovnim časom bolj aktivni na področju socialnih omrežij kot zaposleni v zasebnem sektorju?

Socialna omrežja predstavljajo način vsakdanjega življenja, vsakodnevno obvezno rutino. Uporabnikom nudijo različne načine komuniciranja in povezovanja z ljudmi. S pomočjo pridobljenih podatkov smo izračunali, da intervjuvani zaposleni v javnem sektorju porabijo povprečno 43 minut za uporabo socialnih omrežij, intervjuvani zaposleni v zasebnem sektorju pa 45 minut. S pomočjo odgovorov, ki smo jih pridobili z intervjuji, lahko ugotovimo, da so intervjuvani zaposleni v javnem sektorju dejavnejši pri uporabi socialnih omrežij, kot intervjuvani zaposleni v zasebnem sektorju, saj so večkrat izpostavili svoje sodelovanje in aktivnost na socialnih omrežjih. Intervjuvani zaposleni v javnem sektorju svojim aktivnostim namenjajo povprečno po 47,5 minute dnevno, intervjuvani zaposleni v zasebnem sektorju pa aktivnostim na socialnih omrežjih namenjajo povprečno po 26,6 minute dnevno.

Glede na pridobljene rezultate lahko sklepamo, da intervjuvani zaposleni v javnem sektorju dnevno socialna omrežja uporabljajo manj časa, po drugi strani pa so na socialnih omrežjih dejavnejši kot intervjuvani zaposleni v zasebnem sektorju.

Kako (omejen) dostop do interneta in socialnih omrežij med delovnim časom vpliva na produktivnost zaposlenih?

Nekatere raziskave po svetu kažejo, da uporaba spletnih orodij med delovnim časom negativno vpliva na produktivnost zaposlenih in posledično na celotno podjetje (Nucleus research 2009). Spet druge študije poudarjajo, da obstaja pozitiven odnos do uporabe socialnih medijev in interneta, ki se kaže predvsem pri iskanju in pregledovanju splošnih informacij. Študija iz leta 2013 na primer pokaže, da socialni mediji omogočajo zaposlenim, da oblikujejo skupnosti za ustvarjanje in izmenjavo znanja, več medsebojno sodelujejo ter izboljšujejo komunikacijske poti, s tem pa se povečuje produktivnost zaposlenih (Munene in Nyaribo 2013).

Iz podatkov, ki smo jih pridobili s pomočjo raziskave, lahko sklepamo, da v primeru, ko je uporaba socialnih omrežij in interneta med delovnim časom majhna oz. kratkotrajna, to ne vpliva na delovni proces in produktivnost. Vsi udeleženci raziskave menijo, da prekomerna uporaba omenjenih storitev dolgoročno lahko privede do negativne produktivnosti.

Ugotovimo lahko, da če bi nadrejeni omejili oz. prepovedali uporabo socialnih omrežij in interneta med delovnim časom, bi nekaj zaposlenih dostopalo prek drugih naprav (t. i. pametnih telefonov). Nekateri so mnenja, da bi omejen oz. prepovedan dostop spremenil odnos zaposlenih do vodstva, ki se kaže v zmanjšanem zaupanju, zaposleni pa se morajo zavedati, da so delodajalci tisti, ki so lastniki in upravljavci interneta v organizacijah, zato morajo vedeti, da je sistem namenjen službeni rabi in ne uporabi socialnih omrežij in interneta za zasebne namene. V zasebnem sektorju bi se intervjuvani zaposleni lažje sprijaznili z omejenim dostopom oz. prepovedjo uporabe socialnih omrežij, kot intervjuvani v javnem sektorju. V primeru omejenega dostopa pa se produktivnost najverjetneje ne bi zmanjšala, saj bi bili zaposleni primorani sprejeti novi način politike poslovanja v podjetju.

Ali zaposleni na višjih položajih – z višjo izobrazbo – preživijo več časa na socialnih omrežjih kot zaposleni z nižjo izobrazbo?

Andreassenova (2014) v svoji študiji dokazuje, da so ljudje z višjo izobrazbo najbolj aktivni uporabniki socialnih medijev. Posledica naj bi bilo dejstvo, da so zaposleni z višjo izobrazbo bolj seznanjeni z uporabo računalnika, tiste z višjo izobrazbo pa je tudi manj strah, da bi izgubili službo, kot tiste na nizko-statusnih delovnih mestih (Andreassen 2014).

Zaposleni z višjo izobrazbo (v vzorcu so bile zajete univerzitetna, visoka in višja šola) porabijo povprečno 65 minut, zaposleni z nižjo izobrazbo (v vzorcu sta bili zajeti gimnazija in srednja šola) pa povprečno 20 minut. Rezultate smo pridobili s pomočjo raziskave, vendar je treba poudariti, da zaradi majhnosti zajetega vzorca rezultate ne gre pospeševati na celotno populacijo. Glede na primerjavo podatkov, ki smo jih pridobili z raziskavo, lahko torej sklepamo, da zaposleni z višjo izobrazbo preživijo več časa na socialnih omrežjih, kot zaposleni z nižjo izobrazbo.

Na kakšen način lahko vodstva prepoznajo prezentizem in absentizem ter s katerimi ukrepi lahko prispevajo k zmanjševanju (obvladovanju) tega?

Vodstvo javnega sektorja je dejalo, da prepozna absentizem in prezentizem prek pogovorov z zaposlenimi in njihove osredotočenosti na delovni proces. Če se pokaže problem, ga skušajo rešiti s svetovanjem. V kolikor ugotovijo, da je zaposleni nesposoben opravljati delo, mu predlagajo možnost dopusta, s ciljem nadaljnjega učinkovitega dela. Ukrepi se kažejo v osveščeni zaposlenih o stanju v organizaciji, pomoči tistim zaposlenim, ki imajo zdravstvene težave in z različnimi edukacijskimi programi.

Vodstvo zasebnega sektorja razume absentizem kot odsotnost zaposlenih z dela zaradi bolezni. Ukrepi za zmanjšanje absentizma in prezentizma se kažejo v večji fleksibilnosti dela (v smislu samoorganizacije delovnega časa in opravil zaposlenih, ki morajo biti usklajeni z vizijo ter cilji podjetja). Zasebne potrebe vsakega zaposlenega se obravnavajo individualno in se skušajo »sinhronizirati« s vizijo ter cilji podjetja. S takšnim načinom so, denimo, že zmanjšali odsotnost z dela iz 25 % na samo 2 % letno.

Naša naloga je, da ustvarimo stimulatívno delovno okolje, v katerem bodo zaposleni in delodajalci znali prepoznati prezentizem ter se mu bodo tudi izogibali. Rešitev za to je enostavna – delovati moramo preventívno. Za podjetje je to velika sprememba, ki zahteva veliko napora in predvsem vztrajnosti, vendar se trud povrne. Sprememba v miselnosti podjetja, oblikovanje dobrih medsebojnih odnosov s sodelavci in vzpostavitev organizacijske kulture, v kateri bo zdravje zaposlenega največja vrednota, so najboljša dolgoročna naložba, za katero se lahko odločimo.

6.2 Priporočila

Ne glede na to, da se vse več podjetij srečuje s problemom prekomerne uporabe socialnih omrežij zaposlenih med delovnim časom, jim velja priporočiti izdelavo pravilnika oz. varnostnih pravil, ki bi v prihodnje določala pravila uporabe socialnih omrežij med delovnim časom ter kasnejši nadzor nad spoštovanjem tega.

Vsebina pravilnika socialnih omrežij je odvisna od delodajalca in od narave njihovega poslovanja. Nekateri bodo želeli popolno prepoved uporabe socialnih omrežij na delovnem mestu in omejitev v prostem času. Drugi pa bodo uporabo družbenih omrežij celo spodbujali. Vendar večina delodajalcev ubere srednjo pot in spodbuja pozitivne vidike socialnih omrežij, kot so povezovanje ter razvoj novih poslovnih priložnosti, s hkratnim zavedanjem možnih nevarnosti in pasti. Podjetju, ki se sooča s problemom uporabe socialnih omrežij zaposlenih na delovnem mestu, tako predlagamo uvedbo dobre in zanesljive politike glede uporabe socialnih omrežij. Podjetja naj uveljavijo načela, podobna tistim, ki jih imajo glede elektronske pošte in interneta. Zelo pomembni sta tudi zagotavljanje smernic usposabljanja, v smislu izobraževalnih programov, in komunikacija glede vsebine sprejetih politik. Vanjo je treba vključiti vse nove zaposlene in omogočiti obnovitvene tečaje za obstoječe zaposlene. Zavedanje nevarnosti, ki jih prinašajo socialna omrežja in izobraževanje zaposlenih, je ključnega pomena.

Raziskava, ki je zajela 315 ameriških podjetij, je pokazala, da 57 % delodajalcev uporablja aktivne varnostne politike glede socialnih omrežij, večina tistih, ki imajo omejen dostop (81 % podjetij), pa zaposlujejo celo ljudi, ki skrbijo za dosledno izvajanje varnostnih politik. Kar 62 % podjetij pa ne dovoli uporabe socialnih omrežij na delovnem mestu (Armstrong 2010).

Za delodajalce predstavlja uporaba interneta med delovnim časom velik in še vedno težko izmerljiv problem, kajti čeprav imajo zaposleni na službenem računalniku omejen oz. blokiran dostop do uporabe spletnih vsebin, se z razvojem tehnologije, ki je iz dneva v dan boljša in človeku bolj enostavna, lahko s pomočjo ostalih tehnično izvršenih izdelkov (pametni telefoni, prenosni računalniki, ure) uporabljajo, kadarkoli to želijo. Delodajalci morajo s svojimi zaposlenimi najti skupen dialog glede uporabe socialnih omrežij med delovnim časom. Zagotovo pa je pri vsem tem prisotnega veliko skepticizma.

Družabna omrežja so lahko dovolj učinkovito orodje le, če ga znamo negovati in pravilno vzdrževati. Številne študije in raziskave po svetu kažejo, da je uporaba spletnih omrežij med službenim časom spremenila način poslovanja, v rokah vsakega posameznika pa je, ali bo v službi svoj čas namenil delu ali pa uporabi družbenih omrežij v zasebne namene.

7 SKLEP

Nesporno dejstvo je, da se je komunikacija v zadnjih dveh desetletjih zaradi informacijsko-tehnoloških rešitev, uporabe in interneta ter socialnih omrežij v sodobnem svetu zelo spremenila. Delodajalci se zaradi čedalje večje priljubljenosti uporabe družbenih omrežij med delovnim časom sprašujejo, kako njihova uporaba vpliva na delovni proces.

Čeprav nekatere raziskave kažejo, da lahko družbena omrežja podjetjem oziroma organizacijam prinašajo številne prednosti, pa so na drugi strani izpostavljeni različnim tveganjem. Uporaba interneta in socialnih omrežij se med delovnim časom v sodobnem svetu povečuje, kar pomeni, da se srečujemo s t. i. pojavom posebne oblike prezentizma zaradi uporabe interneta in socialnih omrežij na delovnem mestu, ki ima ponekod že signifikanten vpliv na način poslovanja podjetij ter ustanov.

Čeprav je raziskava omejena na majhen vzorec podjetij in intervjuvancev, lahko ugotovimo, da je uporaba interneta in socialnih omrežij med delovnim časom navzoča v obeh obravnavanih podjetjih. Intervjuvani zaposleni v zasebnem sektorju časovno bolj pogosto uporabljajo socialna omrežja kot intervjuvani zaposleni v javnem sektorju, so pa intervjuvani zaposleni v javnem sektorju dejavnejši pri uporabi družbenih omrežij med delovnim časom kot zaposleni v zasebnem sektorju. Zaključimo lahko, da je uporaba socialnih omrežij večja pri intervjuvanih zaposlenih z višjo oziroma visoko izobrazbo.

V magistrski nalogi smo predpostavljali, da so zaposleni z višjo izobrazbo (na višjih delovnih mestih) pri uporabi socialnih omrežij dejavnejši kot zaposleni z nižjo izobrazbo, kar se je v nalogi tudi potrdilo. Zanimalo nas je tudi, ali mlajši zaposleni uporabljajo socialne medije za na delovnem mestu bolj kot starejši zaposleni, kar smo v nalogi prav tako potrdili. V primeru omejenega dostopa do interneta in socialnih omrežij pa produktivnost zaposlenih ni manjša.

Za nadaljnje raziskovanje bi bilo smiselno opraviti raziskavo med zaposlenimi v različnih panogah, na različnih področjih, saj bi bilo zanimivo videti, koliko časa imajo zaposleni, če sploh, na voljo za uporabo socialnih omrežij med delom pri blagajni ali za tekočim trakom.

S pojavom interneta in socialnih omrežij je tako prišlo do novega fenomena na delovnih mestih - nešteto izgubljenih ur, porabljenih na internetu za vsebine, ki niso povezane z delovnimi dolžnostmi. Izgubljena produktivnost pomeni hkrati tudi izgubljeni dobiček, kar je v današnjem, tekmovalno naravnem podjetništvu nevarno, saj je ravno produktivnost ključna za preživetje podjetij. Ustvarjanje produktivnega delovnega mesta je ključnega pomena za povečanje dobička določenega podjetja in formula za uspešnost v današnjem gospodarstvu.

V prihodnosti se bodo podjetja zagotovo še pogosteje srečevala s tovrstno obliko prezentizma, zato bosta ključnega pomena za pravilno uporabo družbenih omrežij in spleta predvsem poznavanje nevarnosti ter izobraževanje zaposlenih, kot tudi skrb za varnost in zasebnost.

LITERATURA IN VIRI

- 24 ur. 2014a. *Leta 2029 bodo računalniki pametnejši od nas: znali se bodo šaliti in celo spogledovati*. [Http://m.24ur.com/index.php?article_id=3998906](http://m.24ur.com/index.php?article_id=3998906) (1. 3. 2014).
- 24 ur. 2014b. *Prvi pametni telefon praznuje že 20. rojstni dan*. [Http://www.24ur.com/novice/it/prva-pametni-telefon-slavi-ze-20-rojstni-dan.html](http://www.24ur.com/novice/it/prva-pametni-telefon-slavi-ze-20-rojstni-dan.html) (11. 9. 2014).
- Acas. B. I. *Social media*. [Http://www.acas.org.uk/index.aspx?articleid=3375](http://www.acas.org.uk/index.aspx?articleid=3375) (11. 9. 2014).
- Amon, Bojan. 2014. *Profesionalno lenarjenje*. [Http://www.siol.net/novice/svet/2014/11/profesionalno_lenarjenje.aspx](http://www.siol.net/novice/svet/2014/11/profesionalno_lenarjenje.aspx) (24. 11. 2014).
- Andreassen, Kim. 2014. *Bosses use private social media more than staff*. [Http://phys.org/news/2014-06-bosses-private-social-media-staff.html](http://phys.org/news/2014-06-bosses-private-social-media-staff.html) (26. 10. 2014).
- Armstrong, Illena. 2010. *Shining the »spotlight« on social media*. [Https://www.websense.com/assets/reports/report-scmag-social-media-issue-en.pdf](https://www.websense.com/assets/reports/report-scmag-social-media-issue-en.pdf) (11. 5. 2015).
- Ashford, Warwick. 2012. *Public sector leads on social media use, says KPMG*. [Http://www.computerweekly.com/news/2240173022/Public-sector-leads-on-social-media-use-says-KPMG](http://www.computerweekly.com/news/2240173022/Public-sector-leads-on-social-media-use-says-KPMG) (7. 11. 2014).
- Baker, Wayne E. 2000. *Building social capital as an organizational competence*. [Http://www.bus.umich.edu/ft/baker.htm](http://www.bus.umich.edu/ft/baker.htm) (3. 5. 2015).
- Bernik, Mojca, Jože Florjančič in Vladislav Rajkovič. 2003. Analiza vzrokov absentizma s pomočjo orodij za izkopavanje podatka. V *Zbornik 22. mednarodne konference o razvoju organizacijskih ved*, ur. Jože Florjančič, Marija Ovsenik, Marko Ferjan, Robert Leskovar, Jure Kovač in Tone Ljubič, 59–63. Kranj: Moderna organizacija.
- Bloomberg. 2012. *Evolution of touch: how we control technology*. [Http://www.bloomberg.com/slideshow/5/2012-03-05/evolution-of-touch-how-we-control-technology.html](http://www.bloomberg.com/slideshow/5/2012-03-05/evolution-of-touch-how-we-control-technology.html) (11. 9. 2014).
- Boase, Jeffrey, John B. Horrigan, Barry Wellman in Lee Rainie. 2006. *The internet and email aid users in maintaining their social networks and provide pathways to help when people face big decisions*. [Http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2006/PIP_Internet_ties.pdf](http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2006/PIP_Internet_ties.pdf) (6. 11. 2013).
- Boyd, Danah M. in Nicole B. Ellison. 2007. *Social network sites: definition, history, and scholarship*. [Http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf](http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf) (3. 5. 2015).
- Božič, Jasna. 2011. *Obvladovanje psihosocialnih tveganj na delovnih mestih: izbor primerov dobre prakse v domačih in tujih podjetjih*. Ljubljana: Univerzitetni rehabilitacijski inštitut Republike Slovenije – Soča.
- Brečko, Daniela. 2012. Prezentizem in delo: na delu, toda v resnici odsotni. *HRM* 10 (45): 32–36.
- Bregar, Lea, Irena Ograjenšek in Mojca Badavž. 2005. *Metode raziskovalnega dela za ekonomiste: izbrane teme*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Center vseživljenjskega učenja obalno-kraške regije. B. I. *Internet: gradivo za začetni tečaj*. [Http://www.lu-koper.si/dokument.aspx?id=241](http://www.lu-koper.si/dokument.aspx?id=241) (15. 9. 2014).

- Com Score. 2007. *German social networking community reaches 14.8 million*.
[Http://www.comscore.com/Insights/Press-Releases/2007/09/Social-Networking-Sites-in-Germany](http://www.comscore.com/Insights/Press-Releases/2007/09/Social-Networking-Sites-in-Germany) (15. 5. 2014).
- Com Score. 2009. *Nine out of ten 25-34 year old U.K. internet users visited a social networking site in may 2009*. [Http://www.comscore.com/Insights/Press-Releases/2009/7/Nine-Out-of-Ten-25-34-Year-Old-U.K.-Internet-Users-Visited-a-Social-Networking-Site-in-May-2009](http://www.comscore.com/Insights/Press-Releases/2009/7/Nine-Out-of-Ten-25-34-Year-Old-U.K.-Internet-Users-Visited-a-Social-Networking-Site-in-May-2009) (15. 5. 2014).
- Cooper, Cary in Philip Dewe. 2008. Well-being-absenteeism, presenteeism, costs and challenges. *Occupational medicine* 58 (8): 522–524.
- Coopmans, Joris W. M. 2007. *Stress related causes of presenteeism amongst South African managers*.
[Http://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/23354/dissertation.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/23354/dissertation.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (15. 4. 2014).
- Cornelius, Doug. 2009. *Online social networking: is it a productivity bust or boon?*
[Http://www.compliancebuilding.com/2009/03/10/online-social-networking-is-it-a-productivity-bust-or-boon/](http://www.compliancebuilding.com/2009/03/10/online-social-networking-is-it-a-productivity-bust-or-boon/) (10. 5. 2015).
- Čelebić, Gorana in Dario Ilija Rendulić. 2012. *Osnovni pojmi informacijske tehnologije*.
[Http://www.itdesk.info/slo/prirocnik/prirocnik_osnovni_pojmi_informacijske_tehnologije.pdf](http://www.itdesk.info/slo/prirocnik/prirocnik_osnovni_pojmi_informacijske_tehnologije.pdf) (25. 6. 2014).
- Darras, Bernard. 1997. *Komunikacija, od začetkov do interneta*. Nova Gorica: Educa.
- Delo. 2010. *Sankcije za uporabo Facebooka med delovnim časom*.
[Http://www.delo.si/druzba/sankcije-za-uporabo-facebook-a-med-delovnim-casom.html](http://www.delo.si/druzba/sankcije-za-uporabo-facebook-a-med-delovnim-casom.html) (1. 3. 2014).
- Dichter, Mark S. in Michael S. Burchart. B. I. *Electronic interaction in the workplace: monitoring, retrieving and storing employee communications in the internet age*.
[Http://www.mlb.com.speech1.html](http://www.mlb.com.speech1.html) (15. 5. 2014).
- East, Nan. B. I. *Internet & productivity in the workplace*.
[Http://www.ehow.com/info_7852220_internet-productivity-workplace.html](http://www.ehow.com/info_7852220_internet-productivity-workplace.html) (26. 10. 2014).
- Easterby Smith, Mark, Richard Thorpe in Andy Lowe. 2007. *Raziskovanje v managementu*. Koper: Fakulteta za management.
- Evropsko sodišče za človekove pravice. 2007. *Case of Copland vs. the United Kingdom*.
[Http://www.bailii.org/eu/cases/ECHR/2007/253.html](http://www.bailii.org/eu/cases/ECHR/2007/253.html) (26. 10. 2014).
- Fastcompany. 2010. *How social media has changed workplace study*.
[Http://www.fastcompany.com/1701850/how-social-media-has-changed-workplace-study](http://www.fastcompany.com/1701850/how-social-media-has-changed-workplace-study) (26. 10. 2014).
- Fink Grubačević, Iris. 2012. *Komunikacija z uporabo družbenega omrežja*.
[Http://porocevalec.ibs.si/sl/component/content/article/44-letnik-2-t-1/145-mag-iris-fink-grubaev-i-komunikacija-z-uporabo-drubenega-omreja](http://porocevalec.ibs.si/sl/component/content/article/44-letnik-2-t-1/145-mag-iris-fink-grubaev-i-komunikacija-z-uporabo-drubenega-omreja) (3. 5. 2015).
- Florjančič, Jože, Marko Ferjan in Mojca Bernik. 1999. *Planiranje in razvoj kadrov*. Kranj: Moderna organizacija.
- Forbes. 2010. *Social media use in the workplace is on the rise*.
[Http://www.forbes.com/sites/velocity/2010/07/12/social-media-use-in-the-workplace-is-on-the-rise/](http://www.forbes.com/sites/velocity/2010/07/12/social-media-use-in-the-workplace-is-on-the-rise/) (22. 10. 2014).

- Franca, Valentina. 2010. *Strahovi in izzivi socialnih omrežij v kadrovske dejavnosti*. [Http://www.energossvetovanje.si/index.php?module=clanki&op=pokazi&clankiID=100#](http://www.energossvetovanje.si/index.php?module=clanki&op=pokazi&clankiID=100#) (1. 5. 2015).
- Franca, Valentina. 2012. *Strahovi in izzivi omrežij v kadrovske dejavnosti*. [Https://delodajalci.mojedelo.com/novica/strahovi-in-izzivi-socialnih-omrezij-v-kadrovske-dejavnosti/d-2564](https://delodajalci.mojedelo.com/novica/strahovi-in-izzivi-socialnih-omrezij-v-kadrovske-dejavnosti/d-2564) (24. 1. 2014).
- Franca, Valentina. 2012. *Strahovi in izzivi socialnih omrežij v kadrovske dejavnosti*. [Http://www.energossvetovanje.si/index.php?module=clanki&op=pokazi&clankiID=100](http://www.energossvetovanje.si/index.php?module=clanki&op=pokazi&clankiID=100) (10. 5. 2015).
- Friedl, Aleš. 1990. Absentizem–nastavak raziskav. *Antrophos* 2 (1/2): 33–34.
- Furlan, Miha. 2013. *Socialna omrežja v zadnjih mesecih prepovedalo rekordno število podjetij*. [Http://www.financnitrgi.com/novice/radar/socialna-omrezja-v-zadnjih-mesecih-prepovedalo-rekordno-stevilo-podjetij](http://www.financnitrgi.com/novice/radar/socialna-omrezja-v-zadnjih-mesecih-prepovedalo-rekordno-stevilo-podjetij) (10. 5. 2015).
- Grubelnik, Vlado. B. I. *Astronomija na internetu*. [Http://lizika.pfmb.uni-mb.si/~vlado/astro/astro/astro.pdf](http://lizika.pfmb.uni-mb.si/~vlado/astro/astro/astro.pdf) (5. 5. 2015).
- Gründemann, R. W. M. in C. V. van Vuuren. 1997. *Preventing absenteeism at the workplace*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Guna, Jože, Jure Žilavec, Matevž Pogačnik, Sašo Tomažič, Andrej Kos in Janez Bešter. 2010. *Večmodalna interakcija v navideznih okoljih*. [Http://www.ltfе.org/wp-content/uploads/2010/08/Inovativni-vmesniki-in-na%C4%8Dini-interakcij.pdf](http://www.ltfе.org/wp-content/uploads/2010/08/Inovativni-vmesniki-in-na%C4%8Dini-interakcij.pdf) (21. 1. 2014).
- Hansen, Claus D. in Johan H. Andersen. 2008. Going ill to work-what personal circumstances, attitudes and workrelated factors are associated with sickness presenteeism? *Social Science & Medicine* 67 (6): 956–964.
- Hemp, Paul. 2004. Presenteeism: at work-but out of it. *Harvard Business Review* 82 (10): 49–58.
- Hoffman, Paul. 1996. *Vse o internetu & World wide webu*. Ljubljana: Narodna in univerzitetna knjižnica.
- Horvat, Jernej. 2014. *Kam nas pelje razvoj pametnih telefonov?* [Http://www.rtvslο.si/znanost-in-tehnologija/osebni-racunalniki-tablice-pametni-telefoni-kaj-pravijo-prodajne-stevilke/345343](http://www.rtvslο.si/znanost-in-tehnologija/osebni-racunalniki-tablice-pametni-telefoni-kaj-pravijo-prodajne-stevilke/345343) (11. 9. 2014).
- Huesca, Robert in Brenda Dervin. 1996. *Rethinking the journalistic interview: empowering sources to name the world*. [Http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9612b&L=aejmc&T=0&F=&S=&P=12497](http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9612b&L=aejmc&T=0&F=&S=&P=12497) (6. 5. 2015).
- Informacijski pooblaščenec. 2014a. *Konvencija o varstvu posameznikov glede na avtomatsko obdelavo osebnih podatkov*. [Https://www.ip-rs.si/zakonodaja/zakon-o-varstvu-osebnihpodatkov/konvencija-o-varstvu-posameznikov-glede-na-avtomatsko-obdelavo-osebnihpodatkov/](https://www.ip-rs.si/zakonodaja/zakon-o-varstvu-osebnihpodatkov/konvencija-o-varstvu-posameznikov-glede-na-avtomatsko-obdelavo-osebnihpodatkov/) (18. 1. 2014).
- Informacijski pooblaščenec. 2014b. *Varstvo osebnih podatkov*. [Https://www.ip-rs.si/pristojnosti/varstvo-osebnihpodatkov/](https://www.ip-rs.si/pristojnosti/varstvo-osebnihpodatkov/) (18. 1. 2014).
- IRI. 2011. *Ukrepi za odpravljanje prezentizma: strošek ali investicija?* [Http://www.iri-lj.si/index.php/zanimivo/novice/45-ukrepi-za-odpravljanje-prezentizma-stroek-ali-investicija%20\(12](http://www.iri-lj.si/index.php/zanimivo/novice/45-ukrepi-za-odpravljanje-prezentizma-stroek-ali-investicija%20(12) (15. 7. 2014).

- Isaković, Alja. 2013. *Že milijarda ljudi uporablja pametne telefone*.
[Http://tehnik.telekom.si/novice/ze-milijarda-ljudi-uporablja-pametne-telefone](http://tehnik.telekom.si/novice/ze-milijarda-ljudi-uporablja-pametne-telefone) (11. 9. 2014).
- Israel, Shel. 2012. *Age of context: social media becomes a mature platform*.
[Http://www.forbes.com/sites/shelisrael/2012/08/29/age-of-context-social-media-becomes-a-mature-platform/](http://www.forbes.com/sites/shelisrael/2012/08/29/age-of-context-social-media-becomes-a-mature-platform/) (17. 1. 2014).
- Jerman Kuželički, Ajda, Lea Lebar in Vasja Vehovar. 2011. *Socialna omrežja 2011*.
[Http://www.ris.org/db/13/12076/RIS%20poro%C3%A8ila/Socialna_omrezja_2011](http://www.ris.org/db/13/12076/RIS%20poro%C3%A8ila/Socialna_omrezja_2011) (10. 2. 2014).
- Jerovšek, Janez. 1980. *Vpliv organizacijskih sprememb na odsotnost z dela*. Ljubljana: Zveza delavskih univerz Slovenije.
- Jones, Sydney in Mary Madden. 2008. *Networked workers*.
[Http://www.pewinternet.org/PPF/r/264/report_display.asp](http://www.pewinternet.org/PPF/r/264/report_display.asp) (15. 8. 2008).
- Kanjuo Mrčela, Aleksandra in Miroљjub Ignjatović. 2012. *Poročilo o psihosocialnih tveganjih na delovnem mestu v Sloveniji*.
[Http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2012/45/sl/1/EF1245SL.pdf](http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2012/45/sl/1/EF1245SL.pdf) (23. 1. 2014).
- Kazenski zakonik (KZ-1). *Uradni list RS*, št. 55/08.
- Kelly Global Workforce Index. 2012. *When worlds collide-the rise of social media for professional & personal use*. [Http://www.kellyservices.us/US/Business-Services/Business-Resource-Center/Talent-Management/The-Rise-of-Social-Media-for-Professional-and-Personal-Use/](http://www.kellyservices.us/US/Business-Services/Business-Resource-Center/Talent-Management/The-Rise-of-Social-Media-for-Professional-and-Personal-Use/) (28. 4. 2015).
- Klemenčič, Goran. 2003. Internet in pravica do zasebnosti. V *Internet in pravo*, ur. Maja Bogataj, 101–104. Ljubljana: Pravna fakulteta.
- Koerner, Brendan I. 2010. *How Twitter and Facebook make us more productive*.
[Http://www.wired.com/magazine/2010/02/st_essay_distraction/](http://www.wired.com/magazine/2010/02/st_essay_distraction/) (10. 11. 2013).
- Kordis, Roni. 2013. *Družbena omrežja in število njihovih uporabnikov*.
[Http://tehnik.telekom.si/kolumne/druzbena-omrezja-in-stevilo-njihovih-uporabnikov](http://tehnik.telekom.si/kolumne/druzbena-omrezja-in-stevilo-njihovih-uporabnikov) (17. 1. 2014).
- Kovačič, Matej. 2003. *Zasebnost na internetu*. Ljubljana: Mirovni inštitut, Inštitut za sodobne družbene in politične študije.
- Kovačič, Matej. 2006. *Nadzor in zasebnost v informacijski družbi: filozofski, sociološki, pravni in tehnični vidiki nadzora in zasebnosti na internetu*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Kovačič, Matej. 2010. *Komunikacijska zasebnost na delovnem mestu*.
[Https://pravokator.si/index.php/2010/09/22/komunikacijska-zasebnost-na-delovnem-mestu/](https://pravokator.si/index.php/2010/09/22/komunikacijska-zasebnost-na-delovnem-mestu/) (17. 2. 2014).
- Kulesa, Stan. 2008. *Managing presenteeism to improve employee health and productivity*.
[Http://www.ipma-er.org/Presentations/Managing%20Presenteeism-Stan%20Kulesa.pdf](http://www.ipma-er.org/Presentations/Managing%20Presenteeism-Stan%20Kulesa.pdf) (17. 8. 2014).
- Lamut, Urša in Mirna Macur. 2012. *Metodologija družboslovnega zariskovanja: od zasnove do izvedbe*. Ljubljana: Vega.
- Levin Epstein, Jodie. 2005. *Presenteeism and paid sick days*. [Http://www.clasp.org/resources-and-publications/publication-1/0212.pdf](http://www.clasp.org/resources-and-publications/publication-1/0212.pdf) (23. 1. 2014).

- Licklider, Joseph Robnett C. in Robert Taylor. 1999. The computer as a communication device. V *Computer media and communication*, ur. Paul A. Mayer, 97–110. Oxford: Oxford University Press.
- Logar, Marjeta. 2011. *Dejavniki dela na delovnem mestu in njihov vpliv na zdravstveni absentizem*. Magistrsko delo, Univerza na Primorskem, Fakulteta za management.
- Lowe, Graham. 2004. *Here in body, absent in productivity - presenteeism hurts!* [Http://www.refreshr.com/!gslpresenteeism.html](http://www.refreshr.com/!gslpresenteeism.html) (15. 6. 2014).
- Makarovič, Matej. 2003. *Socialni kapital v Sloveniji*. Ljubljana: Sophia.
- Mannino, Naomi. 2013. Survey: social media in the workplace statistics. [Https://www.creditdonkey.com/social-networking-work.html](https://www.creditdonkey.com/social-networking-work.html) (29. 4. 2015).
- Marotte, Sebastien. 2012. *How social technologies drive business success*. [Http://services.google.com/fh/files/misc/google_emea_social_report_2012.pdf](http://services.google.com/fh/files/misc/google_emea_social_report_2012.pdf) (7. 11. 2014).
- Maver, Jasna. 2002. *Informacijska tehnologija*. Ljubljana: Filozofska fakulteta, Oddelek za bibliotekarstvo, informacijsko znanost in knjigarstvo.
- Mayer, Paul A. 1999. *Computer media and communication: a reader*. Oxford: Oxford University Press.
- McLoughlin, Ciara. 2013/14. *Social media in the workplace: Irish and German attitudes*. [Http://www.algoodbody.com/media/ALGoodbody-SocialMediaintheworkspace1.pdf](http://www.algoodbody.com/media/ALGoodbody-SocialMediaintheworkspace1.pdf) (29. 4. 2015).
- Merkač Skok, Marjana. 2005. *Osnove managementa zaposlenih*. Koper, Fakulteta za management.
- Microsoft. B.1. *Microsoft survey on enterprise social use and perceptions*. [Http://news.microsoft.com/download/presskits/enterprisesocial/docs/ESCRResearchSumPPT.pdf](http://news.microsoft.com/download/presskits/enterprisesocial/docs/ESCRResearchSumPPT.pdf) (10. 5. 2015).
- Middaugh, Donna J. 2007. Presenteeism, sick and tired at work. *Dermatology Nursing* 19 (2): 172–185.
- Mlakar, Petra. 2013. *Predlog modela ukrepov za zmanjšanje vplivov prezentizma v delovnem okolju*. Magistrsko delo, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za upravo.
- Modern Marketing Today. 2015. *New social network allows marketers to 'shocase' innovative work*. [Http://modernmarketingtoday.com/new-social-network-allows-marketers-to-shocase-innovative-work/](http://modernmarketingtoday.com/new-social-network-allows-marketers-to-shocase-innovative-work/) (22. 4. 2015).
- Moje delo. 2012. *Medsebojno zaupanje ali izvajanje pritiska?* [Http://www.mojedelo.com/novice/medsebojno-zaupanje-ali-izvajanje-pritiska-2570](http://www.mojedelo.com/novice/medsebojno-zaupanje-ali-izvajanje-pritiska-2570) (17. 2. 2014).
- Monitor Pro. 2010. *Socialna omrežja slabijo informacijsko varnost v podjetjih*. [Http://www.monitorpro.si/41483/novice/socialna-omrezja-slabijo-informacijsko-varnost-v-podjetjih/?cookieu=ok](http://www.monitorpro.si/41483/novice/socialna-omrezja-slabijo-informacijsko-varnost-v-podjetjih/?cookieu=ok) (1. 3. 2014).
- Možina, Stane, Mitja I. Tavčar, Nada Zupan in Ana Nuša Knežević. 2004. *Poslovno komuniciranje: evropske razsežnosti*. Maribor: Kapital.
- Munene, Assa Gakuo in Misuko Ycliffe Nyaribo. 2013. *Effect of social media pertication in the workplace on employee productivity*.

- [Http://www.academia.edu/6196750/Effect_of_Social_Media_Participation_in_the_Workplace_on_Employee_Productivity](http://www.academia.edu/6196750/Effect_of_Social_Media_Participation_in_the_Workplace_on_Employee_Productivity) (10. 5. 2015).
- Nazarali, Rosemina. 2013. *The average worker is only productive for 3 hours a day*. [Http://ridiculouslyefficient.com/the-average-worker-is-only-productive-for-3-hours-a-day/](http://ridiculouslyefficient.com/the-average-worker-is-only-productive-for-3-hours-a-day/) (10. 5. 2015).
- Ni Business info. B.1. *Managing employee use of social media*. [Https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/managing-social-media-workplace](https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/managing-social-media-workplace) (23. 4. 2015).
- Nielsen. 2009. *Traffic to Myspace music grows 190 percent since september 2008 launch, according to Nielsen*. [Http://uploadi.www.ris.org/editor/1249390219pr_090716.pdf](http://uploadi.www.ris.org/editor/1249390219pr_090716.pdf) (15. 4. 2014).
- Nucleus Research. 2009. *Facebook: measuring the cost to business of social networking*. [Http://uploadi.www.ris.org/editor/1250003556j57%20-%20Facebook%20-%20Measuring%20the%20cost%20to%20business%20of%20social%20networking.pdf](http://uploadi.www.ris.org/editor/1250003556j57%20-%20Facebook%20-%20Measuring%20the%20cost%20to%20business%20of%20social%20networking.pdf) (1. 3. 2014).
- Ojsteršek Milan. B. 1.b. *Zgodovina interneta*. [Http://www.s-sers.mb.edus.si/gradiva/rac/moduli/spletne_aplikacije/01_internet/02_datoteka.html](http://www.s-sers.mb.edus.si/gradiva/rac/moduli/spletne_aplikacije/01_internet/02_datoteka.html) (11. 9. 2014).
- Ojsteršek, Milan. B. 1.a. *Internet danes*. [Http://www.egradiva.net/moduli/spletne_aplikacije/splet/01_internet/04_datoteka.html](http://www.egradiva.net/moduli/spletne_aplikacije/splet/01_internet/04_datoteka.html) (11. 9. 2014).
- Ott, Adrian. 2010. *How social media has changed workplace study*. [Http://www.fastcompany.com/1701850/how-social-media-has-changed-workplace-study](http://www.fastcompany.com/1701850/how-social-media-has-changed-workplace-study) (17. 6. 2014).
- Oxford dictionaries. B. 1. *Internet*. [Http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/Internet](http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/Internet) (24. 3. 2015).
- Pelicon, Martin. 2009. *Socialni mediji in vaše najpomembneše stranke: vaši zaposleni*. [Http://www.livelovetravel.si/2009/06/socialni-mediji-in-vase-najpomembnese-stranke-vasi-zaposleni/](http://www.livelovetravel.si/2009/06/socialni-mediji-in-vase-najpomembnese-stranke-vasi-zaposleni/) (15. 9. 2014).
- Pickett, Patricia. 2010. *The cost of presenteeism*. [Http://jobsearchtech.about.com/od/workplaceissues/a/Presenteeism.htm](http://jobsearchtech.about.com/od/workplaceissues/a/Presenteeism.htm) (17. 6. 2014).
- Pivec, Franci. 2004. *Informacijska družba*. Ljubljana: Narodna in univerzitetna knjižnica.
- Planinc Rozman, Alenka. 2014. *Absentizem in prezentizem v dejavnosti računovodskih servisov v Sloveniji*. [File:///C:/Users/Klemen/Downloads/210x148_ZRS_absentizem_prezentizem_web.pdf](file:///C:/Users/Klemen/Downloads/210x148_ZRS_absentizem_prezentizem_web.pdf) (24. 11. 2014).
- Pokorny, Boštjan, Samar Al Sayegh Petkovšek, Nives Vrbič Kugonič, Matjaž Šalej, Cvetka Ribarič Lasnik, Emil Šterbenk, Zoran Pavšek, Konrad Steblovnik in Anita Povše. *Osnove znanstveno raziskovalnega dela*. [Http://mladiraziskovalci.scv.si/admin/file/skripta-osnove-znanstveno.pdf](http://mladiraziskovalci.scv.si/admin/file/skripta-osnove-znanstveno.pdf) (5. 5. 2015).
- Popper, Ben. 2014. *You can now buy things directly on Twitter*. [Http://www.theverge.com/2014/9/8/6120079/twitter-commerce-buy-button](http://www.theverge.com/2014/9/8/6120079/twitter-commerce-buy-button) (12. 9. 2014).

- Poslovni svet. 2014. *Zakaj bi se vključili v socialna omrežja – primer Twitter*.
[Http://www.poslovnisvet.si/marketing/zakaj-bi-se-vkljucili-v-socialna-omrezja-primer-twitter/](http://www.poslovnisvet.si/marketing/zakaj-bi-se-vkljucili-v-socialna-omrezja-primer-twitter/) (29. 4. 2015).
- Pregarac, Marijana in Dejan Šraml. 2007. *Problem absentizma, gibanja in konkretne rešitve v Sloveniji in državah Evropske Unije*. [Http://www.worldcat.org/title/problem-absentizma-gibanja-in-konkretne-resitve-v-sloveniji-in-drzavah-evropske-unije/oclc/456397576](http://www.worldcat.org/title/problem-absentizma-gibanja-in-konkretne-resitve-v-sloveniji-in-drzavah-evropske-unije/oclc/456397576) (31. 1. 2014).
- Primožič, Anže. 2009. *Zasvojenost z internetom*. Diplomsko delo, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.
- Rebernik, Andreja. 2014. *Ali obstaja zasvojenost z internetom?*
[Http://www.siol.net/trendi/lepota_in_zdravje/aktualno/2014/09/zasvojenost_z_internetom.aspx](http://www.siol.net/trendi/lepota_in_zdravje/aktualno/2014/09/zasvojenost_z_internetom.aspx) (5. 5. 2015).
- RIS. 2007. *Internet je najbolj priljubljeno orodje za krajšanje delovnega časa*.
[Http://www.ris.org/db/27/8098/Raziskave/Internet_je_najbolj_priljubljeno_orodje_za_krajšanje_delovnega_casa/?menu=1&lst=&q=internetdelu&qdb=27&qsort=0](http://www.ris.org/db/27/8098/Raziskave/Internet_je_najbolj_priljubljeno_orodje_za_krajšanje_delovnega_casa/?menu=1&lst=&q=internetdelu&qdb=27&qsort=0) (17. 2. 2014).
- RIS. 2009. *Skoraj 90 % Angležev od 25 do 34 let obiskuje socialna omrežja*.
[Http://www.ris.org/db/26/11147/Novice/Skoraj_90__Anglezev_od_25_do_34_let_obisku_je_socialna_omrezja/?q=socialnaomrezja&qdb=26&qsort=0](http://www.ris.org/db/26/11147/Novice/Skoraj_90__Anglezev_od_25_do_34_let_obisku_je_socialna_omrezja/?q=socialnaomrezja&qdb=26&qsort=0) (1. 3. 2014).
- RIS. 2011. *Socialna omrežja*.
[Http://www.ris.org/db/13/12076/RIS%20poro%C3%A8ila/Socialna_omrezja_2011](http://www.ris.org/db/13/12076/RIS%20poro%C3%A8ila/Socialna_omrezja_2011) (17. 1. 2014).
- Rozman, Sanja. 1997. *Nekemične odvisnosti: odvisnost od odnosov in odvisnosti od hrane*.
[Http://www.mf.uni-lj.si/dokumenti/6693ccd23f003e44ffa3dbc54cac83f2.pdf](http://www.mf.uni-lj.si/dokumenti/6693ccd23f003e44ffa3dbc54cac83f2.pdf) (4. 5. 2015).
- Rtv Slo. 2014. *Osebni računalniki, tablice, pametni telefoni: kaj pravijo prodajne številke?*
[Http://www.rtv slo.si/znanost-in-tehnologija/osebni-racunalniki-tablice-pametni-telefoni-kaj-pravijo-prodajne-stevilke/345343](http://www.rtv slo.si/znanost-in-tehnologija/osebni-racunalniki-tablice-pametni-telefoni-kaj-pravijo-prodajne-stevilke/345343) (11. 9. 2014).
- Sagadin, Janez. 1995. Nestandardizirani intervju: 1. del. *Sodobna pedagogika* 46 (7/8): 311–322.
- Sarić, Bajro. B. I. *Produktivnost, ekonomičnost in rentabilnost*. [Http://www.effect-dubrovnik.com/index.php?option=com_content&view=article&id=346%3Aproduktivnost-ekonomičnost-rentabilnost&Itemid=106](http://www.effect-dubrovnik.com/index.php?option=com_content&view=article&id=346%3Aproduktivnost-ekonomičnost-rentabilnost&Itemid=106) (10. 5. 2015).
- Saunders, Mark, Philip Lewis in Adrian Thornhill. 2007. *Research methods for business students*. 4. izd. Harlow; New Yourk: FT Prentice Hall.
- Savič, Sanja. 2014. *Kje so meje zasebnosti na delovnem mestu?*
[Http://www.finance.si/8811635/Kje-so-meje-zasebnosti-na-delovnem-mestu](http://www.finance.si/8811635/Kje-so-meje-zasebnosti-na-delovnem-mestu) (22. 10. 2014)
- Shoo, David. B. I. *The advantages of having the internet at work*.
[Http://www.ehow.com/info_8408853_advantages-having-internet-work.html](http://www.ehow.com/info_8408853_advantages-having-internet-work.html) (26. 10. 2014).
- Simpson, Ruth. 1998. Presenteeism, power and organizational change: Long hours as a carrer barrier and the impact on the working lives of women managers. *British Journal Of Management* 9 (1): 37–50.

- Skype. B. I. Komuniciranje in konference. <https://sites.google.com/site/komuniciranjeinkonference/Naloga/predstavitev-skypa> (29. 4. 2015).
- Slevin, James. 2000. *The internet and society*. Cambridge: Polity Press.
- Social Bakers. 2013. *Facebook brand stats - Slovenia fans only*. <http://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/local/slovenia/brands/> (19. 6. 2014).
- Sportivita. B. I. *Zdravstveni absentizem v Sloveniji*. <http://sportivita.si/tenis-za-podjetja/zakaj-uvajati-korporacijske-wellness-programe/zdravstveni-absentizem-v-sloveniji/> (22. 4. 2015).
- Srnovršnik, Tanja. 2009. *Zaposleni imajo pravico do zasebnosti na delovnem mestu*. <http://www.pravna-varnost.si/novice/delovno-pravo-novice/zaposleni-imajo-pravico-do-zasebnosti-na-delovnem-mestu/> (17. 2. 2014).
- Stansfeld, Stephen. 1996. Mental health and sickness absence. *Occupational Health Review* 22 (1/2): 26–30.
- Stare, Metka in Maja Bučar. 2005. *Učinki informacijsko komunikacijskih tehnologij*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- SURS. 2014. *Uporaba družabnih medijev v podjetjih, Slovenija, 2013 - končni podatki*. http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?ID=5799 (24. 2. 2014).
- Statista. 2015. *Number of social network users in Germany from 2012 to 2018 (in millions)*. <http://www.statista.com/statistics/260716/number-of-social-network-users-in-germany/> (1. 5. 2015).
- Suhadolc, Jasna. 2007. *Nove priložnosti e-komuniciranja*. Ljubljana: GV Založba.
- Sulčič, Viktorija. 2011. Računalniška in internetna pismenost slovenske mladine. *Uporabna informatika* 18 (3): 147–157.
- Šeško, Dragica. 1984. O absentizmu. *Teorija in praksa* 21 (10): 1096–1104.
- Škerjanc, Alenka. 2011. Prezentizem - nov kazalnik negativnega zdravja delavcev? V *Varstvo pri delu, varstvo pred požari, in medicina dela*, CD-ROM , 1–5. Ljubljana: Fakulteta za kemijo in kemijsko tehnologijo.
- Techjaws. 2013. *The pros and cons of using Skype*. <http://www.techjaws.com/the-pros-and-cons-of-using-skype/> (29. 4. 2015).
- Thompson, Dereck. 2014. *A formula for perfect productivity: work for 52 minutes, break for 17*. <http://www.theatlantic.com/business/archive/2014/09/science-tells-you-how-many-minutes-should-you-take-a-break-for-work-17/380369/>
- Tratnik, Monika. 2002. *Osnove raziskovanja v managementu*. Koper: Visoka šola za management.
- Ukessays. B.I. *The history of absenteeism management essay*. <http://www.ukessays.com/essays/management/the-history-of-absenteeism-management-essay.php> (8.7.2015).
- Umar. 2012. *Uporaba in dostop do interneta*. Poročilo o razvoju 2012. http://www.google.si/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CCQQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.umar.gov.si%2Ffileadmin%2Fuser_upload%2Fpublika

- cije%2Fpr%2F2012%2F02%2F12_internet.pdf&ei=07oSVPX4KsbRywOp0oGgCA&usg=AFQjCNEP_GELeWDPim1Ck6KIkC-I3JG6Qw&sig2=igrXKuOXvW8vB7N9UchqEg&bvm=bv.75097201,d.bGQ (12. 9. 2014).
- Umar. 2012. *Uporaba in dostop do interneta*. Poročilo o razvoju 2012.
[Http://www.google.si/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CCQQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.umar.gov.si%2Ffileadmin%2Fuser_upload%2Fpublika_cije%2Fpr%2F2012%2F02%2F12_internet.pdf&ei=07oSVPX4KsbRywOp0oGgCA&usg=AFQjCNEP_GELeWDPim1Ck6KIkC-I3JG6Qw&sig2=igrXKuOXvW8vB7N9UchqEg&bvm=bv.75097201,d.bGQ](http://www.google.si/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CCQQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.umar.gov.si%2Ffileadmin%2Fuser_upload%2Fpublika_cije%2Fpr%2F2012%2F02%2F12_internet.pdf&ei=07oSVPX4KsbRywOp0oGgCA&usg=AFQjCNEP_GELeWDPim1Ck6KIkC-I3JG6Qw&sig2=igrXKuOXvW8vB7N9UchqEg&bvm=bv.75097201,d.bGQ) (12. 9. 2014).
- Umar. 2013. *Uporaba interneta in e-storitev*.
[Http://www.google.si/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&ved=0CEcQFjAG&url=http%3A%2F%2Fwww.umar.gov.si%2Ffileadmin%2Fuser_upload%2Fpublikacije%2Fpr%2F2013%2FII%2F2_7.pdf&ei=UPQSVJWIOMSGywPdmIEw&usg=AFQjCNH33-HKAj_XBwFD-RCKW4Lp3KnFHg&bvm=bv.75097201,d.bGQ](http://www.google.si/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&ved=0CEcQFjAG&url=http%3A%2F%2Fwww.umar.gov.si%2Ffileadmin%2Fuser_upload%2Fpublikacije%2Fpr%2F2013%2FII%2F2_7.pdf&ei=UPQSVJWIOMSGywPdmIEw&usg=AFQjCNH33-HKAj_XBwFD-RCKW4Lp3KnFHg&bvm=bv.75097201,d.bGQ) (12. 9. 2014).
- Univerzitetni rehabilitacijski inštitut RS – Soča. 2011. *Prezentizem*. [Http://www.ir-rs.si/f/docs/Razvojni_projekti/4-prezentizem_na_delovnem_mestu.pdf](http://www.ir-rs.si/f/docs/Razvojni_projekti/4-prezentizem_na_delovnem_mestu.pdf) (18. 1. 2014).
- Ustava RS. *Uradni list RS*, št. 33/91.
- Varni internet. B. 1. *Uporaba Skype spleta*. [Https://www.varniinternet.si/prvi-koraki-na-internetu/516-uporaba-skype-klepeta](https://www.varniinternet.si/prvi-koraki-na-internetu/516-uporaba-skype-klepeta) (29. 4. 2015).
- Vučković R. 2010. Obvladovanje zdravstvenega absentizma – izziv za družbo. V *Zdravstveni abstinizem v Sloveniji*, ur. Damjan Kos, 10–20. Ljubljana: Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije.
- Websense. 2008. *One in four employees addicted to the web, according to new survey from Websense inc*. [Http://uploadi.www.ris.org/editor/1235558881285813.pdf](http://uploadi.www.ris.org/editor/1235558881285813.pdf) (18. 7. 2014).
- Widera, Eric, Anna Chang in Helen L. Chen. 2010. Presenteeism: a public health Hazard. *Journal of General Internal Medicine* 25 (11): 1244–1247.
- Wolfe, Lahle. 2013. *2013 Facebook global user statistics*.
[Http://womeninbusiness.about.com/od/facebook/a/2013-Facebook-User-Statistics.htm](http://womeninbusiness.about.com/od/facebook/a/2013-Facebook-User-Statistics.htm) (1. 3. 2014).
- Zakon o varstvu osebnih podatkov (ZVOP-1A). *Uradni list RS*, št. 94/07.
- Zelenika, Ratko. 2000. *Metodologija in tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela*. Rijeka: Ekonomski fakultet.
- Zengerle, Jason. 2004. *The fourth annual year in ideas*.
[Http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9B02E2DC1331F931A25751C1A9629C8B63](http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9B02E2DC1331F931A25751C1A9629C8B63) (1. 5. 2014).
- Zickuhr, Kathryn. 2010. *Generations 2010*.
[Http://www.ris.org/uploadi/editor/1294334911PIP_Generations_and_Tech10.pdf](http://www.ris.org/uploadi/editor/1294334911PIP_Generations_and_Tech10.pdf) (18. 9. 2014).

PRILOGA

Priloga 1 Polstrukturirani intervju

POLSTRUKTURIRANI INTERVJU

Vprašalnik za zaposlene:

1. Koliko časa preživite na socialnih omrežjih med delovnim časom?
2. Katera socialna omrežja najpogosteje obiskujete?
3. Vse več je raziskav, ki kažejo, da uporaba socialnih omrežij med delovnim časom negativno vpliva na produktivnost zaposlenih. Kaj menite o tem?
4. Kako bi reagirali, če bi vam vodstvo prepovedalo uporabo obiskovanja tovrstnih spletnih strani oz. blokiralo dostop?

Vprašalnik za vodje:

1. Kaj menite o uporabi spletnih socialnih omrežij zaposlenih med delovnim časom? Ali tudi sami uporabljate socialna omrežja med službenim časom omrežja in če DA, katera ter koliko časa?
2. Ali lahko vaši zaposleni dostopajo do socialnih omrežij prek službenega računalnika ali pa je dostop do tovrstnih vsebin enostavno blokiran?
3. Nekateri tuje raziskave kažejo, da so višji vodstveni delavci bolj nagnjeni k uporabi socialnih omrežij, ravno zaradi dejstva, ker sta delo in prosti čas veliko bolj povezana kot pri ostalih zaposlenih. Kaj menite o tem?
4. Na kakšen način prepoznate prezentizem in absentizem, s katerimi ukrepi lahko prispevate k zmanjšanju (obvladovanju) teh in na kakšen način merite produktivnost v vašem podjetju?