

PODNIKOVÁ SOCIÁLNÍ SÍŤ JAKO SOCIÁLNÍ PILÍŘ V PODNIKU

Jana Školudová

Univerzita Pardubice

Fakulta ekonomicko-správní

Ústav podnikové ekonomiky a managementu

Studentská 95, 532 10 Pardubice 2, Česká republika

jana.skoludova@upce.cz

Abstrakt

V sociální oblasti se odpovědné chování podniků zaměřuje také na přístup k zaměstnancům. Psychologicko-sociální přístup v řízení lidských zdrojů vychází historicky ze školy lidských vztahů. Vymezuje požadavky na osobnost řídicích pracovníků, způsoby komunikace, řízení vztahů mezi zaměstnanci napříč organizační strukturou a způsoby zajištění sociálního pracovního prostředí k dosažení podnikových cílů. Příspěvek se zaměřuje na moderní informační technologii zvanou podniková sociální síť a na její možnost využití vedoucích pracovníků pro zajištění sociálního pilíře v podniku. Cílem příspěvku je zjistit kolik podniků v ČR využívá podnikovou sociální síť a zodpovědět stanovenou výzkumnou hypotézu týkající se dopadu podnikové sociální sítě na sociální aspekt pracovního prostředí. Metodologie příspěvku je na základě dotazníkového šetření, základní soubor zahrnoval podniky, využívající podnikové sociální sítě v ČR. Celková komparace získaných dat prezentuje současné trendy a doporučuje využívat moderní informační technologie.

Keywords

Social Pillar; Enterprise Social Network; Human Resource Management; Businesses.

Úvod

Mezi základní pilíře sociální odpovědnosti firem patří ekonomický, ekologický a sociální pilíř. V současné době si podniky uvědomují také důležitost dodržování zmíněného sociálního pilíře a zaměstnanci začínají vnímat jako nejcennější kapitál, který podnik může mít. Psycho-sociální přístup ovlivňuje v praxi celkové řízení podniku [4]. V období čtyřicátých a sedmdesátých let se rozvíjely různé směry, které mají počátky v klasickém managementu. Společným znakem je snaha o hledání úlohy člověka v podniku. Na rozdíl od taylorismu se však ne dívá na člověka jako „ekonomicky se chovajícího,“ ale jako na sociální bytost. Zdůrazňují význam lidského faktoru, významnou úlohu jednotlivců a ztotožnění jednotlivce s cíli organizace. Představitelé tohoto směru se zaměřují na osobní zájmy pracovníků, jejich ovlivňování a vlivy pracovního a sociálního prostředí [8][12].

1 Sociálně psychologické přístupy v podniku

Psychologicko-sociální přístup spadá do managementu čtyřicátých až sedmdesátých let, kdy byly v teorii i praxi rozvíjeny různé názorové proudy [2]. Rychlé technologické změny na přelomu století, spolu s nezvládnutými pracovními podmínkami a odměňováním, vyvolávaly stále větší fluktuaci a pokles produktivity. Pozornost zaměstnavatele se začala soustřeďovat na pracovníka, jeho potřeby a pohnutky.[9][12]

Jiný pohled na člověka, než u mechanického pojetí taylorismu, má Elton Mayo [18]. Zaměřuje se na manažerské funkce výběru a rozmístění pracovníků a zvláště pak na jejich

vedení. Vedoucí pracovník může snáze pochopit a zároveň i získat doporučení, jakým způsobem uvést do pohybu síly chování lidí, jejich motivace, stimulace či rozvoje iniciativy a aktivity [2]. Závěry tohoto přístupu dochází ke zjištění, že podstatnou úlohou v sociálních systémech přísluší člověku, který má na rozdíl od stroje určité pocity, zájmy, názory a předsudky, které ovlivňují chování daného jedince. Dalším podstatným prvkem jsou mezilidské vztahy, jelikož vliv skupiny na lidské chování je nezanedbatelný. [17] Tento podstatný prvek je důležitý v současné době, kdy s příchodem Generace Y na trh práce dochází ke střetu generací v podniku.

Sociálně psychologické přístupy se zaměřují na následující aspekty [6]:

- potřeby člověka a motivaci lidského jednání;
- styly řízení, vedení lidí;
- řízení s účastí pracujících;
- vlivy na chování řídicích a řízených pracovníků;
- zájmy a potřeby sociálních skupin v organizaci;
- motivaci a stimulaci pracovníků, rozvoj iniciativy a aktivity lidí, způsoby odměňování;
- konflikty v organizaci;
- význam pracovní autonomie a pocit aktivní tvůrčí činnosti pracovníků;
- význam neformálních vazeb;
- komunikaci.

Mezi autory, kteří se zaměřili na psychologicko-sociální přístupy, byl především Elton Mayo (1880-1949), jehož závěry pro podniky jsou následující:

- lidé se nechovají jen individualisticky, ale jsou ovlivněni sociálními vztahy,
- na formování vztahu k práci má významný vliv spokojenost s prací,
- motivačním nástrojem může být vliv skupiny spolupracovníků, pocit sounáležitosti,
- objevem této doby byla neformální organizace (zaměstnanci se sdružují na základě společných zájmů, věku, sympatií atd.).

Jeho experimenty byly podnětem pro provádění dalších výzkumů a měly velký vliv na další práce. Mary Parkerová-Folletová se také zajímala o vztah mezi pracovní výkonností pracovníků a faktory, které na tuto výkonnost působí. Jedná se zejména o psychologické a sociologické faktory, kterým se věnoval i Elton Mayo. Následovníky Maya byli Abraham Maslow (tvůrce první motivační teorie) a Douglas McGregor.

Hugo Munsterberg se zabýval vědeckým výběrem pracovníků a tvorbou podmínek pro zvyšování výkonu. Vilfredo Pareto, italský profesor, který na základě prováděných rozlišovacích analýz množin společenskoekonomických přirozených jevů, procesů a problémů učinil závěr, že se tyto problémy (jevy, procesy) skládají z menšího počtu podstatných prvků a většího počtu prvků nepodstatných. Tento závěr zobecnil do zásady určování priority při řešení problému, tzv. Paterův princip. Frederick Herzberg (1923 – 2000), americký profesor psychologie, provedl výzkumy, které do jisté míry modifikují Maslowovu teorii potřeb. Pojetí Herzbergovy teorie dvou faktorů je popsána v knize „The Motivation to Work“ z roku 1959 a v publikaci „Work and the Nature of Man“ vydané v roce 1966. Herzberg došel k závěru, že faktory, které vedou k uspokojení z práce, jsou zcela odlišné od

těch faktorů, které vedou k nespokojení z práce. Určil motivující faktory, které přispívají k uspokojení a tzv. udržovací (hygienické) faktory, které nemají žádný pozitivní vliv na motivaci a mohou v nepříznivém případě vést k nespokojenosti. [17] Je zajímavé, že mezi frustrátory patří i základní mzda pracovníka. Ta sice, pokud je zvýšena, působí jako motivátor, nicméně poté, co si na ni pracovník zvykne, začne působit jako frustrátor.

Modifikaci Maslowovy teorie podal C. P. Alderfer (1940 – dosud), který rozlišil tři skupiny potřeb. Na rozdíl od Maslowovy popsané teorie nejsou hierarchicky uspořádány. Jde o potřeby existence, vztahů a růstu. Autor připouští, že člověk může být ovlivňován potřebami různých kategorií současně. [14] Lze dodat, že Alderferova teorie potřeb je podobně jako teorie Maslowa považována za příliš zjednodušující, málo komplexní a bez velké predikční hodnoty.

Ve společensko-ekonomickém vývoji od sedmdesátých let do konce dvacátého století lze zaznamenat řadu rysů, které se promítli do managementu. Postupem času u celé řady zboží dochází nejen k vyrovnání nabídky s poptávkou, ale k trvající převaze nabídky nad poptávkou. Dalším současným rysem je zdůrazňování významu ochrany životního prostředí v souvislosti s rozvojem společnosti. Určujícím na trhu je zákazník a v podnicích se hledají nové přístupy jak zákazníka získat, udržet a budovat s ním dlouhodobé vztahy. S nástupem generace Y, která má odlišné požadavky na pracovní prostředí, si podniky uvědomují, že k úspěchu podnikání nestačí upokojuvat pouze požadavky zákazníků, ale činit zaměstnance spokojeným. Významnými faktory úspěchu nabývají znalosti, know-how, informační technologie, cloudová zařízení, big data, invence zaměstnanců, sdílená interní komunikace a atraktivní pracovní prostředí [15].

2 Podniková sociální síť

Podnikové sociální sítě prošly svým časovým i technickým vývojem [11]. Snahou definovat podnikové sociální sítě se pokusila již řada autorů, kteří definují tento pojem obdobně. Obecnou myšlenkou je zahrnutí použití služeb standardních online sociálních sítí pro generování „viditelnosti“ a spolupráce uvnitř podniku. Autorka příspěvku, podnikové sociální sítě definuje následovně: „Podnikové sociální sítě, označované jako Enterprise Social Networking, využívající často podnikový sociální software, který nabízí přidaná sociální média a platformy pro firemní spolupráci, diskusi, sdílení know-how, znalostí a dokumentů, získávání zpětné vazby v reálném čase, za přispění budování vnitropodnikové kolektivní inteligence, prohloubení vztahů, soudržnosti a angažovanosti v celé organizaci.“ Poskytovatelů podnikové sociální sítě je v současné době celá řada, příkladem Jive, IBM Connection, Chatter Salesforce.

Zavedení sociální sítě uvnitř velkého podniku umožňuje nový způsob komunikace mezi zaměstnanci, povzbuzováním sdílet osobní a profesní informace uvnitř bezpečného firemního intranetu. Úspěšné podniky používají interní sociální sítě k budování silnějších vazeb se svými spolupracovníky a oslovují zaměstnance, které doposud neznají. Výhodou je možnost připojit se na osobní úroveň spolupracovníků, postup v kariéře spolu s postupem své společnosti, a poskytuje interní kampaň pro své firemní projekty. [3]

Byla provedena celoroční empirická studie interního zapojení sociálních médií na velké technologické společnosti (Effects of feedback and peer pressure on contributions to enterprise social media, Brzozowski, Sandholm, Hogg). Autoři analyzovali pozornost dopadu zpětné vazby na základě motivace manažerů na zaměstnance. Bylo zjištěno, že zpětná vazba ve formě přidaných komentářů je vysoce korelující s následnou účastí uživatele. [1] Pracovníci IBM zkoumali detekci profesionální vs. osobní interakce v rámci podnikové sociální sítě (Detecting professional versus personal closeness using an enterprise social

network site, Wu, DiMicco, Millen). Autoři analyzovali chování na firemní sociální síti a určili, které vzory interakce signalizují blízkost mezi kolegy. Regresní analýza naznačuje, že chování zaměstnanců na sociálních sítích odhalí informace o profesionální i osobní blízkosti. Tato analýza přispívá k pochopení toho, jakým způsobem podnikové sociální sítě odráží chování v rámci „multi-vztahů“ na pracovišti. [19] Následující provedené výsledky výzkumu se zabývali otázkou výhod podnikových sociálních sítí a názoru zaměstnanců na vliv jejich vnímání. (Using latent topics to enhance search and recommendation in Enterprise Social Software, Christigis, Mentzas, Apostolou) Zaměstnanci díky zavedené podnikové sociální síti začali být více „viditelní“ v organizaci mezi zaměstnanci a vedením (28 %) a zvýšilo se i jejich povědomí a reputace (22 %). [5] Případová studie zkoumala rozvíjející znalosti pracovních postupů na platformě Yammer ESN v organizaci Deloitte v Austrálii. (Enterprise social networking in knowledge-intensive work practices: a case study in a professional service firm, Riemer, Scifleet) Autoři této případové studie provedli analýzu komunikačních dat. Z výsledků plyne, že podniková sociální síť Yammer, v případě společnosti Deloitte, mimo jiné poskytuje prostor pro inovativní nápady a konverzační médium pro budování vztahů. [13] Společnost Microsoft zveřejnila průzkum ve spolupráci se společností Ipsos na vzorku 4 787 zaměstnanců napříč Evropou (Microsoft survey on enterprise social use and perceptions, Ipsos). Průzkum byl zaměřen na podnikové sociální sítě a jejich vnímání zaměstnanci. Zaměstnanci vnímají zavedenou sociální síť jako podporu iniciativ spojenou s prací a manažeři spatřují přidanou hodnotu poskytovanou ze sociálních nástrojů s cílem zlepšit spolupráci zaměstnanců. [10]

3 Cíle výzkumu

Cílem příspěvku je zjistit kolik podniků v ČR využívá podnikovou sociální síť a následně zodpovědět stanovenou výzkumnou hypotézu týkající se dopadu podnikové sociální sítě na sociální aspekt pracovního prostředí.

4 Metodologie výzkumu

Metodologie výzkumu byla na základě dotazníkového šetření. Pro výběr vzorku respondentů byla stanovena následující kritéria:

- právnická osoba;
- všechna odvětví podle CZ NACE;
- všechny lokality v ČR;
- aktivní podnikání.

Na základě výpočtu uvedeného vzorce (1) je minimální počet respondentů stanoven ve výši 272. Výpočet minimálního počtu respondentů je následující [7]:

$$n \geq (z^2 \times p \times q) / \Delta^2 \quad (1)$$

kde n ...minimální počet respondentů

z...koeficient spolehlivosti 2 (95,4% spolehlivost)

p,q...procentní počty respondentů znalých a neznalých problematiky

Δ ... stanovená maximální přípustná chyba (6 %)

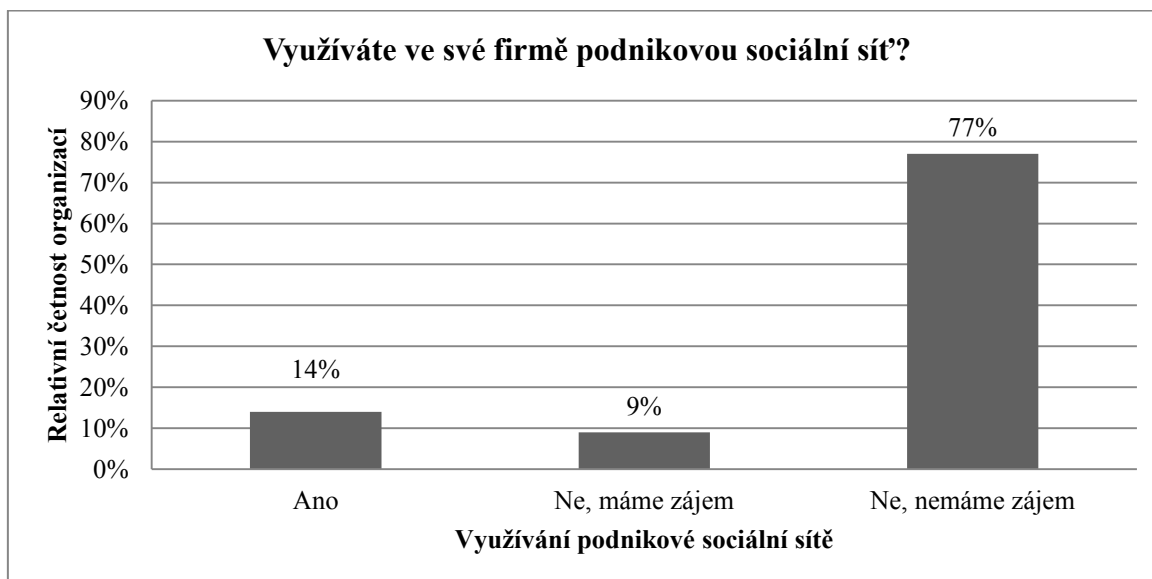
$$n = (2^2 \times 0,43 \times 0,57) / 0,06^2$$

n = 272

5 Výsledky provedeného výzkumu

Návratnost dotazníků dosáhla v absolutním vyjádření 842, což je vzhledem k vypočítanému minimálnímu počtu respondentů dostačující.

Na první výzkumnou otázku „Využíváte ve své organizaci podnikovou sociální síť?“ graficky odpovídá Obr. 1. V absolutním vyjádření celkem 114 respondentů uvádí využívání ESN a 75 respondentů vyjádřilo zájem o její budoucí zavedení.



Zdroj: Vlastní zpracování

Obr. 1: Využívání podnikové sociální sítě

Následně bylo provedeno výzkumné šetření se 114 respondenty, kteří využívají ve své organizaci podnikovou sociální síť. Byla položena následující výzkumná hypotéza.

H0: Implementace podnikové sociální sítě nezmění sociální aspekty pracovního prostředí.

H1: Implementace podnikové sociální sítě změní sociální aspekty pracovního prostředí.

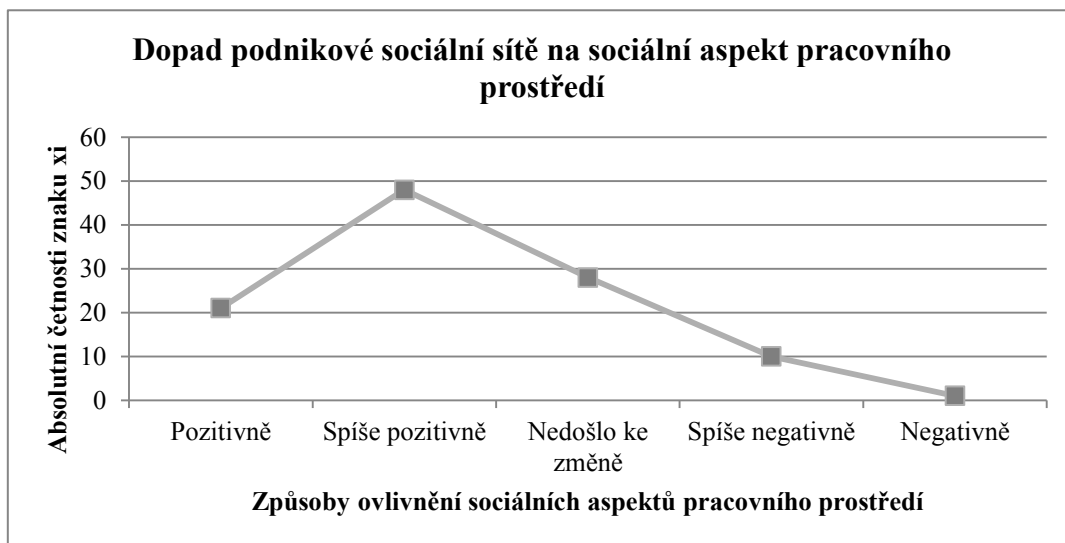
Pro statistické vyhodnocení byl použit program STATISTICA. Referenční konstanta byla stanovena 3 (nedošlo ke změně). Hladina významnosti testu byla stanovena $\alpha = 0,05$. Na základě vložené datové matice, zvoleného testu, nadefinování proměnných a referenční konstanty byly vypočítány výsledky Jednovýběrového t-testu. Následující Tab. 1 souhrnně reprezentuje výsledky provedeného testu.

Tab. 1: Výsledek T-testu v programu STATISTICA

Proměnná	Test průměrů vůči referenční konstantě (hodnotě)						
	Průměr	Sm.odch.	Sm.chyba	Referenční (konstanta)	T	SV	p
x ₁	3,722	0,915	0,088	3,000	8,198	107	0,000

Zdroj: Vlastní zpracování

Z Tab. 1 vyplývá, že pro danou proměnnou x_1 byla p hodnota menší než hladina významnosti α a průměrná hodnota dané proměnné byla větší než referenční konstanta, připouštíme, že implementace podnikové sociální sítě pozitivně ovlivní sociální aspekty pracovního prostředí. Toto tvrzení dokládá také zobrazený polygon četností, viz Obr. 2.



Zdroj: Vlastní zpracování

Obr. 2: Polygon četnosti

Mezi sociální aspekty pracovního prostředí, které pozitivně ovlivňuje využívání podnikové sociální sítě v daných podnicích, respondenti uvádí vztahovou stránku, sociální adaptaci, týmovou spolupráci a sociální přátelské pracovní prostředí.

Závěr

Psychologicko-sociální přístup spadá do oboru mezilidských vztahů. Tento směr se zajímá o lidský aspekt v dílčím manažerském procesu. Navazuje na klasický management a personální pracovní problematiku. Dochází k hledání nového postavení a úlohy člověka v pracovním prostředí. Škola lidských vztahů významně ovlivnila teorii organizace a poukázala na vliv sociálních a sociálně-psychologických faktorů na pracovní prostředí a efektivitu organizace. Významné postavení mají psychologicko-sociální přístupy, které navazují na práce psychologů a sociologů analyzující lidské jednání, potřeby a motivaci. Výsledky značí, že jedinci vyhovuje určitá pracovní autonomie a aktivní tvůrčí činnost; naproti tomu odmítá formální disciplinovanou a byrokraticky tvrdou svázanost. Dále vyplývá značná pozornost na uplatnění zvýšené motivace manažerů směrem k zaměstnancům. Psychologické a sociální faktory v manažerském řízení mají zásadní vliv na fungování dané organizace. Je třeba také zkoumat vztahy v neformálních skupinách a hledat metody pro řešení skupinových a osobních problémových vztahů [16].

Podnikové sociální sítě mohou nabídnout řadu výhod pro moderní podnikové řízení. Výsledky výzkumné hypotézy a provedeného T-testu dokazují, že využíváním podnikové sociální sítě lze pozitivně ovlivnit sociální aspekty pracovního prostředí. Mezi které respondenti řadí vztahovou stránku, sociální adaptaci, týmovou spolupráci a sociální přátelské pracovní prostředí.

Vzhledem k nástupu generace Y na pracovní trh by se podniky měli zaměřit na odlišné požadavky zaměstnanců na pracovní prostředí. S tím souvisí i současný trend moderních informačních technologií, které tato generace požaduje využívat i v pracovním životě.

Vzhledem k důležitosti bezpečnosti podnikových informací podniky volí interní sociální sítě, převážně pro sociální interní komunikaci se zaměstnanci napříč organizační a divizionální strukturou. Bude zajímavé sledovat vývoj tohoto trendu a monitorovat další informační technologie, které se stanou sociálním pilířem podniku.

Literatura

- [1] BRZOZOWSKI, Michael J., Thomas SANDHOLM a Tad HOGG. Effects of Feedback and Peer Pressure on Contributions to Enterprise Social Media. In: Proceedings of the ACM 2009 International Conference on Supporting Group Work [online]. New York, NY, USA: ACM, 2009, s. 61–70 [vid. 10 říjen 2017]. GROUP '09. ISBN 978-1-60558-500-0. Dostupné z: doi:10.1145/1531674.1531684.
- [2] CIMBÁLNÍKOVÁ, L. Základy managementu: Základní manažerské činnosti + 25 manažerských technik. 3. přepracované vydání. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2009. ISBN 978-80-244-2352-4.
- [3] DIMICCO, Joan, David R. MILLEN, Werner GEYER, Casey DUGAN, Beth BROWNHOLTZ a Michael MULLER. Motivations for Social Networking at Work. In: Proceedings of the 2008 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work [online]. New York, NY, USA: ACM, 2008, s. 711–720 [vid. 16. květen 2014]. CSCW '08. ISBN 978-1-60558-007-4. Dostupné z: doi:10.1145/1460563.1460674.
- [4] EHIGIE, B. ; AKPAN, R., Psycho-social factors influencing practice of total quality management in some Nigerian organizations, In Journal of Managerial Psychology, 2005, Vol.20(5), p.355-379
- [5] Using latent topics to enhance search and recommendation in Enterprise Social Software. In: Expert Systems with Applications [online]. 2012, roč. 39, č. 10, s. 9297–9307 [vid. 10 říjen 2017]. ISSN 0957-4174. Dostupné z: doi:10.1016/j.eswa.2012.02.073.
- [6] KOCIÁNOVÁ, R. Personální řízení: teoretická východiska a vývoj. Praha: EUROLEX BOHEMIA s. r. o., 2004. ISBN 80-86432-97-7.
- [7] Kozel, R., Mynářová, L., Svobodová, H. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 2013. Praha: Grada, ISBN 978-80- 247-3527- 6.
- [8] KREITNER, R., Management, Houghton Mifflin Company, 2007. ISBN 978-0-618-73201-2.
- [9] LEBEDA, P. Základy modernímu managementu. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2003. ISBN 80-7082-727-0.
- [10] Microsoft survey on enterprise social use and perceptions. Microsoft News Center [online]. 2013. Dostupné z: <http://www.microsoft.com/en-us/news/download/presskits/enterprisesocial/docs/escresearchsumppt.pdf>
- [11] MISKELL, J. R., MISKELL, V. Pracovní motivace: nejnovější trendy a technologie. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 1996, 78 s. ISBN 80-716-9317-0.
- [12] MLÁDKOVÁ, Ludmila a Petr JEDINÁK. Management. Plzeň: Aleš Čeněk, 2009, 273 s. ISBN 978-807-3802-301.

- [13] RIEMER, K., SCIFLEET, P. (2012). Enterprise social networking in knowledge-intensive work practices: A case study in a professional service firm. In ACIS 2012: Location, location, location: Proceedings of the 23rd Australasian Conference on Information Systems 2012 (pp. 1-12). ACIS. <http://hdl.handle.net/10536/DRO/DU:30049061>
- [14] ŠTIKAR, J., Základy psychologie práce a organizace 1vyd. Praha: Karolinum., 1996, 203s. ISBN 978-80-7184-091-6
- [15] TURECKIOVÁ, M., Řízení a rozvoj lidí ve firmách, vyd.1. Praha, Grada, 2004, ISBN 80-247-0405-6.
- [16] VÁGNER, I. Management z pohledu všeobecného a celostního. 3. přeprac. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2004, 607 s. Edice učebnic Právnické fakulty Masarykovy univerzity v Brně. ISBN 80-210-3536-6.
- [17] VEBER, J. a KOL. *Management: Základy, moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita*. 2. aktualizované vydání. Praha: Management Press, s.r.o., 2011. ISBN 978-80-7261-200-0.
- [18] VODÁČEK, L., VODÁČKOVÁ, O. Moderní management v teorii a praxi. 3. rozšířené vydání. Praha: Management Press, s.r.o., 2013. ISBN 978-80-7261-232-1.
- [19] WU, Anna, Joan M. DIMICCO a David R. MILLEN. Detecting Professional Versus Personal Closeness Using an Enterprise Social Network Site. In: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems [online]. New York, NY, USA: ACM, 2010, s. 1955–1964 [10 říjen 2017]. CHI '10. ISBN 978-1-60558-929-9. Dostupné z: doi:10.1145/1753326.1753622.

ENTERPRISE SOCIAL NETWORK AS A SOCIAL PILLAR IN ENTERPRISE

In the social field, responsible corporate behavior also focuses on employee access. The psychological and social approach to human resource management is based historically at the School of Human Relations. They define requirements for the personality of managers, ways of communicating, managing employee relationships across the organizational structure, and ways to secure a social work environment to achieve corporate goals. The paper focuses on modern information technology, called the Enterprise Social Network, and its ability to use executives to provide a social pillar in an enterprise. The aim of the paper is to find out how many enterprises in the Czech Republic are using the Enterprise Social Network and respond to the established research hypothesis regarding the impact of the Enterprise Social Network on the social aspect of the working environment. The methodology of the contribution is based on the questionnaire survey, the basic set included companies using Enterprise Social Networks in the Czech Republic. The overall comparison of acquired data presents current trends and recommends using modern information technologies.

BUSINESS SOZIALES NETZWERK ALS SOZIALPILGER IM UNTERNEHMEN

Im sozialen Bereich konzentriert sich verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln auch für den Zugang zu Mitarbeitern. Psycho-sozialer Ansatz zur Personalmanagement basiert auf der Geschichte der Schule der menschlichen Beziehungen. Sie definieren Anforderungen für Führungskräfte Persönlichkeit, Wege der Kommunikation, die Verwaltung von Mitarbeiterbeziehungen über organisatorische Strukturen und Prozesse gewährleisten soziales Arbeitsumfeld Geschäftsziele zu erreichen. Dieser Beitrag konzentriert sich auf moderne Informationstechnologie Corporate Social Netzwerk und seine Fähigkeit, genannt Unternehmer zu nutzen soziale Säule im Unternehmen zu gewährleisten. Dieses Papier zielt darauf ab, um herauszufinden, wie viele Unternehmen in der Tschechischen Republik ein Corporate Social-Netzwerk verwendet und beantworten die angegebene Forschungshypothese, die Auswirkungen von Corporate Social Networks auf dem sozialen Aspekte der Arbeitsumwelt. Methodik Das Papier auf der Erhebung basiert, enthielt die Basis-Set-Unternehmen, Unternehmen mit sozialen Netzwerken im Land. Der Gesamtvergleich der gewonnenen Daten präsentiert aktuelle Trends und empfiehlt den Einsatz moderner Informationstechnologie.

SIEĆ SPOŁECZNA BIZNESU W DZIEDZINIE ZOBOWIĄZANIU SPOŁECZNEGO

W dziedzinie społecznej odpowiedzialne zachowanie korporacyjne koncentruje się także na dostępie do pracowników. Psychologiczne i społeczne podejście do zarządzania zasobami ludzkimi opiera się historycznie na School of Human Relations. Określają wymagania dotyczące osobowości menedżerów, sposobów komunikacji, zarządzania relacjami pracowników w strukturze organizacyjnej oraz sposobów zapewnienia środowiska pracy społecznej w celu osiągnięcia celów firmy. Artykuł skupia się na nowoczesnej technologii informacyjnej, zwanej korporacyjną siecią społecznościową i jego zdolności do zarządzania kadrami kierowniczymi w celu zapewnienia społecznego filara w przedsiębiorstwie. Celem pracy jest ustalenie, ile przedsiębiorstw w Czechach korzysta z korporacyjnej sieci społecznej i odpowiada na ustaloną hipotezę badawczą dotyczącą wpływu sieci społecznej przedsiębiorstw na społeczny aspekt środowiska pracy. Metodologia wkładu opiera się na ankiecie, podstawowym zestawem były przedsiębiorstwa korzystające z sieci

korporacyjnych w Czechach. Ogólne porównanie uzyskanych danych przedstawia aktualne trendy i zaleca stosowanie nowoczesnych technologii informacyjnych.