

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών
Διοίκηση, Τεχνολογία και Ποιότητα

Μεταπτυχιακή Διατριβή



**Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού Στην Σύγχρονη Εποχή:
Πως η Ανεξέλεγκτη Χρήση Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης
Εντός Του Χώρου Εργασίας Επηρεάζει Την Παραγωγικότητα
Των Εργαζομένων;**

Μαρίνα Βασιλείου

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια
Σοφία Ν. Ανδρέου**

Μάιος 2020

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών
Διοίκηση, Τεχνολογία και Ποιότητα

Μεταπτυχιακή Διατριβή

**Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού Στην Σύγχρονη Εποχή:
Πως η Ανεξέλεγκτη Χρήση Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης
Εντός Του Χώρου Εργασίας Επηρεάζει Την Παραγωγικότητα
Των Εργαζομένων;**

Μαρίνα Βασιλείου

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια
Σοφία Ν. Ανδρέου

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στην Διοίκηση, Τεχνολογία και Ποιότητα από τη Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου

Μάιος 2020

Περίληψη

Στην παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή αρχικά γίνεται αναφορά στην διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού στην σύγχρονη εποχή, στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) και ακολούθως αναλύεται η σχετική βιβλιογραφία. Στην συνέχεια μέσα από την πραγματοποίηση ερωτηματολογίου γίνεται εξαγωγή συμπερασμάτων για το κατά πόσο επηρεάζεται η παραγωγικότητα των εργαζομένων με την χρήση των ΜΚΔ εντός του χώρου εργασίας. Τα αποτελέσματα αυτά στο τέλος συγκρίνονται με τα αποτελέσματα που έχουν βρεθεί στην σχετική βιβλιογραφία. Το ερωτηματολόγιο ετοιμάστηκε σε ηλεκτρονική μορφή και ανέβηκε σε δικό μου προσωπικό λογαριασμό όπου συμπληρώθηκε από 168 εργαζομένους. Τα αποτελέσματα έδειξαν πως το μεγαλύτερο ποσοστό των εργαζομένων όπου χρησιμοποιούσαν τα ΜΚΔ εντός του χώρου εργασίας ήταν νεαρής ηλικίας και η χρήση τους παρατηρήθηκε ότι γινότανε καθημερινώς αφιερώνοντας τουλάχιστον μέχρι και 30 λεπτά από το χρόνο τους. Οι πλείστοι εργαζόμενοι χρησιμοποιούσαν τα ΜΚΔ για εργασιακούς και προσωπικούς σκοπούς, ενώ μόνο ελάχιστοι τα χρησιμοποιούσαν για καθαρά εργασιακούς σκοπούς. Η χρήση τους κυρίως γινόταν κατά τη διάρκεια του διαλλείματος και του χρόνου εργασίας. Παρόλο που τα ευρήματα δείχνουν πως τα ΜΚΔ δεν είναι ο κύριος παράγοντας που αποσπά την προσοχή των εργαζομένων, η μεγαλύτερη μερίδα των εργαζομένων θεωρεί πως επηρεάζεται αρνητικά η παραγωγικότητα, ενώ είναι μόνο λίγοι αυτοί που πιστεύουν το αντίθετο. Οι εργαζόμενοι θεωρούν πως τα ΜΚΔ μπορούν να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις, αλλά αυτές ακόμη υποτιμούν τα οφέλη που μπορούν να λάβουν από τα ΜΚΔ. Οι επιχειρήσεις ακόμη δεν έχουν αντιληφθεί πως τα ΜΚΔ έχουν μπει για τα καλά στη ζωή μας και για αυτό η πλειονότητα των επιχειρήσεων δεν έχει πολιτικές για την χρήση τους.

Summary

This postgraduated thesis, reference is first made to Human Resources Management in modern era, then to the Social Media and then the relevant literature is analyzed. Subsequently with the use of a questionnaire, conclusions came about whether employee productivity is affected by the use of social media in the workplace. These results at the end are compared with the results found in the relevant literature. The questionnaire was prepared in electronic form and uploaded to my personal account where it was completed by 168 employees. The results showed that the majority of employees using social media in the workplace were young and their use was observed to be daily, devoting at least 30 minutes of their time. Most employees used social media for work and personal purposes, while only few used them for purely work purposes. Their use was mainly during breaks and working hours. Although that the findings indicate that social media was not the main factor which gets the attention of employees, the majority of them believe that productivity is negatively affected, while few believe otherwise. Employees perceive that social media can help businesses but they still underestimate the benefits that they can get from social media. Businesses have not realized yet that social media have come into our life for good, and therefore most businesses have no policies for their use.

Ευχαριστίες

Με ευκαιρία τη παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα την επιβλέπουσα καθηγήτρια μου κυρία Σοφία Ν. Ανδρέου, για την πολύτιμη βοήθεια που μου παρείχε και τη καθοδήγηση για την επίλυση διάφορων θεμάτων κατά τη διάρκεια υλοποίησης της μεταπτυχιακής διατριβής.

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	iii
Summary	iv
Ευχαριστίες.....	v
Κατάλογος Διαγραμμάτων	viii
Κατάλογος Πινάκων.....	x
Κεφάλαιο 1.....	1
Εισαγωγή.....	1
1.1 Προσδιορισμός Προβλήματος και Διεθνής Εμπειρία Στην Προσέγγιση και Επίλυση Του.....	1
1.2 Σκοπός και Επιμέρους Στόχοι.....	1
1.3 Θέση Διατριβής.....	2
1.4 Περιορισμοί Διατριβής	2
1.5 Περιγραφή Γενικής Μεθοδολογίας, Μεθόδου και Προσέγγισης Της Διατριβής....	3
1.6 Βασικά Ερευνητικά Ερωτήματα:.....	3
1.7 Συνοπτική Παρουσίαση Ενοτήτων.....	3
Κεφάλαιο 2.....	4
ΜΚΔ Στην Σύγχρονη Εποχή.....	4
2.1 Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού Στην Σύγχρονη Εποχή.....	4
2.2 Ιστορική Αναδρομή Από Την Δημιουργία Μέχρι Το Παρόν	5
2.3 Δημοφιλέστερα ΜΚΔ.....	6
2.4 Χρήση ΜΚΔ Για Εύρεση Εργασίας	13
2.5 ΜΚΔ Στην Εργασία.....	14
2.6 Προσλήψεις.....	14
2.7 Επεξεργασία Δεδομένων Εργαζομένων.....	15
2.8 Αξιολόγηση ΜΚΔ.....	15
2.9 Ασφάλεια	16
2.10 Δυνατότητα Έκφρασης, Ιδιωτικότητας και Ανωνυμίας	17
2.11 Οφέλη και Πιθανοί Κίνδυνοι Των ΜΚΔ	17
2.12 Ανάγκη Ύπαρξης Πολιτικών και Δημιουργία Τους	18
2.13 Μάρκετινγκ Μέσω ΜΚΔ	19
2.14 Διαχείριση ΜΚΔ	19
Κεφάλαιο 3.....	21
Χρήση και Επιδράσεις Των ΜΚΔ	21
Κεφάλαιο 4.....	48
Εμπειρική Ανάλυση.....	48
4.1 Ερωτηματολόγιο.....	48

4.2 Αποτελέσματα Ερωτηματολογίου.....	48
4.3 Σύγκριση Αποτελεσμάτων Με Την Βιβλιογραφία.....	62
Κεφάλαιο 5.....	67
Συμπεράσματα και Προτάσεις Πολιτικής.....	67
Βιβλιογραφία	69
Παράρτημα Α.....	73
Πίνακας Αποτελεσμάτων Ερωτηματολογίου.....	73
Παράρτημα Β.....	77
Ερωτηματολόγιο	77

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1. Κατανομή χρηστών Facebook, βάση ηλικίας και φύλου (MARKINBLOG, 2019)	7
Διάγραμμα 2. Χρήστες του Facebook βάση γεωγραφικής τοποθεσίας από το 2016 μέχρι το 2019 (MARKINBLOG, 2019)	7
Διάγραμμα 3. Κατανομή χρηστών Twitter, βάση ηλικίας και φύλου (Gerbyshak, 2019)	8
Διάγραμμα 4. Μηνιαίοι ενεργοί χρήστες του Twitter (Nahata, 2019)	8
Διάγραμμα 5. Στατιστικά χρήσης του YouTube (Andrew, 2019)	10
Διάγραμμα 6. Προτιμήσεις στο YouTube βάση περιεχομένου (comscore, 2016)	10
Διάγραμμα 7. Συχνότητα χρήσης YouTube (comscore, 2016)	11
Διάγραμμα 8. Μηνιαίοι χρήστες του Instagram από το 2013 μέχρι το 2018 (Clement, 2019)	11
Διάγραμμα 9. Κατανομή χρηστών Instagram, βάση ηλικίας και φύλου (Pepe, 2019) ...	12
Διάγραμμα 10. Κατανομή χρηστών Snapchat βάση ηλικίας και φύλου (mediakix, 2019)	12
Διάγραμμα 11. Καθημερινοί χρήστες του Snapchat από το 2014 μέχρι το 2019 (Wade, 2019)	13
Διάγραμμα 12. Συχνότητα πρόσβασης στα ΜΚΔ σύμφωνα με την έρευνα των (Yeshambel, et al., 2016).....	22
Διάγραμμα 13. Σκοπός χρήσης ΜΚΔ σύμφωνα με την έρευνα των (Munene and Nyaribo, 2013)	25
Διάγραμμα 14. Γενικοί σκοποί χρήσης ΜΚΔ σύμφωνα με την έρευνα των (Munene and Nyaribo, 2013)	25
Διάγραμμα 15. Συχνότητα πρόσβασης στα ΜΚΔ σύμφωνα με την μελέτη των (Ferreira and Du Plessis, 2009)	37
Διάγραμμα 16. Επίδραση ΜΚΔ στην καινοτόμο συμπεριφορά σύμφωνα με την μελέτη (Weru, 2015)	40
Διάγραμμα 17. Επίδραση ΜΚΔ στην ικανοποίηση εργασίας σύμφωνα με την μελέτη (Weru, 2015)	40
Διάγραμμα 18. Επίδραση ΜΚΔ στην απόδοση εργασίας σύμφωνα με την μελέτη (Weru, 2015)	41
Διάγραμμα 19. Έλεγχος πρόσβασης και πολιτική σύμφωνα με την μελέτη (Weru, 2015)	41
Διάγραμμα 20. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 1	48
Διάγραμμα 21. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 2	49
Διάγραμμα 22. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 3	49
Διάγραμμα 23. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 4	50
Διάγραμμα 24. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 5	50
Διάγραμμα 25. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 6	51
Διάγραμμα 26. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 7	51
Διάγραμμα 27. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 8	52
Διάγραμμα 28. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 9	52
Διάγραμμα 29. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 10	53
Διάγραμμα 30. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 11	53
Διάγραμμα 31. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 12	54

Διάγραμμα 32. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 13.....	54
Διάγραμμα 33. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 14.....	55
Διάγραμμα 34. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 15.....	55
Διάγραμμα 35. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 16.....	56
Διάγραμμα 36. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 17.....	56
Διάγραμμα 37. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 18.....	57
Διάγραμμα 38. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 19.....	57
Διάγραμμα 39. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 20.....	58
Διάγραμμα 40. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 21.....	58
Διάγραμμα 41. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 22.....	59
Διάγραμμα 42. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 23.....	59
Διάγραμμα 43. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 24.....	60
Διάγραμμα 44. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 25.....	60
Διάγραμμα 45. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 26.....	61
Διάγραμμα 46. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 27.....	61

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1. Ευρήματα μελέτης (Yeshambel, et al., 2016)	21
Πίνακας 2. Ευρήματα μελέτης (North, 2010)	23
Πίνακας 3. Ευρήματα μελέτης (Munene and Nyaribo, 2013)	24
Πίνακας 4. Ευρήματα μελέτης (Seman, 2014)	26
Πίνακας 5. Ευρήματα μελέτης (Bharucha, 2018)	28
Πίνακας 6. Ευρήματα μελέτης (Daniel, et al., 2017)	30
Πίνακας 7. Ευρήματα μελέτης (Usrof, 2017)	32
Πίνακας 8. Ευρήματα μελέτης (Francois, et al., 2013)	33
Πίνακας 9. Ευρήματα μελέτης (Kandiero, et al., 2014)	35
Πίνακας 10. Ευρήματα μελέτης (Ferreira and Du Plessis, 2009)	37
Πίνακας 11. Ευρήματα μελέτης (Weru, 2015)	39
Πίνακας 12. Ευρήματα μελέτης (Tulu, 2017)	43
Πίνακας 13. Ευρήματα μελέτης (Warnakula and Manickam, 2011)	47

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή

1.1 Προσδιορισμός Προβλήματος και Διεθνής Εμπειρία Στην Προσέγγιση και Επίλυση Του

Υπάρχουν μελέτες που δείχνουν θετικές επιδράσεις (Tulu, 2017) και κάποιες άλλες που δείχνουν αρνητικές επιδράσεις (Seman, 2014) για το πώς επηρεάζεται η παραγωγικότητα των εργαζομένων με την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (ΜΚΔ) εντός του χώρου εργασίας. Μερικές μελέτες υποστηρίζουν πως τα ΜΚΔ μπορούν να αυξήσουν την παραγωγικότητα των εργαζομένων με αποτέλεσμα την επίτευξη των στρατηγικών στόχων των επιχειρήσεων. Σε αντίθεση με άλλες μελέτες οι οποίες υποστηρίζουν πως η παραγωγικότητα των εργαζομένων επηρεάζεται αρνητικά καθιστώντας τους εργαζόμενους μη παραγωγικούς και σπαταλούν τον χρόνο εργασίας τους για προσωπικούς σκοπούς. Και για την προσέγγιση και επίλυση του προβλήματος αυτού, οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν πολιτικές οι οποίες θα περιορίζουν την χρήση του διαδικτύου και των ΜΚΔ εντός του χώρου εργασίας.

1.2 Σκοπός και Επιμέρους Στόχοι

Σκοπός είναι η ανάλυση της διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού και των ΜΚΔ, και ακολούθως μέσα από ερωτηματολόγια και βιβλιογραφική ανασκόπηση που αφορά την χρήση των ΜΚΔ εντός του χώρου εργασίας θα αναδειχθεί πως επηρεάζεται η παραγωγικότητα των εργαζομένων. Έτσι θα γίνει η εξαγωγή αποτελεσμάτων και συμπερασμάτων, θα σημειωθούν σημαντικές παρατηρήσεις και θα γίνουν εισηγήσεις για περαιτέρω μελλοντικές έρευνες για κάλυψη τυχόν κενών και ελλείψεων. Τα αποτελέσματα θα βοηθήσουν τους εργαζόμενους να αντιληφθούν την επίδραση που έχουν τα ΜΚΔ πάνω τους και πως επηρεάζεται ο τρόπος με τον οποίο εργάζονται, αλλά

παράλληλα θα βοηθήσουν και τους εργοδότες να δουν ποια ακριβώς είναι η επίδραση των ΜΚΔ στους εργαζομένους και στην εργασία τους, και ποια μέτρα μπορούν να λάβουν οι εργοδότες για να αντιμετωπίσουν αυτό το φαινόμενο.

1.3 Θέση Διατριβής

Η αναγκαιότητα της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής είναι η ανάδειξη των επιδράσεων στην παραγωγικότητα των εργαζομένων, και κατ' επέκταση των επιχειρήσεων, όταν χρησιμοποιούν ανεξέλεγκτα τα ΜΚΔ εντός του χώρου εργασίας, καθώς στις μέρες μας τα ΜΚΔ έχουν σημαντικό ρόλο στην καθημερινότητα μας και επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό. Οι επιχειρήσεις πλέον αντιμετωπίζουν προκλήσεις γύρω από το φαινόμενο αυτό και παρατηρούν την ικανότητα των εργαζομένων να εκτελούν τα καθήκοντα τους και να βάζουν όρια μεταξύ της επαγγελματικής και προσωπικής χρήσης των ΜΚΔ. Η σπατάλη χρόνου για προσωπικούς σκοπούς του κάθε εργαζόμενου σε αυτές τις δραστηριότητες αποτελεί τεράστιο κόστος για τις επιχειρήσεις.

1.4 Περιορισμοί Διατριβής

Τα ΜΚΔ έχουν γίνει απαραίτητα στην καθημερινότητα μας τα τελευταία χρόνια, και δεν μπορούν οι εργαζόμενοι να ξεχωρίσουν το προσωπικό χρόνο από τον εργασιακό. Ο κύριος περιορισμός της διατριβής είναι πως το δείγμα του πληθυσμού είναι σχετικά μικρό καθώς συγκεντρώθηκε σε χρονικό διάστημα εντός 3 εβδομάδων και τα αποτελέσματα δεν είναι αντιπροσωπευτικά για όλους τους εργαζόμενους. Το δείγμα πληθυσμού περιλάμβανε εργαζόμενους με διαφορετικά δημογραφικά στοιχεία οι οποίοι κάνουν διαφορετικές εργασίες, έχουν διαφορετική θέση και έχουν διαφορετικό ωράριο. Άρα είναι λογικό πως οι απαιτήσεις κάθε εργασίας είναι διαφορετικές και ίσως δεν έχουν όλοι οι εργαζόμενοι τον εξοπλισμό για να κάνουν χρήση των ΜΚΔ. Όπως για παράδειγμα μια γραμματέας έχει συνέχεια ένα ηλεκτρονικό υπολογιστή μπροστά της και είναι πιο επιρρεπής στο να το χρησιμοποιήσει για προσωπικούς σκοπούς, σε σύγκριση με έναν οδηγό φορτηγού ο οποίος έχει άλλης φύσεως δουλειά και δεν έχει τον ίδιο εξοπλισμό. Όλα αυτά επηρεάζουν τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα της μεταπτυχιακής διατριβής.

1.5 Περιγραφή Γενικής Μεθοδολογίας, Μεθόδου και Προσέγγισης Της Διατριβής

Για την επίτευξη του εμπειρικού μέρους της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής έγινε η χρήση ερωτηματολογίων και παράλληλα πραγματοποιήθηκε και βιβλιογραφική ανασκόπηση. Συμπεριλήφθηκαν εργαζόμενοι ανεξαρτήτως εργασίας, μόρφωσης, ηλικίας και φύλου, οι οποίοι είναι χρήστες των ΜΚΔ. Ακολούθως παρουσιάζονται αναλυτικά τα στοιχεία, συγκρίνονται τα αποτελέσματα για έλεγχο ομοιοτήτων ή διαφορών και έτσι στο τέλος εξάγονται τα τελικά αποτελέσματα.

1.6 Βασικά Ερευνητικά Ερωτήματα:

- Ποιο είναι το ποσοστό των εργαζομένων που χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ και ποια η συχνότητα χρήσης τους;
- Ποια είναι τα ΜΚΔ που χρησιμοποιούνται;
- Ποιες ηλικίες τα χρησιμοποιούν περισσότερο;
- Ποιος είναι ο σκοπός της χρήσης τους;
- Πως επηρεάζεται η παραγωγικότητα των εργαζομένων;

1.7 Συνοπτική Παρουσίαση Ενοτήτων

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή παρουσιάζεται σε 5 συνολικά κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο είναι η εισαγωγή στην οποία αναφέρεται η περιγραφή του προβλήματος, οι στόχοι, η θέση και οι περιορισμοί της μεταπτυχιακής διατριβής, ποια είναι η μεθοδολογία που εφαρμόστηκε και ποια είναι τα βασικά ερωτήματα που θα απαντηθούν στο τέλος. Στο κεφάλαιο 2 γίνεται αναφορά στα ΜΚΔ και παρουσιάζονται πληροφορίες από την σχετική βιβλιογραφία. Στο κεφάλαιο 3 είναι η χρήση και οι επιδράσεις των ΜΚΔ όπου παρουσιάζονται κάποιες έρευνες που έχουν γίνει παλαιότερα και μελετούσαν κάποια κοινά στοιχεία. Ακολούθως στο κεφάλαιο 4 βρίσκεται η εμπειρική ανάλυση της μεταπτυχιακής διατριβής όπου αναφέρεται ο τρόπος διεξαγωγής του ερωτηματολογίου, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα του και στο τέλος αυτά συγκρίνονται με τα αποτελέσματα που έχουν προκύψει από την βιβλιογραφική ανασκόπηση. Τέλος στο κεφάλαιο 5 βρίσκονται τα γενικά συμπεράσματα και οι προτάσεις πολιτικής.

Κεφάλαιο 2

ΜΚΔ Στην Σύγχρονη Εποχή

2.1 Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού Στην Σύγχρονη Εποχή

Η ποιότητα και η επιτυχία μιας επιχείρησης καθορίζεται σε μεγάλο ποσοστό από το προσωπικό που απασχολεί, και εξαρτάται πάντοτε από την ανεύρεση ανθρώπινου δυναμικού το οποίο θα έχει τα απαραίτητα προσόντα για να εκτελεί με επιτυχία τις απαραίτητες εργασίες για την επίτευξη των στρατηγικών στόχων (Robbins, et al., 2012:309). Για να μπορούν οι εργαζόμενοι να ανταπεξέλθουν στις προσδοκίες της εκάστοτε επιχείρησης θα πρέπει να εγκλιματιστούν στην νοοτροπία και κουλτούρα της επιχείρησης, να εκπαιδευτούν και να αναπτύξουν τις γνώσεις τους. Για την πραγματοποίηση των πιο πάνω η επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τις μεθόδους κατατόπισης και εκπαίδευσης νέων εργαζομένων. Με την κατατόπιση οι εργαζόμενοι εξοικειώνονται με το περιβάλλον, μειώνεται το άγχος τους και διευκολύνεται η μετάβαση τους από το εξωτερικό στο εσωτερικό της επιχείρησης. Με την επαγγελματική κατατόπιση διασαφηνίζονται οι αρμοδιότητες και οι ευθύνες του εργαζόμενου, και το πώς θα αξιολογείται η απόδοση της εργασίας του. Με την κατατόπιση για την μονάδα εργασίας οι εργαζόμενοι εξοικειώνονται με τους στόχους της μονάδας τους, διευκρινίζει το πώς η εργασία τους συνεισφέρει στην επιχείρηση και τους συστήνει στους υπόλοιπους εργαζομένους. Με την κατατόπιση για την επιχείρηση οι νέοι εργαζόμενοι ενημερώνονται για τους στόχους, την ιστορία και τις πολιτικές που εφαρμόζονται. Με την εκπαίδευση επιτυγχάνεται η μεταβολή στις δεξιότητες, στις γνώσεις, στις στάσεις και στις νοοτροπίες. Με την εκπαίδευση επιτυγχάνεται η μεταβολή στις δεξιότητες, στις γνώσεις, στις στάσεις και στις νοοτροπίες (Robbins, et al., 2012:329). Τα πλεονεκτήματα της εκπαίδευσης είναι η αύξηση της παραγωγικότητας, η μείωση των ατυχημάτων και των επιβλέψεων, η αύξηση της σταθερότητας, της ελκυστικότητας της επιχείρησης ως εργοδότη και της αφοσίωσης του προσωπικού, με αποτέλεσμα την ανάπτυξη μιας προσανατολισμένης

κουλτούρας προς τη βελτίωση της απόδοσης. Η εκπαίδευση που παρέχεται μπορεί να αφορά θέματα συνεργασίας, επικοινωνίας, συναισθημάτων, ανάπτυξη ικανοτήτων, επίλυσης προβλημάτων και λήψης αποφάσεων, διαχείριση χρόνου, στρες, κρίσεων και αλλαγών (Ιορδανόγλου, 2018:88).

Το σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον για την διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού περιλαμβάνει την παγκοσμιοποίηση, τις συγχωνεύσεις, την ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας και την οικονομική κρίση που οδηγεί συνήθως σε μείωση του αριθμού του προσωπικού. Οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει η διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού είναι η διαχείριση των αλλαγών μέσα στην επιχείρηση, ο χειρισμός της διαφορετικότητας του προσωπικού, η επιτυχής προσέλκυση και διατήρηση ταλέντων, οι σύγχρονοι εργαζόμενοι, καθώς και η ισορροπία της εργασιακής με την προσωπική ζωή (Ιορδανόγλου, 2018:11). Η ισορροπία αυτή ενισχύεται με την ευελιξία από πλευράς εργαζομένων να προγραμματίσουν τις ώρες και θέσεις εργασίας, και τον προσωπικό χρόνο εκτός εργασίας. Σε κάποιες επιχειρήσεις τα προγράμματα ευελιξίας γίνονται επιλογή των εργοδοτών για την προσέλκυση και διατήρηση των ικανών εργαζομένων που χρειάζονται (Schermerhorn, 2012:380).

2.2 Ιστορική Αναδρομή Από Την Δημιουργία Μέχρι Το Παρόν

Η πρώτη πλατφόρμα που δημιουργήθηκε ήταν το 1997 μέχρι και το 2001 και ονομάστηκε 6 degrees, καθώς η ιδεολογία της βασίστηκε στην κοινωνιολογική θεωρία των 6 βαθμών διαχωρισμού. Αυτή η θεωρία υποστήριζε πως όλοι μας συνδεόμαστε μεταξύ μας με 6 βαθμούς διαχωρισμού ή και λιγότερους, και έτσι βασίστηκε η δημιουργία της πρώτης πλατφόρμας και κατά συνέπεια όλων των πρώτων ΜΚΔ. Σε αυτή τη πλατφόρμα υπήρχε η δυνατότητα δημιουργίας προφίλ και απόκτηση διαδικτυακών φίλων. Παράλληλα εκείνο το διάστημα έγινε δημοφιλές το blogging, όπου οι άνθρωποι είχαν την δυνατότητα να επικοινωνήσουν μεταξύ τους γράφοντας δημόσια την άποψη τους, και για την εποχή εκείνη αποτελούσε την πρώιμη μορφή του σημερινού chat (Δόβρη, 2017).

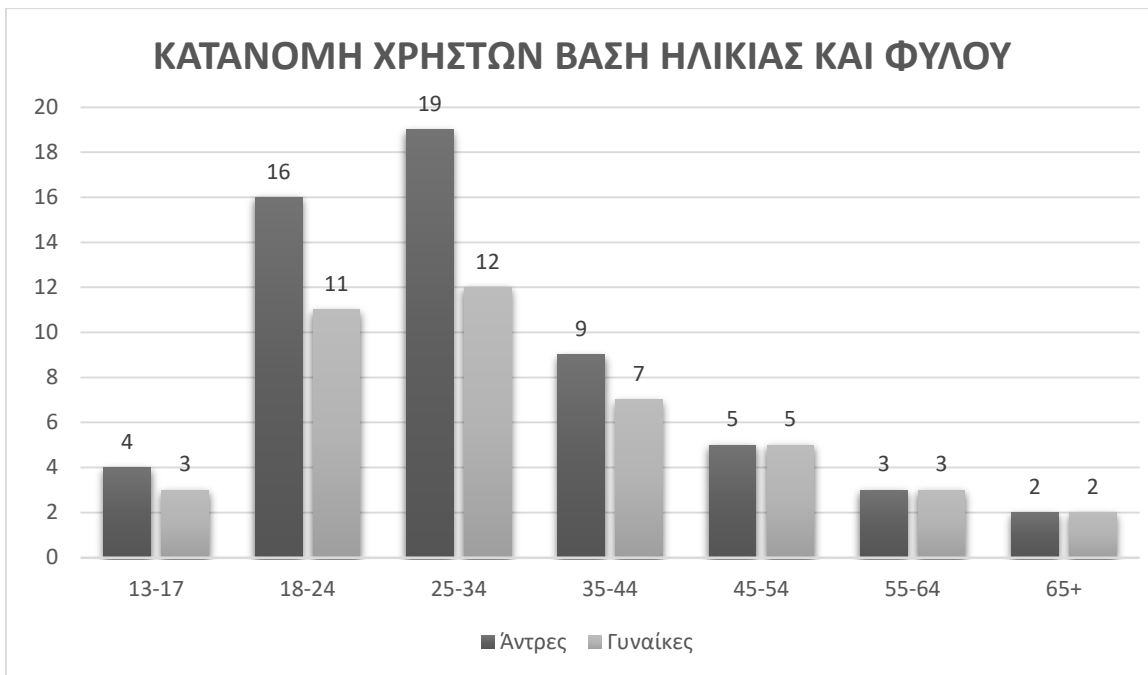
Κατά το 2000 το διαδίκτυο είχε γίνει πιο γνωστό σε μεγαλύτερο αριθμό ατόμων, και το 2003 έκανε για πρώτη φορά εμφάνιση το πρώτο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, το Myspace. Ακολούθως το 2004 δημιουργήθηκε το Facebook, το οποίο αρχικά χρησιμοποιούσαν μόνο οι φοιτητές του Harvard και μετά από κάποιο διάστημα χρησιμοποιήθηκε και από το ευρύτερο κοινό. Μετά το 2005 έκαναν την εμφάνιση τους το Youtube και το Twitter. Μέχρι και το 2010 δημιουργήθηκαν πολλές πλατφόρμες οι οποίες δεν έγιναν και τόσο διαδεδομένες, όπως είναι το Flickr και το Tumblr. Το 2010 θεωρείται σημαντικό κομβικό σημείο για τα ΜΚΔ. Εκείνο το διάστημα έγινε η εμφάνιση του Instagram και του Pinterest, και παράλληλα έγιναν πιο δημοφιλή το Facebook και το Twitter (Δόβρη, 2017).

2.3 Δημοφιλέστερα ΜΚΔ

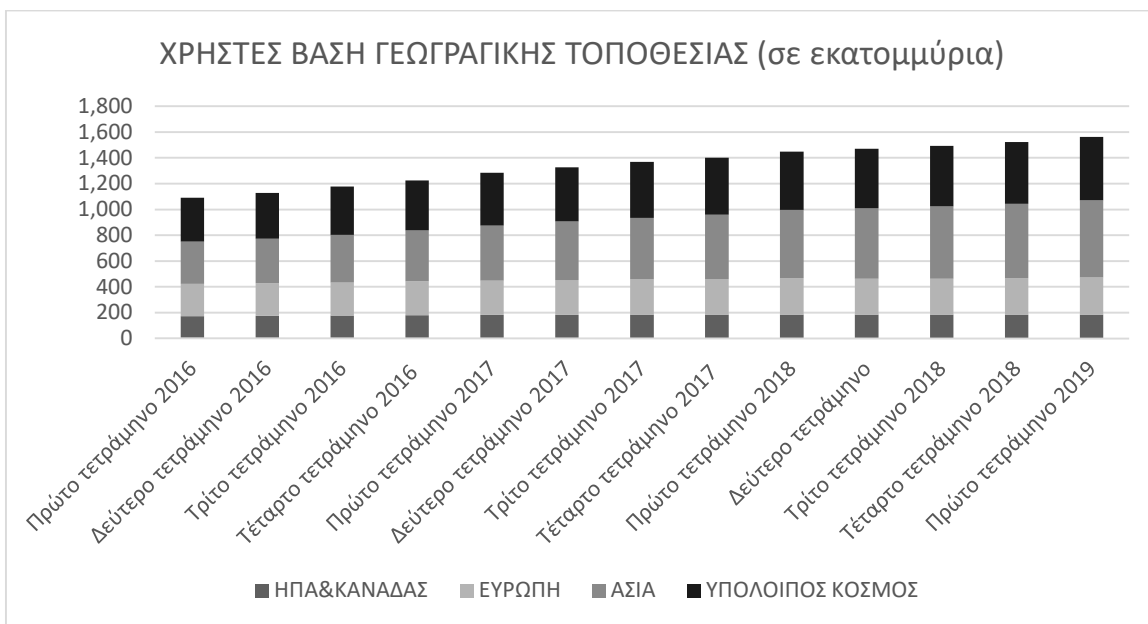
Τα ΜΚΔ στις μέρες μας δεν αποτελούν επιλογή αλλά ανάγκη. Χωρίς αυτά δεν θα μπορούσαν οι σημερινοί χρήστες να συνδεθούν μεταξύ τους, να στείλουν φωτογραφίες μεταξύ τους και να βλέπουν σημαντικές στιγμές της ζωής τους. Έτσι έγινε πιο εύκολη η αλληλεπίδραση με φίλους και γνωστούς, η ενημέρωση των τελευταίων νέων και η σύνδεση για την εξυπηρέτηση πελατών. Από τον Ιανουάριο του 2018 χρησιμοποιούν το διαδίκτυο το 53% του πληθυσμού, ενώ χρήση των ΜΚΔ έκανε το 42% του πληθυσμού (Progress I.T.C Digital Marketing Agency, 2019). Τα ΜΚΔ αλλάζουν με την πάροδο των χρόνων και θα συνεχίζουν να αλλάζουν αφού η τεχνολογία προχωράει συνεχώς και οι χρήστες των μέσων αυτών καθημερινώς έχουν περισσότερες απαιτήσεις (DreamWeaver, 2016). Πιο κάτω παρουσιάζονται αναλυτικά τα ΜΚΔ που είναι πιο ευρέως γνωστά στην κοινωνία με διάφορα στατιστικά αποτελέσματα:

Facebook

Το Facebook αποτελεί το πιο δημοφιλές μέσο κοινωνικής δικτύωσης με 2,27 δισεκατομμύρια μηνιαίους ενεργούς χρήστες. Μέχρι το Δεκέμβριο του 2016, υπήρχαν 1,15 δισεκατομμύρια ενεργοί χρηστές μέσω κινητών (MARKINBLOG, 2019).



Διάγραμμα 1. Κατανομή χρηστών Facebook, βάση ηλικίας και φύλου (MARKINBLOG, 2019)



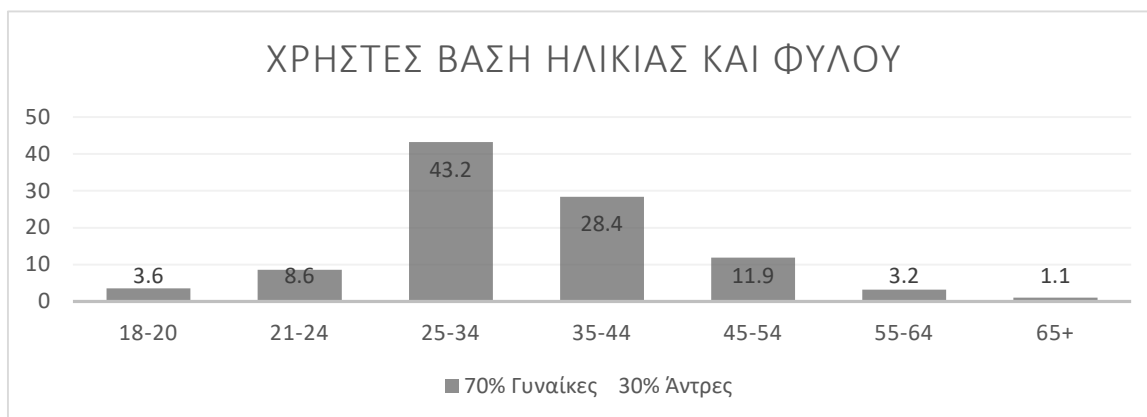
Διάγραμμα 2. Χρήστες του Facebook βάση γεωγραφικής τοποθεσίας από το 2016 μέχρι το 2019 (MARKINBLOG, 2019)

Στο Facebook υπάρχουν 80 εκατομμύρια σελίδες επιχειρήσεων, εκ των οποίων 6 εκατομμύρια διαφημίζουν (MARKINBLOG, 2019). Οι καταναλωτές αναζητούν πληροφορίες συνεχώς στα ΜΚΔ σχετικά με προϊόντα και μάρκες. Το 4,2% των χρηστών όταν βλέπουν μια ανάρτηση επιχειρηματικής σελίδας είτε διαβάζουν μια κατάσταση της,

είτε τους αρέσει μια ανάρτηση με την παρακολούθηση βίντεο ή με την σύνδεση σε σύνδεσμο της σελίδας (Progress I.T.C Digital Marketing Agency, 2019).

Twitter

Το twitter έχει μπει στις προτιμήσεις των χρηστών λόγω του περιοριστικού μικρού αριθμού των μηνυμάτων, όπου ανέρχονται στους 140 χαρακτήρες (DreamWeaver, 2016).



Διάγραμμα 3. Κατανομή χρηστών Twitter, βάση ηλικίας και φύλου (Gerbyshak, 2019)



Διάγραμμα 4. Μηνιαίοι ενεργοί χρήστες του Twitter (Nahata, 2019)

Σύμφωνα με το Your Business Shop (2019) υπάρχουν τα ακόλουθα στατιστικά στοιχεία:

- Ύπαρξη 1,3 δισεκατομμυρίων λογαριασμών, αλλά μόνο 328 εκατομμύρια είναι ενεργοί
- Ο μέσος αριθμός χρηστών, έχει 707 ακόλουθους
- 328 εκατομμύρια λογαριασμοί δεν έχουν καθόλου ακόλουθους
- Στέλνονται 500 εκατομμύρια tweets κάθε μέρα, όπου αναλογούν 6000 ανά δευτερόλεπτο

LinkedIn

Το LinkedIn χρησιμοποιείται για επαγγελματικούς σκοπούς, καθώς τα προφίλ του είναι σχεδιασμένα έτσι ώστε να θυμίζουν βιογραφικό σημείωμα. Δίνει την δυνατότητα στους χρήστες να παρουσιάζουν τις γνώσεις τους, τις σπουδές τους, τις δεξιότητες τους, τα πτυχία τους, τυχόν διακρίσεις που έχουν λάβει και την επαγγελματική τους εμπειρία. Επιπλέον δίνει τη δυνατότητα για δημιουργία ομάδων, σελίδων παρουσίασης, δημοσιοποίησης θέσεων εργασίας και αιτήσεις για αυτές (DreamWeaver, 2016).

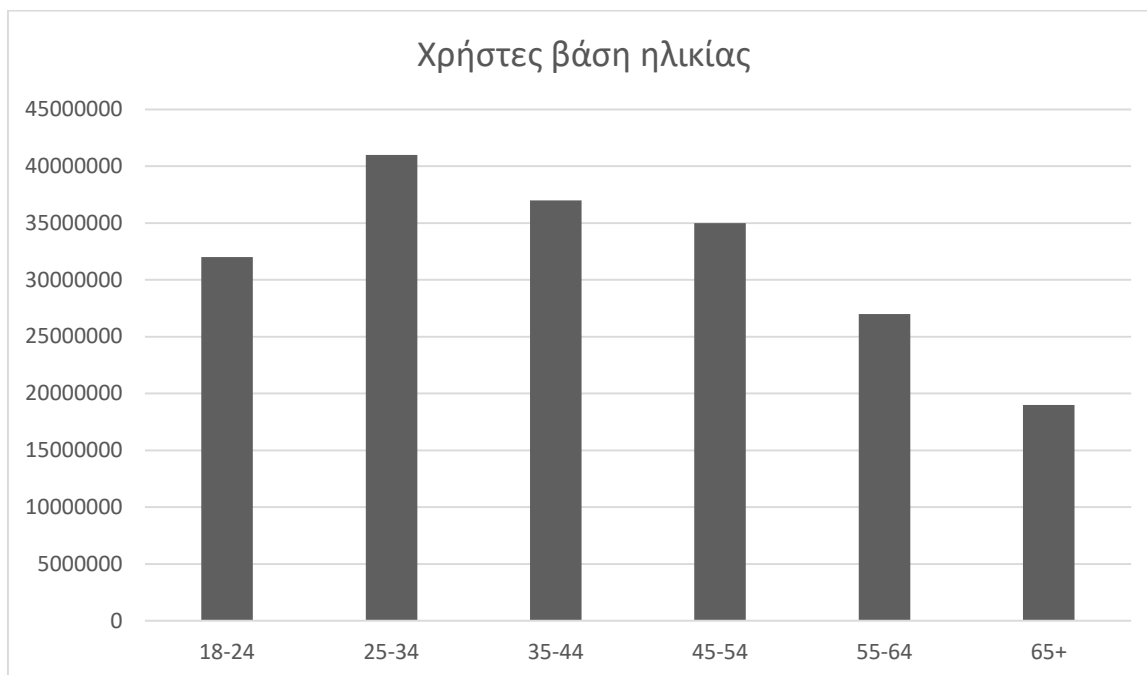
Σύμφωνα με τον Jain (2019) υπάρχουν τα ακόλουθα στοιχεία:

- Υπάρχουν 590 εκατομμύρια χρήστες
- Το 43% των χρηστών είναι γυναίκες και το 57% είναι άντρες
- Το 28% των χρηστών είναι κάτω των 25 ετών
- Τα 260 εκατομμύρια είναι ενεργοί μηνιαίοι χρήστες
- Το 40% των μηνιαίων ενεργών χρηστών κάνουν καθημερινή χρήση
- Το 63% κάνει χρήση μέσω κινητών

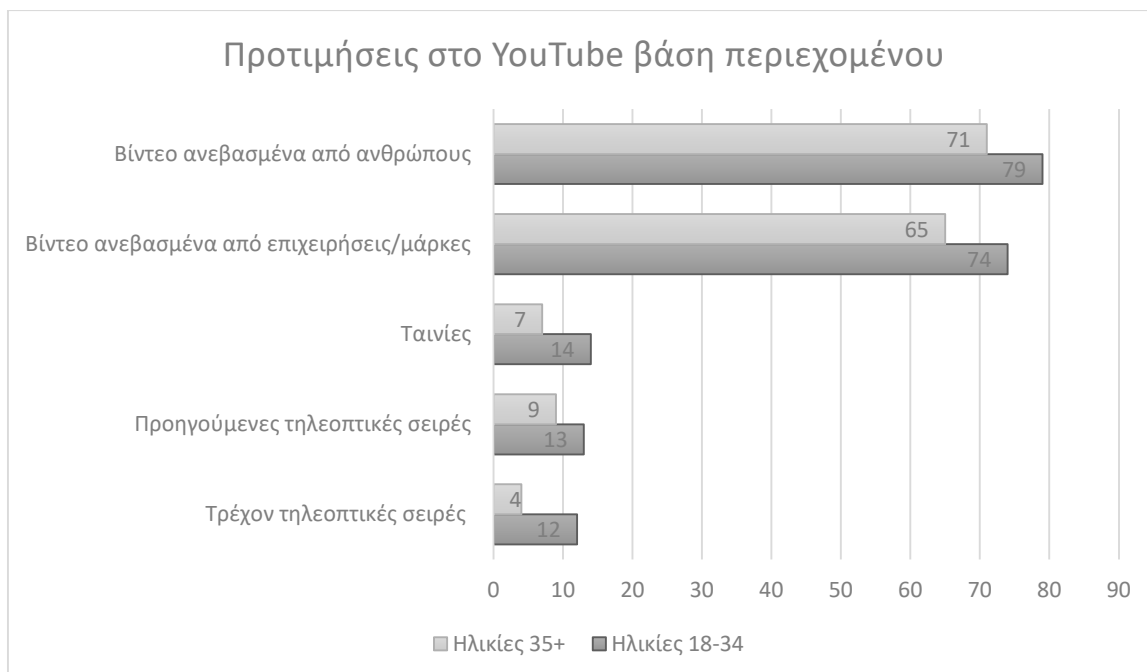
YouTube

Αποτελεί το πιο διαδεδομένο μέσο για την προβολή βίντεο. Αμέσως μετά την Google το YouTube αποτελεί την δεύτερη μεγαλύτερη μηχανή αναζήτησης. Ανεξαρτήτως ότι ανήκει στην ίδια ιδιοκτησία της Google, αναγνωρίζεται σαν διαφορετικό κοινωνικό δίκτυο και διαφορετική μηχανή αναζήτησης (DreamWeaver, 2016). Σύμφωνα με την Δόβρη (2017)

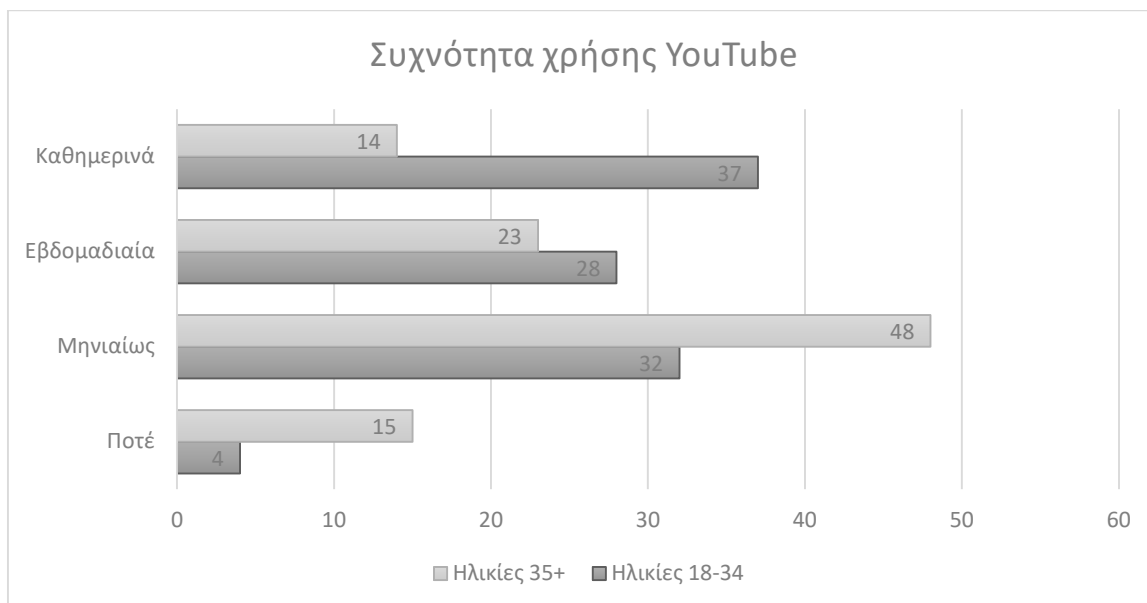
υπάρχουν 1 δισεκατομμύριο μηνιαίοι ενεργοί χρήστες. Ενώ σύμφωνα με comscore (2016) υπάρχει σχεδόν η διπλάσια προτίμηση προβολής ενός βίντεο στο YouTube (35%) από του νέους, σε σύγκριση με την τηλεόραση (19%).



Διάγραμμα 5. Στατιστικά χρήσης του YouTube (Andrew, 2019)



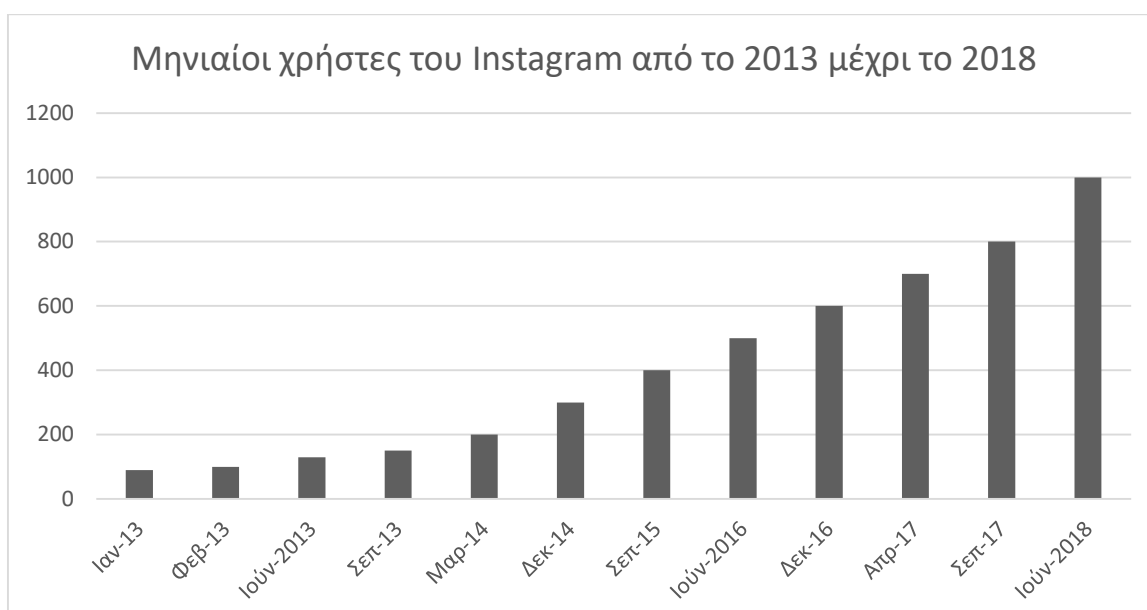
Διάγραμμα 6. Προτιμήσεις στο YouTube βάση περιεχομένου (comscore, 2016)



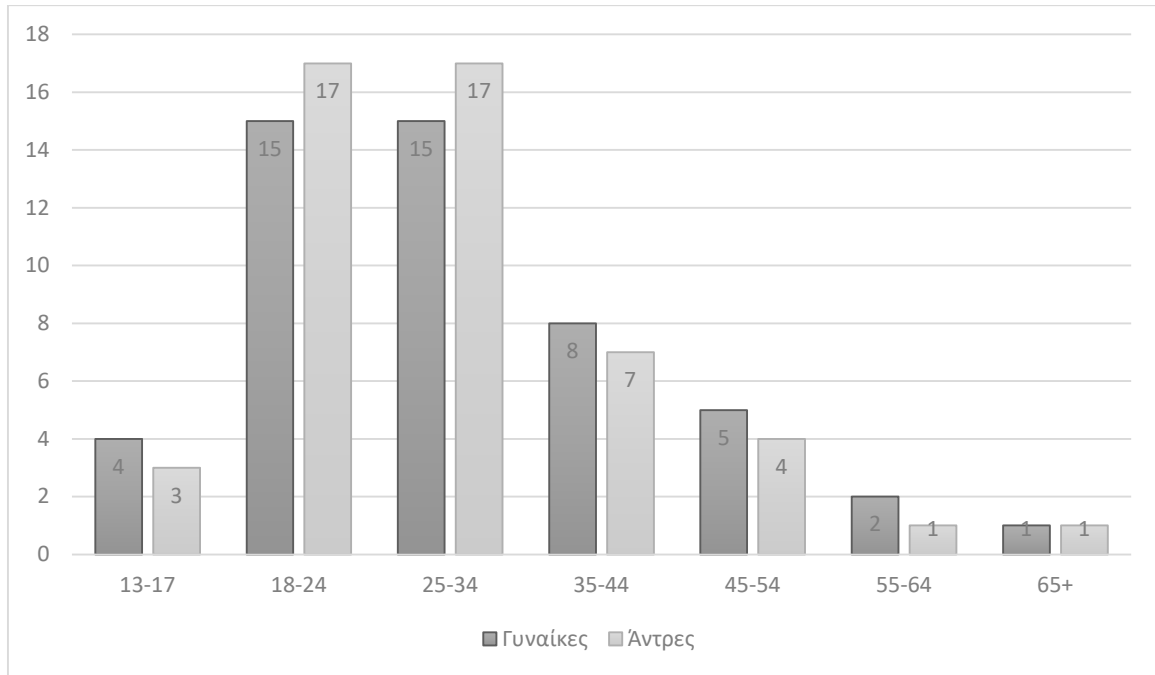
Διάγραμμα 7. Συχνότητα χρήσης YouTube (comscore, 2016)

Instagram

Το Instagram εξελίσσεται σε ένα από τα πιο δημοφιλή δίκτυα για την παρουσίαση φωτογραφιών σε πραγματικό χρόνο ή για μικρά βίντεο από κινητά. Αγοράστηκε από το Facebook το 2012 (DREAMWEAVER, 2016). Τον Ιούνιο του 2018 έφτασε στο 1 δισεκατομμύριο ενεργούς μηνιαίους χρήστες, ενώ περίπου τα 500 εκατομμύρια είναι καθημερινοί ενεργοί χρήστες (MARKINBLOG, 2019).



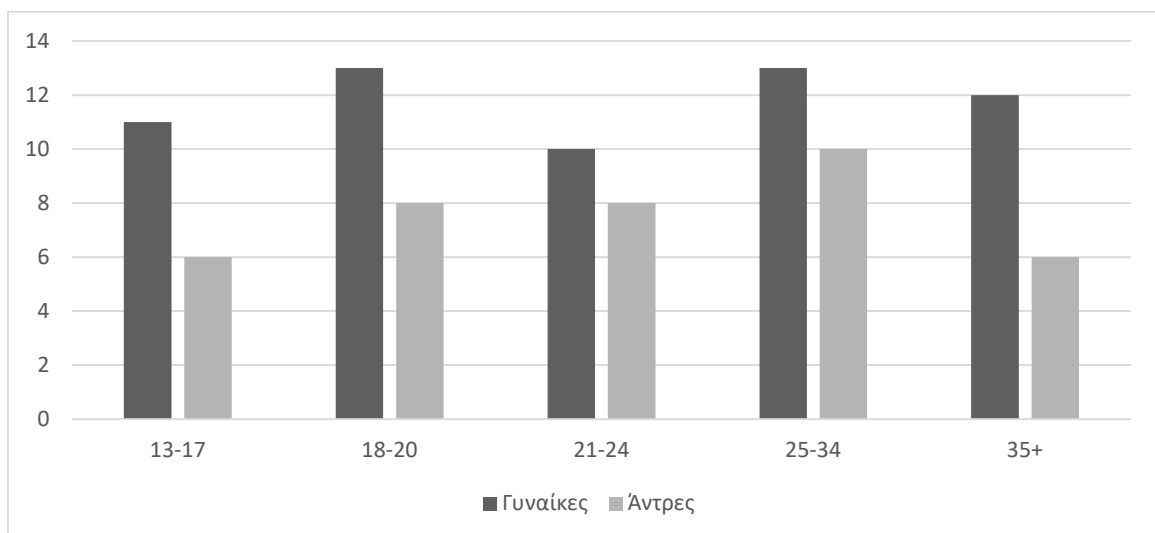
Διάγραμμα 8. Μηνιαίοι χρήστες του Instagram από το 2013 μέχρι το 2018 (Clement, 2019)



Διάγραμμα 9. Κατανομή χρηστών Instagram, βάση ηλικίας και φύλου (Pepe, 2019)

Snapchat

Εξέκίνησε με την άμεση αποστολή μηνυμάτων και λειτουργεί μόνο σε κινητά. Στηρίζει την επιτυχία του στην αποστολή βίντεο ή εικόνας ή μηνύματος σε έναν φίλο. Δεν γίνεται δημοσίευση σε όλους όπως σε άλλα κοινωνικά δίκτυα, αλλά μόνο σε φίλους (DreamWeaver, 2016).



Διάγραμμα 10. Κατανομή χρηστών Snapchat βάση ηλικίας και φύλου (mediakix, 2019)



Διάγραμμα 11. Καθημερινοί χρήστες του Snapchat από το 2014 μέχρι το 2019 (Wade, 2019)

2.4 Χρήση ΜΚΔ Για Εύρεση Εργασίας

Τα ΜΚΔ έχουν επηρεάσει τις διαδικασίες προσλήψεων και χρησιμοποιούνται από μεγάλο ποσοστό επιχειρήσεων. Τα άτομα που αναζητούν εργασία καλό θα ήταν να χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για να ενημερώνονται για τις θέσεις εργασίας που είναι διαθέσιμες. Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για να ανακοινώσουν τις θέσεις εργασίας και την ανεύρεση πιθανών υποψηφίων. Για αυτό το λόγο οι ενδιαφερόμενοι θα πρέπει να ακολουθούν τα ΜΚΔ των επιχειρήσεων που έχουν έστω και το ελάχιστο ενδιαφέρον (Παπαδόπουλος, 2015).

Με την παγκόσμια έξαρση των ΜΚΔ είναι πιθανόν πως υψηλά στελέχη επιχειρήσεων να έχουν προφίλ και λογαριασμούς στα ΜΚΔ. Με αυτό τον τρόπο οι ενδιαφερόμενοι θα μπορούσαν να ενημερώνονται τόσο για τα στελέχη αυτά όσο και για τις ίδιες τις επιχειρήσεις που εργάζονται. Αποτελεί ευκαιρία καθώς μέσα από τα προφίλ των στελεχών, οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να ενημερώνονται για τις νέες διαθέσιμες θέσεις εργασίας. Παράλληλα οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να ακολουθούν και προφίλ άλλων εργαζομένων που εργάζονται στις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις. Έτσι έχουν την ευκαιρία να μαθαίνουν πληροφορίες για την πολιτική και κουλτούρα των επιχειρήσεων, παρέχοντας έτσι μια εσωτερική ματιά μέσα στις επιχειρήσεις. Με αυτούς τους τρόπους

θα πρέπει οι ενδιαφερόμενοι να εκμεταλλευτούν κάθε πιθανή ευκαιρία που ίσως να τους εμφανιστεί, έτσι ώστε να έχουν την πιθανότητα να προσληφθούν στην επιθυμητή θέση που τόσο ποθούν (Παπαδόπουλος, 2015).

2.5 ΜΚΔ Στην Εργασία

Στην σύγχρονη εποχή που όλα αναπτύσσονται ραγδαία, δεν μπορούμε να παραβλέψουμε το γεγονός ότι το ανθρώπινο δυναμικό αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο για την επιτυχία των επιχειρήσεων, και παράλληλα πόσο σημαντικά αναπτύχθηκαν η τεχνολογία και τα ΜΚΔ, και πως εντάσσονται αυτά στις δραστηριότητες μας.

Τα ΜΚΔ αποτελούν χρήσιμα και σημαντικά εργαλεία στην καθημερινότητα μας, όμως μπορούν να αποβούν επιβλαβή, καθώς εξαρτάται από την επιλογή των ίδιων των χρηστών για το αν θα χρησιμοποιούνται κατάλληλα ή θα γίνει κατάχρηση τους συνεπάγοντας έτσι πιθανούς κινδύνους.

2.6 Προσλήψεις

Τα ΜΚΔ όπως το LinkedIn, μπορούν να χρησιμοποιηθούν σαν μέσα ανάπτυξης επαγγελματικών επαφών και προσέλκυσης υποψηφίων. Πρέπει όμως τόσο οι επιχειρήσεις όσο και οι υποψήφιοι να είναι προσεκτικοί επιβεβαιώνοντας πάντα ότι ο συνομιλητής τους είναι αυτός που ισχυρίζεται ότι είναι (Manpower, 2010:6).

Ανάλογα με τις ρυθμίσεις που εφαρμόζουν οι χρήστες στα δικά τους ΜΚΔ, συχνά τα προφίλ των υποψηφίων εργαζομένων είναι δημόσια ορατά. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να δίνουν την δυνατότητα στους εργοδότες να ελέγχουν τα προφίλ των ΜΚΔ με την δικαιολογία ότι εμπίπτει στα πλαίσια της διαδικασίας πρόσληψης. Αυτό ισχύει για όλα τα στοιχεία και πληροφορίες των υποψηφίων εργαζομένων, τα οποία είναι δημόσια διαθέσιμα στο διαδίκτυο. Παρόλο όμως που κάποια στοιχεία είναι δημόσια διαθέσιμα, δεν θα πρέπει οι εργοδότες να νομίζουν ότι έχουν το δικαίωμα να επεξεργάζονται τα στοιχεία αυτά για δικούς τους σκοπούς. Για οποιαδήποτε επεξεργασία στοιχείων απαιτείται η

ύπαρξη νομικής βάσης. Άρα οι εργοδότες πριν την επεξεργασία οποιονδήποτε στοιχείων στο διαδίκτυο πρέπει να αναλογίζονται αν γίνεται για καθαρά για επαγγελματικούς σκοπούς ή για προσωπικούς σκοπούς. Αυτό αποτελεί ένδειξη για το αν η επεξεργασία δεδομένων είναι νόμιμη ή όχι (Lawspot, 2017).

Η συλλογή και επεξεργασία στοιχείων προσωπικού χαρακτήρα για τους υποψήφιους εργαζομένους, επιτρέπεται μόνο όταν κρίνεται αναγκαία και σχετίζεται με την συγκεκριμένη εκτέλεση της εργασίας. Όσα στοιχεία συλλεχθούν και επεξεργαστούν κατά την διάρκεια των προσλήψεων, θα πρέπει να διαγράφονται από τους εργοδότες όταν δεν θα κάνουν προσφορά εργασίας στους υποψηφίους ή όταν η προσφορά που θα κάνουν δεν θα γίνει αποδεκτή από τους ενδιαφερόμενους υποψηφίους. Όλοι οι υποψήφιοι εργαζόμενοι θα πρέπει να ενημερώνονται για οποιαδήποτε συλλογή και επεξεργασία των προσωπικών τους δεδομένων, προτού αρχίσει η διαδικασία πρόσληψης (Lawspot, 2017).

2.7 Επεξεργασία Δεδομένων Εργαζομένων

Η ανάπτυξη νέων τεχνολογιών με την παράλληλη ύπαρξη προφίλ ΜΚΔ των εργαζομένων, δίνουν την δυνατότητα στους εργοδότες να επεξεργάζονται και να αξιολογούν τους εργαζόμενους σε σταθερή βάση μέσω των πληροφοριών που μπορούν να ληφθούν. Οι πληροφορίες αυτές μπορούν να αφορούν θέματα απόψεων, πεποιθήσεων, ενδιαφερόντων, συμπεριφορών, καθώς και δεδομένων που αφορούν την οικογενειακή κατάσταση των εργαζομένων. Επιπρόσθετα οι εργοδότες δεν πρέπει να ζητούν από τους εργαζόμενους να τους δίνουν πρόσβαση σε πληροφορίες και δεδομένα τα οποία μοιράζονται με άλλους στα ΜΚΔ (Lawspot, 2017).

2.8 Αξιολόγηση ΜΚΔ

Οι επιχειρήσεις συχνά ψάχνουν τρόπους με τους οποίους θα αξιολογήσουν τις νέες τεχνολογίες. Από τα πρώτα χρόνια του διαδικτύου υπήρχε ο φόβος από τις επιχειρήσεις ότι οι εργαζόμενοι θα σπαταλούσαν το χρόνο τους άσκοπα, που όντως έγινε, και έτσι οι επιχειρήσεις προσπάθησαν να ελέγξουν την πρόσβαση των εργαζομένων. Αργότερα όμως κατάλαβαν ότι το διαδίκτυο αποτελεί χρήσιμη πηγή πληροφοριών καθώς αυτό βοήθησε

στη βελτίωση της εργασίας τους, αποδείχθηκε χρήσιμο εργαλείο έρευνας και μέσο για την παρακολούθηση του ανταγωνισμού. Ακολούθως εμφανίστηκαν σταδιακά τα ΜΚΔ, τα οποία τώρα αποδεικνύονται ότι κοστίζουν στις επιχειρήσεις καθώς οι εργαζόμενοι νεαρής ηλικίας δεν αντιλαμβάνονται εύκολα τις διαφορές επαγγελματικής και προσωπικής χρήσεως. Για αυτό το λόγο οι επιχειρήσεις πρέπει να χρησιμοποιήσουν τα μέσα αυτά με τρόπο ώστε να βοηθήσουν τους εργαζόμενους να βρουν μια ισορροπία. Τα ΜΚΔ έχουν αποδειχθεί δώρο για τις επιχειρήσεις, και τώρα προσαρμόζονται στις εργασιακές πρακτικές έτσι ώστε να αξιοποιήσουν την δύναμη τους στον χώρο εργασίας (Manpower, 2010:3).

Υπάρχουν ανησυχίες για τις επιπτώσεις που μπορούν να επηρεάσουν την παραγωγικότητα των επιχειρήσεων. Για αυτό οι επιχειρήσεις καλούνται να δημιουργήσουν, να αναπτύξουν και να εφαρμόσουν κατευθυντήριες γραμμές σε ότι αφορά την χρήση των ΜΚΔ. Πρέπει να γίνει έτσι ώστε να μην δοθεί έμφαση στον έλεγχο της συμπεριφοράς των εργαζομένων κατά την χρήση των ΜΚΔ, αλλά να δοθεί έμφαση στον προσανατολισμό της χρήσης προς θετικές και δημιουργικές κατευθύνσεις. Άρα έτσι αναδεικνύεται η προστιθέμενη αξία τους προς τους οργανισμούς και παράλληλα προωθείται η αποτελεσματική τους χρήση (Manpower, 2010:4).

2.9 Ασφάλεια

Ο κίνδυνος που μπορεί να προκύψει είναι οι εισβολές από εξωτερικές πηγές στα εταιρικά δίκτυα, με αποτέλεσμα να χαθούν απόρρητες πληροφορίες και να δημιουργηθούν προβλήματα στα συστήματα πληροφορικής της επιχείρησης. Τα συστήματα ασφάλειας δικτύων κάθε επιχείρησης, μπορούν να περιορίσουν τέτοιους κινδύνους μέσω της απαγόρευσης πρόσβασης σε συγκεκριμένους ιστότοπους. Μόνο έτσι οι επιχειρήσεις θα καταφέρουν να αλλάξουν τις συμπεριφορές και τις νοοτροπίες των εργαζομένων (Manpower, 2010:4).

2.10 Δυνατότητα Έκφρασης, Ιδιωτικότητας και Ανωνυμίας

Με την χρήση των ΜΚΔ ο κάθε χρήστης έχει τη δυνατότητα να αρθρογραφεί, να σχολιάζει άλλα άρθρα και να εκφράζει όπως θέλει την άποψη του. Σημαντικό είναι επίσης η διατήρηση της ιδιωτικότητας και της ανωνυμίας στα ΜΚΔ. Όταν υπάρχει η δυνατότητα απόκρυψης ή αποκάλυψης των αληθινών προσωπικών στοιχείων, τότε ο χρήστης μπορεί να διαμορφώνει κάθε φορά το προφίλ που θέλει να παρουσιάζεται στους υπόλοιπους χρήστες. Παράλληλα τίθενται σοβαρές συζητήσεις σε ότι αφορά το θέμα της ανωνυμίας, και ιδιαίτερα στις περιπτώσεις των ιστολογίων και των ΜΚΔ. Όταν ένας χρήστης δημιουργεί ένα ψεύτικο προφίλ χρησιμοποιώντας ψευδώνυμο, έχει τη δυνατότητα να αναρτήσει οτιδήποτε επιθυμεί και να σχολιάσει διάφορα θέματα. Η χρήση ψευδώνυμου θεωρείται ελευθερία έκφρασης (Ρουμελιώτου, 2009:9).

Η ανωνυμία στα ΜΚΔ αποτελεί δικαίωμα το οποίο απορρέει από την ιδιωτικότητα, κατά την οποία προστατεύεται όταν δεν γίνεται αποκάλυψη των προσωπικών στοιχείων του χρήστη. Ωστόσο η ανωνυμία μπορεί να επιφέρει αρνητικές συνέπειες, καθώς ο κάθε χρήστης πίσω από το ψευδώνυμο που χρησιμοποιεί, ενδεχομένως μπορεί να παραβιάσει την ιδιωτικότητα άλλων χρηστών, δυσφημίζοντας τους και παραβιάζοντας την ιδιωτικότητα τους (Ρουμελιώτου, 2009:10).

2.11 Οφέλη και Πιθανοί Κίνδυνοι Των ΜΚΔ

Τα ΜΚΔ μπορούν να προσφέρουν αρκετά οφέλη αλλά παράλληλα δεν μπορούμε να αγνοούμε και τους πιθανούς κινδύνους που μπορεί να παρουσιαστούν κατά την χρήση τους.

Οφέλη

- Ταχύτητα και ευκολία πρόσβασης και χρήσης
- Μεγάλος αριθμός πληροφοριών
- Ίση πρόσβαση στην γνώση
- Ψηφιακή δημοκρατία

- Προαγωγή απόψεων
- Προστασία άνιση κατανομής πλούτου και εισοδήματος
- Περιορισμός εξουσίας μέσω της τυφλής αποδοχής από την κοινωνία

Πιθανοί κίνδυνοι

- Λανθασμένοι ισχυρισμοί και ψευδαισθήσεις
- Κίνδυνος υπερβολής
- Ανησυχία για την εγκυρότητα των πληροφοριών που μεταδίδονται
- Καχυποψία
- Λογοκρισία βάση συμφερόντων
- Πορνογραφικό υλικό
- Παρενόχληση άλλων ατόμων
- Χρήση υβριστικών εκφράσεων
- Αναμετάδοση πληροφοριών βάση συμφερόντων
- Χειραγώγηση πολιτών

(Ρουμελιώτου, 2009:11)

2.12 Ανάγκη Ύπαρξης Πολιτικών και Δημιουργία Τους

Δεν είναι εύκολο για τις επιχειρήσεις να λάβουν δράση κατά δυσφημιστικών σελίδων και ομάδων στα ΜΚΔ, και είναι αρκετές αυτές οι οποίες δεν μπορούν να ανεχθούν δυσφημιστικό υλικό το οποίο επιφέρει αντίκτυπο στη φήμη της επιχείρησης. Παράλληλα η χρήση των ΜΚΔ στις επιχειρήσεις επιφέρει κινδύνους, όπως την ευθύνη για το υλικό που δημοσιεύτηκε από τους εργαζόμενους. Οι εργοδότες δεν είναι υπεύθυνοι για τις ενέργειες των εργαζομένων στα ΜΚΔ, αλλά θα μπορούσαν οι εργοδότες να λαμβάνουν μέτρα έτσι ώστε να αποτραπούν τέτοιες ενέργειες. Έτσι είναι καλό για τους εργοδότες να δημιουργήσουν και να υιοθετήσουν πολιτικές οι οποίες είτε θα ρυθμίζουν είτε θα εμποδίζουν τους εργαζόμενους να χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ. Με αυτό τον τρόπο δίδονται κατευθυντήριες γραμμές για το επίπεδο ανοχής για την χρήση των ΜΚΔ και το πως η επιχείρηση θα αντιμετωπίσει περιπτώσεις όπου γίνεται δημοσίευση ακατάλληλου ή παράνομου περιεχόμενου (Τσιώτση, 2013).

2.13 Μάρκετινγκ Μέσω ΜΚΔ

Πλέον μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων δείχνει ενδιαφέρον για το μάρκετινγκ μέσω των ΜΚΔ, καθώς αυτό τους βοηθά στην αύξηση των πωλήσεων και της φήμης της κάθε επιχείρησης (Σγουρή, 2019). Τα ΜΚΔ επιτρέπουν στους χρήστες να επικοινωνούν μεταξύ τους και να μοιράζονται πληροφορίες, και παράλληλα επιτρέπει την επέκταση ευκαιριών επικοινωνίας μάρκετινγκ, δημιουργώντας έτσι ένα αμφίδρομο μοντέλο όπου επιτρέπει όχι μόνο οι επιχειρήσεις να μιλάνε με τους πελάτες τους, αλλά να επιτρέπει και στους πελάτες να μιλάνε μεταξύ τους. Στην παραδοσιακή επικοινωνία μάρκετινγκ εξασφαλιζόταν περισσότερο ο έλεγχος από τις επιχειρήσεις, ενώ στην σύγχρονη εποχή των ΜΚΔ ο έλεγχος έχει μειωθεί αρκετά καθώς οι επιχειρήσεις έχουν λιγότερη εξουσία στον επηρεασμό των επιλογών των καταναλωτών καθώς υπάρχουν διάφορες ανεξάρτητες πλατφόρμες ΜΚΔ (Παπαδοπούλης, 2017).

Τα ΜΚΔ αποτελούν πιο διαδραστικά και πιο γρήγορα μέσα, και οι επιχειρήσεις αποκτούν δωρεάν δεδομένα μάρκετινγκ. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την ανάπτυξη προϊόντων/υπηρεσιών, διαφημιστικών εκστρατειών και διάφορων ερευνών. Παρόλο που οι επιχειρήσεις δεν έχουν εξ' ολοκλήρου τον έλεγχο, έχουν την δυνατότητα να επηρεάσουν τις συνομιλίες, τις εσωτερικές λειτουργίες των επιχειρήσεων, να απευθυνθούν σε μεγαλύτερο βαθμό στους καταναλωτές και να έχουν καλύτερη συνεργασία με συνεργάτες και προμηθευτές (Παπαδοπούλης, 2017).

2.14 Διαχείριση ΜΚΔ

Σε μεγάλες επιχειρήσεις προσλαμβάνεται άτομο ειδικά για να διαχειρίζεται την παρουσία της επιχείρησης στο διαδίκτυο. Το άτομο το οποίο είναι υπεύθυνο για την πολιτική που επιθυμεί η επιχείρηση να εφαρμόζει σε ότι αφορά τα ΜΚΔ, δημιουργεί πλάνο έτσι ώστε να γίνει πιο γνωστή η επιχείρηση, ενθαρρύνει την χρήση των εργαλείων ΜΚΔ, αναπτύσσοντας παράλληλα νέες τάσεις και αυξάνοντας τις πωλήσεις. Επίσης ο διαχειριστής είναι υπεύθυνος για την διαχείριση όλων των σελίδων των ΜΚΔ που έχει η επιχείρηση καθημερινώς, προωθεί το διάλογο, ενθαρρύνει και προσπαθεί να ευχαριστήσει τους πελάτες, ενώ ταυτόχρονα προσπαθεί να παρακολουθεί τα προβλήματα των πελατών και να διαχειριστεί τους δυσαρεστημένους πελάτες.

Επιπρόσθετα πρέπει να είναι ικανός να οργανώνει εκστρατείες στα ΜΚΔ, να τις διαχειρίζεται, να δημοσιεύει άρθρα που αντικατοπτρίζουν την επιχείρηση (Σγουρή, 2019).

Μια επιχείρηση με σωστή δομή, πρέπει να διακατέχεται από σωστή εσωτερική επικοινωνία. Ο διαχειριστής πρέπει να έχει συνεχή επαφή με το τμήμα δημόσιων σχέσεων, το τμήμα του μάρκετινγκ, το τμήμα πωλήσεων και την διοίκηση, έτσι ώστε να ενημερώνονται όλοι σχετικά με την γνώμη που διατηρεί το κοινό, τα παράπονα και όλες τις συζητήσεις που αφορούν την επιχείρηση. Έχει το καθήκον να προωθεί τα ΜΚΔ εντός της εταιρείας, ενημερώνοντας το προσωπικό για την σημασία της δικτύωσης και της υιοθέτησης νέων τεχνολογιών (Σγουρή, 2019).

Με την σωστή εφαρμογή των ΜΚΔ, η κάθε επιχείρηση μπορεί να επωφεληθεί από τα πλεονεκτήματα της χρήσης τους. Για να επιτευχθεί αυτό προϋποθέτει την ύπαρξη 3 βασικών στοιχείων. Το πρώτο στοιχείο είναι η έγκυρη υιοθέτηση, όπου γίνεται η υιοθέτηση της σωστής καινοτομίας στο σωστό τρόπο και χρόνο. Το δεύτερο στοιχείο είναι η οικοδόμηση κοινότητας, όπου αποτελεί σημαντικό στοιχείο των ΜΚΔ και το τρίτο σημαντικό στοιχείο είναι η απορροφητική ικανότητα, όπου οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι σε θέση να αναγνωρίζουν και να αποκτούν νέες γνώσεις (Παπαδοπούλης, 2017).

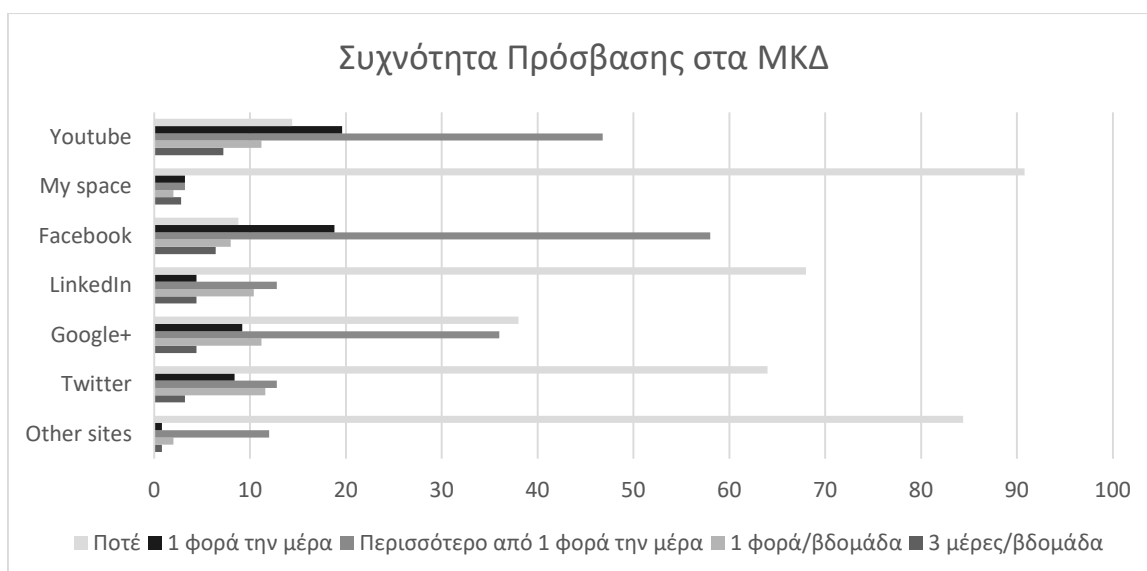
Κεφάλαιο 3

Χρήση και Επιδράσεις Των ΜΚΔ

Η μελέτη των (Yeshambel, et al., 2016) έγινε στην Αιθιοπία στο πανεπιστήμιο Gondar. Ο πληθυσμός μελέτης που χρησιμοποιήθηκε ήταν 250 άτομα και η έρευνα έγινε μέσω ερωτηματολογίων, συνεντεύξεων και παρατηρήσεων. Ευρήματα:

ΠΟΣΟΣΤΟ(%)	
ΜΚΔ	
Other	18,1
Not recognize	3,2
Twitter	48,2
Google+	70,7
LinkedIn	34,9
Facebook	92
Myspace	15,7
Youtube	88
ΧΡΗΣΗ ΜΚΔ	
Χρήση	95,2
Μη χρήση	4,8
ΤΟΠΟΣ ΧΡΗΣΗΣ ΜΚΔ	
Σπίτι	21,1
Γραφείο	46,8
Καφετέρια	24,2
Άλλους χώρους	7,8
ΣΚΟΠΟΣ ΧΡΗΣΗΣ	
Αναζήτηση παλαιότερων φίλων	69,8
Αναζήτηση φίλων	71,5
Εργασιακούς σκοπούς	59,5
Συνομιλίες	70,7
Επιχειρηματικές επικοινωνίες	29,3
Συζητήσεις σχετικά με την εργασία	64,5
Ανέβασμα φωτογραφιών	48,3
Άλλους σκοπούς	17,8

Πίνακας 1. Ευρήματα μελέτης (Yeshambel, et al., 2016)



Διάγραμμα 12. Συχνότητα πρόσβασης στα ΜΚΔ σύμφωνα με την έρευνα των (Yeshambel, et al., 2016)

Συμπέρασμα: Τα ευρήματα δείχνουν πως αν η συμμετοχή στα ΜΚΔ δεν είναι καλά διαχειρίσιμη, τότε αυτό θα οδηγήσει σε μείωση της παραγωγικότητας. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την δημιουργία πολιτικών σχετικά με το θέμα.

Η έρευνα του (North, 2010) πραγματοποιήθηκε διαδικτυακά στην Αμερική μέσω αποστολής της μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε 126 άτομα. Από τα 126 άτομα, ανταποκρίθηκαν τα 59(48%), εκ των οποίων το 31% ήταν γυναίκες και το 69% ήταν άντρες. Ευρήματα:

ΠΟΣΟΣΤΟ(%)	
ΜΚΔ	
Facebook	88
MySpace	17
LinkedIn	12
Twitter	1
ΧΡΗΣΗ ΜΚΔ	
Χρήση	92
Μη χρήση (όλοι άνω των 40 ετών)	8
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΜΚΔ	

Πολλαπλές φορές/μέρα (κάτω των 30 ετών)	46
1 φορά/μέρα	24
Τυχαία χρήση	15
ΛΟΓΟΙ ΠΑΡΑΙΤΗΤΗΣΗΣ ΕΝΟΣ ΜΚΔ	
Δεν το χρησιμοποιούν αρκετά	40
Χρήση άλλων ΜΚΔ	34
Δεν είχαν προηγουμένως ΜΚΔ	32
Προσωπικοί λόγοι	17
Σπατάλη χρόνου	15
Λόγω συμπεριφοράς φίλων	4

Πίνακας 2. Ευρήματα μελέτης (North, 2010)

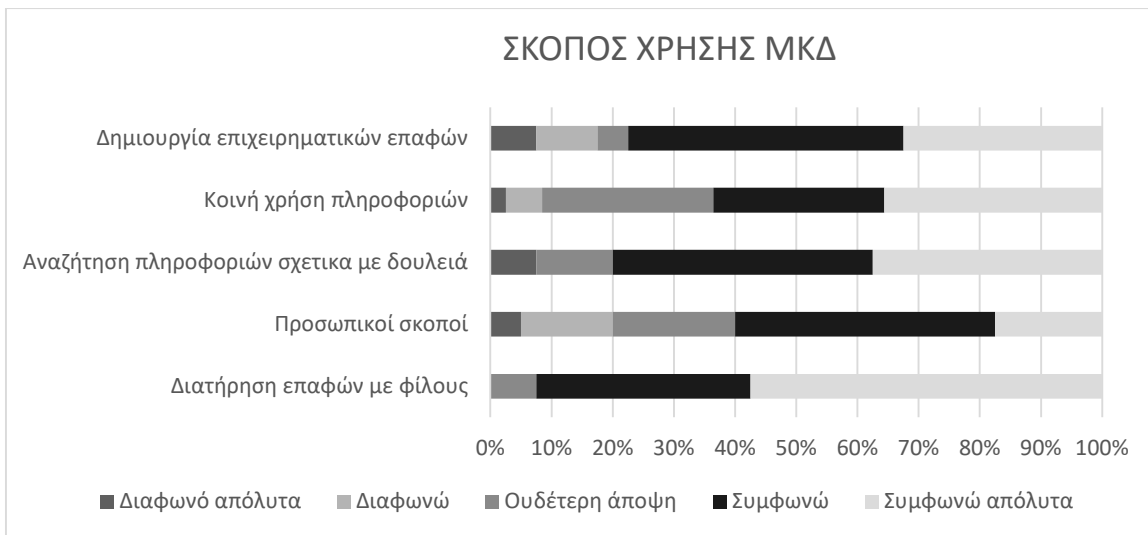
- Καταλληλότητα χρήσης ΜΚΔ στην εργασία: το 22% το θεωρεί κατάλληλο για επαγγελματικούς και προσωπικούς σκοπούς, ενώ το 64% το θεωρεί κατάλληλο για επικοινωνία με την οικογένεια, αλλά δεν το θεωρεί κατάλληλο για επαγγελματικούς σκοπούς
- 81% παραδέχτηκε πως χρησιμοποιεί ΜΚΔ στην εργασία, ενώ 3% το θεωρούν ανήθικο. Το 81% παραδέχτηκε πως ο πρωταρχικός σκοπός της χρήσης των ΜΚΔ ήταν για προσωπικούς σκοπούς και μόνο. Και μόνο 13% χρησιμοποίησαν τα ΜΚΔ για επαγγελματικούς σκοπούς
- Σε ερώτημα για το κατά πόσο θα ήταν χρήσιμα τα ΜΚΔ για επαγγελματικούς σκοπούς: 41% ήταν θετικοί, 22% πίστευαν ότι δεν θα έχει καμία διαφορά και 15% θεωρεί ότι θα αποσπάται η προσοχή των εργαζομένων

Συμπέρασμα: Είναι σαφές πως οι εργαζόμενοι γνωρίζουν ότι δεν είναι κατάλληλο να χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ στην εργασία, αλλά το κάνουν ούτως ή άλλως. Εάν δεν καταφέρουν οι εργοδότες να περιορίσουν το φαινόμενο αυτό θα επεκταθεί περαιτέρω. Αυτό θα επιτευχθεί μόνο με την δημιουργία πολιτικών μέσα στην ίδια την επιχείρηση.

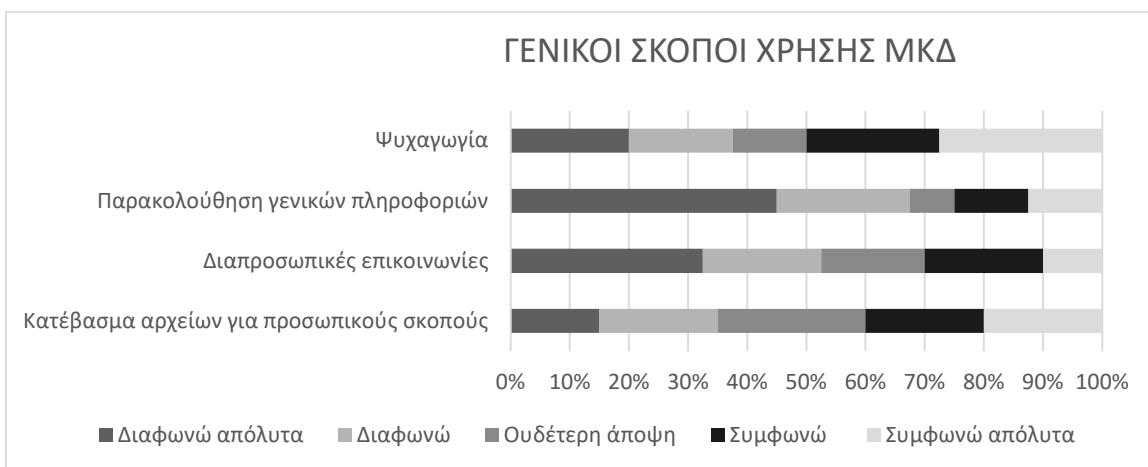
Η έρευνα των (Munene and Nyaribo, 2013) έγινε στην Κένυα με την χρήση ερωτηματολογίων. Ευρήματα:

ΠΟΣΟΣΤΟ(%)	
ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΤΑ ΜΚΔ	
Λιγότερο από 1 μήνα	5
6 μήνες-1 χρόνο	2,5
1-2 χρόνια	20
2-3 χρόνια	15
Περισσότερο από 3 χρόνια	57,5
ΧΡΗΣΗ ΜΚΔ	
Facebook	100
Youtube	77,5
Google+	57,5
LinkedIn	42,5
Twitter	40
Flickr	7,5
Blogs	7,5
Other	10
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΜΚΔ	
Καθημερινώς	80
3 φορές/βδομάδα	7,5
1 φορά/μήνα	5
1 φορά/βδομάδα	5
4 φορές/βδομάδα	2,5

Πίνακας 3. Ευρήματα μελέτης (Munene and Nyaribo, 2013)



Διάγραμμα 13. Σκοπός χρήσης ΜΚΔ σύμφωνα με την έρευνα των (Munene and Nyaribo, 2013)



Διάγραμμα 14. Γενικοί σκοποί χρήσης ΜΚΔ σύμφωνα με την έρευνα των (Munene and Nyaribo, 2013)

Συμπέρασμα: Τα ευρήματα δείχνουν πως η μη σωστή διαχείριση της χρήσης των ΜΚΔ μπορεί να οδηγήσει στην μείωση της παραγωγικότητας. Ο χρόνος που σπαταλάνε οι εργαζόμενοι είναι κάτι που θα πρέπει να ανησυχεί τις επιχειρήσεις. Με την σωστή διαχείριση θα μπορούσε να βοηθήσει στην ενίσχυση της παραγωγικότητας. Αυτό θα γίνει μέσω της δημιουργίας συμμετοχικών και ευχάριστων πολιτικών για να καθοδηγήσουν τους εργαζόμενους, και να τους δείξουν πως οι πράξεις τους μπορεί να επιφέρουν επιπτώσεις προς τις επιχειρήσεις, σε ότι αφορά τα όρια μεταξύ προσωπικής ζωής και εργασίας.

Η έρευνα του (Seman, 2014) πραγματοποιήθηκε με πληθυσμό μελέτης να είναι 221 άτομα, με την χρήση ερωτηματολογίων σε 3 διαφορετικές επιχειρήσεις οι οποίες έχουν τον ίδιο επιχειρηματικό προσανατολισμό. Από τα 221 άτομα, το 70,6% ήταν γυναίκες και το 20,6% ήταν άντρες. Το 37% ήταν άτομα ηλικίας κάτω των 30 ετών, το 39% ήταν ηλικίας 31-40 ετών και 24% ήταν πάνω από 41 ετών. Ευρήματα:

	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ(%)
ΜΚΔ		
Twitter	27	12,2
MySpace	5	2,3
LinkedIn	4	1,8
Facebook	141	63,8
Instagram	17	7,7
Others	27	12,2
ΧΡΟΝΟΣ ΧΡΗΣΗΣ		
1-30 λεπτά	157	71
31-60 λεπτά	39	17,6
61-90 λεπτά	16	7,2
91-120 λεπτά	8	2,7
Πάνω από 120 λεπτά	2	0,9
Ποτέ	1	0,5
ΣΚΟΠΟΣ ΧΡΗΣΗΣ		
Αναζήτηση φίλων/σελίδων	51	23,1
Προβολή/ανέβασμα υλικού	43	19,5
Συνομιλίες	10	4,5
Συνδέσεις	26	11,8
Άλλα	18	8,1

Πίνακας 4. Ευρήματα μελέτης (Seman, 2014)

Συμπέρασμα: Τα ευρήματα δείχνουν άμεση συσχέτιση της εργασιακής παραγωγικότητας με την χρήση των ΜΚΔ. Οι επιχειρήσεις πρέπει να αντιληφθούν τις επιδράσεις των ΜΚΔ και οι εργαζόμενοι δεν θα πρέπει να τα χρησιμοποιούν στην εργασία καθώς οδηγεί σε μείωση της παραγωγικότητας.

Η έρευνα του (Bharucha, 2018) πραγματοποιήθηκε στη Βομβάη με 100 άτομα σαν πληθυσμό μελέτης. Ευρήματα:

ΠΟΣΟΣΤΟ(%)	
ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΑΠΟΣΠΟΥΝ ΤΗΝ ΠΡΟΣΟΧΗ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ	
Συνεργάτες που πραγματοποιούν κλήσεις	8
Παρουσία συνεργατών	23
Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο	23
Συναντήσεις	23
Ενοχλητικοί συνεργάτες	28
Διάλλειμα για σνακ ή τσιγάρο	27
ΜΚΔ	38
Σερφάρισμα στο διαδίκτυο	39
Κουτσομπολιά	42
Τηλεφωνήματα/Μηνύματα	48
ΜΕΙΩΣΗ Η ΟΧΙ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑΣ ΜΕ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΜΚΔ	
Μείωση παραγωγικότητας	48
Μη μείωση παραγωγικότητας	52
ΧΡΗΣΗ ΜΚΔ ΓΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ	
Ναι	92
Όχι	8
ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΕΣ ΛΗΨΗΣ ΜΕΤΡΩΝ ΓΙΑ ΝΑ ΣΤΑΜΑΤΗΣΕΙ Η ΑΝΑΣΤΟΛΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑΣ	
Έλεγχος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου/διαδικτύου	22
Περιορισμός συναντήσεων	12
Περιορισμός συγκεκριμένων σελίδων	36
Περιορισμός χρήσης τηλεφώνων που δεν βρίσκονται στο γραφείο	11
Απαγόρευση προσωπικών κλήσεων και κινητών	25
ΠΩΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΑΙ Ο ΧΡΟΝΟΣ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ	
Περισσότερος χρόνος στο διαδίκτυο	18
Περισσότερος χρόνος για εργασία	82
ΕΠΙΣΚΕΨΗΜΟΤΗΤΑ ΣΕΛΙΔΩΝ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ	

Χρήστες Facebook	41
Μη χρήστες Facebook	59
Χρήστες LinkedIn	37
Μη χρήστες LinkedIn	63
Χρήστες CNN	29
Μη χρήστες CNN	71
Χρήστες Amazon&Flipkart	25
Μη χρήστες Amazon&Flipkart	75
Χρήστες YouTube	13
Μη χρήστες YouTube	87
ΑΠΟΨΕΙΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΕΑΝ ΤΑ ΜΚΔ ΕΠΙΛΥΟΥΝ ΘΕΜΑΤΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ	
Ναι	46
Όχι	54
ΑΠΟΨΕΙΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΕΑΝ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΥΠΟΤΙΜΟΥΝ ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ ΜΚΔ	
Ναι	34
Όχι	66
ΠΕΠΟΙΘΗΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΕΑΝ ΘΑ ΜΠΟΡΟΥΣΑΝ ΝΑ ΚΑΝΟΥΝ ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΤΗΝ ΔΟΥΛΕΙΑ ΤΟΥΣ ΕΑΝ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΑΝ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΜΚΔ	
Ναι	37
Όχι	63

Πίνακας 5. Ευρήματα μελέτης (Bharucha, 2018)

Συμπέρασμα: Τα ΜΚΔ δεν είναι ο μόνος παράγοντας που αποσπά την προσοχή των εργαζομένων, αλλά σημαντικό παράγοντα αποτελούν και οι συνεργάτες. Τα ΜΚΔ μπορούν είτε να μειώσουν είτε να αυξήσουν την παραγωγικότητα. Οι εργαζόμενοι είναι υπέρ της χρήσης των ΜΚΔ στην εργασία, και πρέπει οι επιχειρήσεις να το χρησιμοποιήσουν προς όφελος τους για την ύπαρξη καλύτερης παραγωγικότητας. Είναι καλύτερο να υπάρχει πολιτική για την χρήση των ΜΚΔ σε συνεννόηση με τους εργαζομένους, βασισμένο πάντα στο σεβασμό και την εμπιστοσύνη.

Η έρευνα των (Daniel, et al., 2017) πραγματοποιήθηκε σε πανεπιστήμιο της Γκάνας με χρήση ερωτηματολογίου και 100 άτομα πληθυσμό μελέτης. Ασχολήθηκε μόνο με το Facebook. Ευρήματα:

ΠΟΣΟΣΤΟ(%)	
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ/ΜΕΡΑ	
Συχνά	18
Πάντα	14
Όχι πολύ συχνά	32
Περιστασιακά	36
ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΧΡΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΔΟΥΛΕΙΑ	
<1 ώρα/μέρα	67
1-3 ώρες/μέρα	22
4-6 ώρες/μέρα	6
7-14 ώρες/μέρα	1
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΝΕΒΑΣΜΑΤΟΣ ΑΡΧΕΙΩΝ/ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	
1-3 φορές/μέρα	60
4-6 φορές/μέρα	16
7-9 φορές/μέρα	5
ΧΡΗΣΗ	
Δικτύωση	20
Επαφή με φίλους	46
Επικοινωνία με συνεργάτες	17
Συνάντηση νέων ανθρώπων	7
Ανέβασμα φωτογραφιών	3
Διασκέδαση	7
ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ	
Ναι	21
Όχι	79
ΘΕΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ	
Γρήγορες συμβουλές από συνεργάτες	16

Ενημέρωση για τους συναδέλφους	48
Ιδέες σχετικά με εργασία	36

Πίνακας 6. Ευρήματα μελέτης (Daniel, et al., 2017)

Συμπέρασμα: Η χρήση του Facebook στην εργασία μπορεί να αποδειχθεί αντιπαραγωγική εάν δεν περιοριστεί η κατάχρηση του. Η έρευνα απέδειξε ότι ενισχύεται η παραγωγικότητα των εργαζομένων. Παράλληλα ο χρόνος και η συχνότητα επίσκεψης στο Facebook μπορούν να επιφέρουν θετικές και αρνητικές επιδράσεις στους εργαζομένους.

Η έρευνα του (Usrof, 2017) πραγματοποιήθηκε στην Σαουδική Αραβία με χρήση ερωτηματολογίου και πληθυσμό μελέτης 150 άτομα. Ευρήματα:

	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ(%)
ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ		
Φύλο		
Άντρες	135	90
Γυναίκες	15	10
Οικογενειακή κατάσταση		
Ελεύθεροι	12	8
Παντρεμένοι	133	88,7
Χωρισμένοι	5	3,3
Ηλικία		
<20	1	0,7
21-30	9	6
31-40	86	57,3
41-50	42	28
51-60	11	7,3
>61	1	0,7
Θέση		
Προσωπικό σχολής	80	53,3
Μη προσωπικό σχολής	70	46,7

Εθνικότητα		
Πολίτες Σαουδικής Αραβίας	45	30
Άλλοι	105	70
ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ		
Μόνιμης απασχόλησης	127	84,7
Προσωρινής απασχόλησης	23	15,3
ΜΚΔ		
Facebook	89	59,3
Twitter	19	12,7
Tumblr	2	1,3
MySpace	3	2
LinkedIn	37	24,7
ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΧΡΗΣΗΣ		
<30 λεπτά	30	20
>30 λεπτά-1 ώρα	60	40
1-2 ώρες	45	30
2-4 ώρες	10	6,7
>4 ώρες	5	3,3
ΣΚΟΠΟΣ ΧΡΗΣΗΣ		
Ανάγνωση/Γραφή σχολίων	73	48,7
Παιχνίδια	12	8
Διασυνδέσεις	22	14,7
Συνομιλίες/Μηνύματα	11	7,3
Φωτογραφίες/Βίντεο	14	9,3
Αναζήτηση γκρουπ/σελίδων	18	12
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ		
1 φορά/μερικές βδομάδες	15	10
1-2 μέρες/βδομάδα	29	19,3
3-4 μέρες/βδομάδα	36	24
Καθημερινώς	70	46,7

ΑΡΙΘΜΟΣ ΦΙΛΩΝ ΣΤΑ ΠΡΟΦΙΛ		
<100	38	25,3
101-200	52	34,7
201-300	26	17,3
301-400	17	11,3
401-500	9	6
>500	8	5,3
ΣΚΟΠΟΣ ΜΚΔ		
Κοινωνικός	22	14,7
Επιχειρηματικός	40	26,7
Εργασιακός	70	46,7
Εκπαιδευτικός	18	12

Πίνακας 7. Ευρήματα μελέτης (Usrof, 2017)

Συμπέρασμα: Μη ελεγχόμενη χρήση ΜΚΔ μπορεί να οδηγήσει σε μείωση της παραγωγικότητας, και αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την δημιουργία σχετικών πολιτικών.

Η έρευνα των (Francois, et al., 2013) πραγματοποιήθηκε σε πανεπιστήμιο της Αυστραλίας με πληθυσμό μελέτης τα 83 άτομα. Ασχολήθηκε μόνο με το Facebook. Ευρήματα:

ΠΟΣΟΣΤΟ(%)	
ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	
Φύλο	
Άντρες	18
Γυναίκες	65
Ηλικία	
21-30	37,3
31-40	26,5
41-50	24,1
51-60	8,4
>60	3,6

ΧΡΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ	
Ναι	74,7
Όχι	25,3
ΣΚΟΠΟΣ ΧΡΗΣΗΣ	
Δικτύωση με φίλους	48,2
Έλεγχος φίλων/γνωστών	45,8
Αναζήτηση για εργασιακούς σκοπούς	27,7
Έλεγχος ανταγωνιστών	4,8
Έρευνα για το τι συμβαίνει στην εργασία	10,8
Μαθαίνοντας πληροφορίες για τους συνεργάτες	13,3
Παιχνίδια	3,6
Άλλα	58,9
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ	
Πολλές φορές/μέρα	14,5
Τουλάχιστο 1 φορά/μέρα	28,9
1 φορά/βδομάδα	21,7
1 φορά/μήνα	18,9
Καθόλου	18,1
ΜΗ ΕΥΧΑΡΙΣΤΕΣ ΑΝΤΙΔΡΑΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΠΑΓΟΡΕΥΣΗ ΤΟΥ FACEBOOK	
Συμφωνώ απόλυτα	28,9
Συμφωνώ	26,5
Ουδέτερη άποψη	27,7
Διαφωνώ	13,3
Διαφωνώ απόλυτα	3,6
ΕΥΧΑΡΙΣΤΗ ΑΝΤΙΔΡΑΣΗ ΜΕΣΩ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ ΤΟΥ FACEBOOK	
Συμφωνώ απόλυτα	14,5
Συμφωνώ	54,2
Ουδέτερη άποψη	26,5
Διαφωνώ	2,4
Διαφωνώ απόλυτα	2,4

Πίνακας 8. Ευρήματα μελέτης (Francois, et al., 2013)

Συμπέρασμα: Μεγάλος αριθμός εργαζομένων κάνει χρήση του Facebook αλλά πιστεύουν ότι ελέγχουν τις ενέργειες τους. Το Facebook έχει την ικανότητα να χρησιμοποιείται και για προσωπικές και για επαγγελματικές επαφές και πάντα με την κρίση του κάθε ατόμου. Χρησιμοποιήθηκε περισσότερο για προσωπικούς σκοπούς σε σύγκριση με την εργασία. Για αυτό απαιτείται καλύτερη διαχείριση και δημιουργία πολιτικών για την αντιμετώπιση αυτών των ζητημάτων, τα οποία αξίζουν περαιτέρω έρευνας.

Η έρευνα των (Kandiero, et al., 2014) πραγματοποιήθηκε στην Ζιμπάμπουε με πληθυσμό μελέτης 140 άτομα. Ευρήματα:

ΠΟΣΟΣΤΟ(%)	
ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	
Μέση τιμή ηλικίας	28,07
Χρόνος εργασίας στην επιχείρηση	
1-5 χρόνια	60
<1 χρόνο	14
>1 χρόνο	8
6-10 χρόνια	18
ΜΚΔ	
	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ
WhatsApp/Facebook	120
MySpace	40
YouTube	98
LinkedIn	72
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ	
	ΠΟΣΟΣΤΟ(%)
>1 φορά τη μέρα	87
1 φορά/βδομάδα	9
1 φορά/μήνα	4
Ποτέ	0
ΤΟΠΟΣ ΧΡΗΣΗΣ ΜΚΔ	
Σπίτι	10
Καφετέρια	6

Γραφείο	44
Κινητό	40
ΠΩΣ ΒΟΗΘΟΥΝ ΤΑ ΜΚΔ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	
Δημιουργία εμπορικού σήματος	64
Ενθάρρυνση συνεργασίας μεταξύ εργαζόμενων	32
Αξιολόγηση υποψηφίων κατά τη διάρκεια πρόσληψης	4
ΣΚΟΠΟΣ ΧΡΗΣΗΣ	
Ανέβασμα φωτογραφιών	10
Για σκοπούς της επιχείρησης	2
Συνομιλίες με φίλους	48
Κοινωνικές σχέσεις με φίλους	30
Ανεύρεση παλιών φίλων	10
Ανεύρεση λύσεων για τη δουλειά	0
ΑΡΝΗΤΙΚΟΣ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΣ ΦΗΜΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΜΚΔ	
Όχι	100
Ναι	0

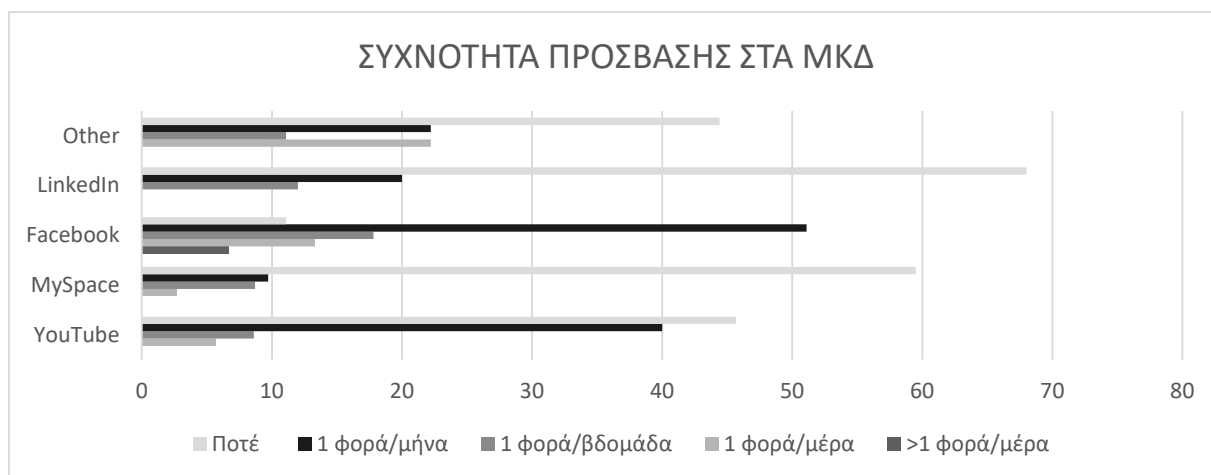
Πίνακας 9. Ευρήματα μελέτης (Kandiero, et al., 2014)

Συμπέρασμα: Η χρήση των ΜΚΔ από τους εργαζόμενους έχει αυξηθεί, είτε μέσω των εγκαταστάσεων της επιχείρησης είτε μέσω κινητών. Ύπαρξη διάφορων οφελών στο πλαίσιο της παραγωγικότητας και η παροχή ελεύθερης χρήσης των ΜΚΔ μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη γνώσης των εργαζομένων αποτελώντας μέρος μιας ευρύτερης στρατηγικής ψηφιακής εμπλοκής με τους πελάτες. Η χρήση των WhatsApp και Facebook επηρεάζουν την παραγωγικότητα όσο αφορά το χρόνο που αφιερώνεται σε αυτά. Επιπρόσθετα, παρέχουν θετικά οφέλη, όπως η συνεργασία συναδέλφων, το εμπορικό σήμα της επιχείρησης και η συλλογή απαντήσεων από την αγορά και προβολή της στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Η πολιτική σχετικά με την χρήση ΜΚΔ θα πρέπει να συντάσσεται σε συνεννόηση με το προσωπικό, να επανεξετάζεται τακτικά και να γίνεται κατανοητή από όλους.

Σύμφωνα με την έρευνα των (Ferreira and Du Plessis, 2009) που πραγματοποιήθηκε στην Αφρική με πληθυσμό μελέτης 89 άτομα. Ευρήματα:

ΠΟΣΟΣΤΟ(%)	
ΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	
Μόνιμο ακαδημαϊκό προσωπικό	51,1
Μόνιμο διοικητικό προσωπικό	29,5
Ακαδημαϊκό προσωπικό προσωρινής απασχόλησης	6,8
Διοικητικό προσωπικό προσωρινής απασχόλησης	12,5
ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΜΚΔ	
YouTube	59.6
MySpace	56.2
Facebook	82
LinkedIn	18
ΜΗ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΜΚΔ	
YouTube	40,4
MySpace	43,8
Facebook	18
LinkedIn	82
ΤΟΠΟΣ ΧΡΗΣΗΣ	
Σπίτι	58,3
Γραφείο	66,7
Καφετέρια	10,4
Κινητό	25
ΣΚΟΠΟΣ ΧΡΗΣΗΣ	
Ανέβασμα φωτογραφιών	25
Συζήτηση με συναδέλφους για δουλειά	14,6
Δημιουργία επιχειρηματικών επαφών	39,6
Συνομιλίες με φίλους	45,8
Εύρεση λύσεων για θέματα εργασίας	27,1
Κοινωνικές σχέσεις με φίλους	64,6
Ανεύρεση παλιών φίλων	60,4

Πίνακας 10. Ευρήματα μελέτης (Ferreira and Du Plessis, 2009)



Διάγραμμα 15. Συχνότητα πρόσβασης στα ΜΚΔ σύμφωνα με την μελέτη των (Ferreira and Du Plessis, 2009)

Συμπέρασμα: Τα ΜΚΔ διεγείρουν την συνεργασία και την ανταλλαγή γνώσεων οδηγώντας στην αύξηση της παραγωγικότητας. Πρέπει να χρησιμοποιούνται για την επίτευξη μέγιστων αποτελεσμάτων χωρίς να υποκύπτουν οι εργαζόμενοι σε παγίδες. Για την μεγιστοποίηση των δυνατοτήτων τους οι επιχειρήσεις συνιστάται να ορίζουν συγκεκριμένα ΜΚΔ σε ολόκληρη την επιχείρηση, την δημιουργία σαφών και περιεκτικών πολιτικών ώστε να γίνονται κατανοητές από τους εργαζόμενους.

Στην έρευνα (Wegu, 2015) που έγινε στην Κένυα χρησιμοποιήθηκε πληθυσμός μελέτης 313 άτομα. Ευρήματα:

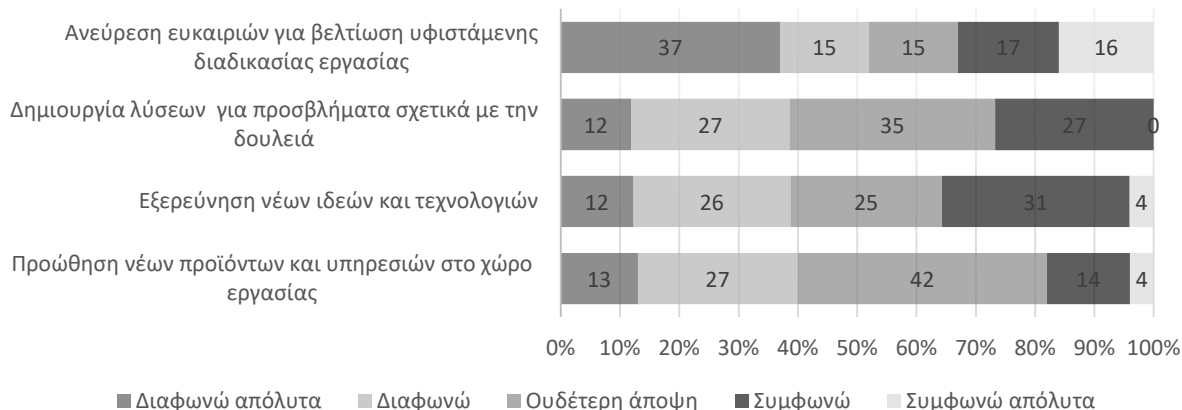
ΠΟΣΟΣΤΟ(%)	
ΤΜΗΜΑΤΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	
Λειτουργικό	49
Ανθρώπινο δυναμικό	8
Νομικό	3
Οικονομικό	18
IT	8
Logistics	14
ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	

Φύλο	
Γυναίκες	58
Άντρες	42
Ηλικία	
<25 χρονών	10
26-35 χρονών	20
36-45 χρονών	39
46-55 χρονών	25
>56 χρονών	6
ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	
<1 χρόνο	11
1-5 χρόνια	28
6-10 χρόνια	45
>10 χρόνια	16
ΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	
Διευθυντές μεσαίου επιπέδου	11
Διευθυντές ανώτερου επιπέδου	7
Κατώτερο προσωπικό	17
Ανώτερο προσωπικό	11
Κατώτερη διοίκηση	54
ΜΚΔ	
LinkedIn	41
Twitter	24
Facebook	16
WhatsApp	16
Google+	1
Instagram	2
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΩΝ ΣΤΑ ΜΚΔ	
1 φορά/μέρα	12
2 φορές/μέρα	16

3 φορές/μέρα	24
4 φορές/μέρα	31
>4 φορές/μέρα	16
Κάθε ώρα	12
ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΧΡΗΣΗΣ	
Συνδεδεμένοι συνέχεια	14
<1 λεπτό	22
1-5 λεπτά	26
6-10 λεπτά	26
11-15 λεπτά	13
ΕΠΑΦΕΣ ΣΤΑ ΜΚΔ	
Οικογένεια	12
Φίλοι	15
Πελάτες επιχείρησης	5
Συνάδελφοι	15
Άλλοι	53
ΣΚΟΠΟΣ ΧΡΗΣΗΣ	
Επιχειρηματικές επαφές	49
Συνομιλίες	9
Ανεύρεση λύσεων για προβλήματα εργασίας	10
Κοινωνικές σχέσεις	7
Ανεύρεση νέων φίλων	9
Ανέβασμα φωτογραφιών	16
ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΜΚΔ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ	
Πηγή απόσπασης προσοχής	40
Βοήθεια στη δημιουργία δικτύων μάθησης	70
Πηγή κινήτρων	37
Προσφορά υποστηρικτικής διαμόρφωσης	41

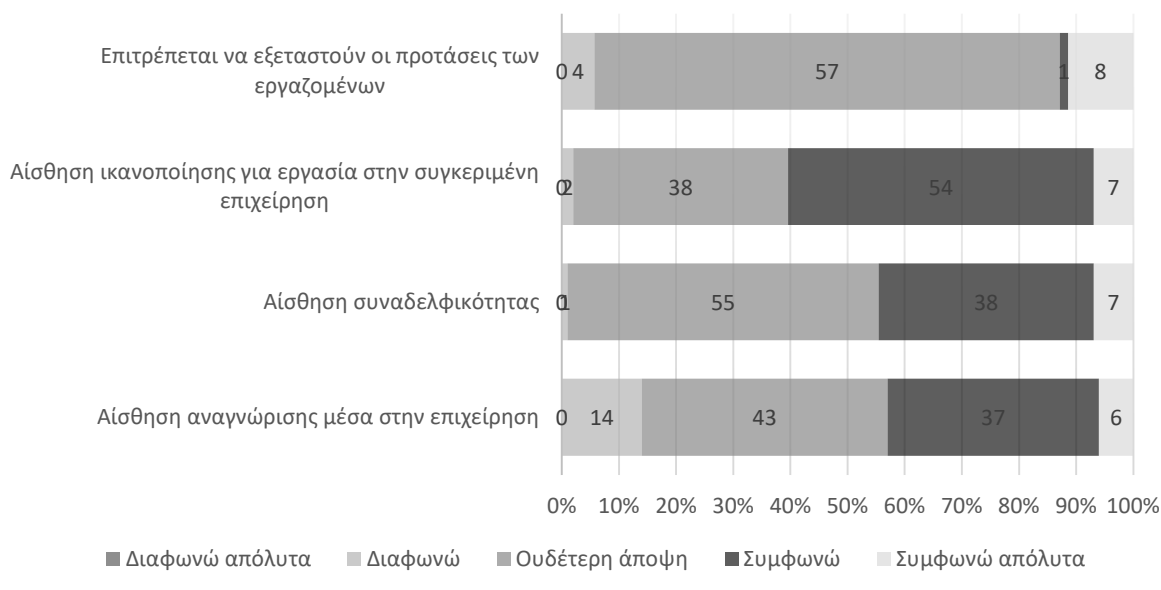
Πίνακας 11. Ευρήματα μελέτης (Weru, 2015)

ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΜΚΔ ΣΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ

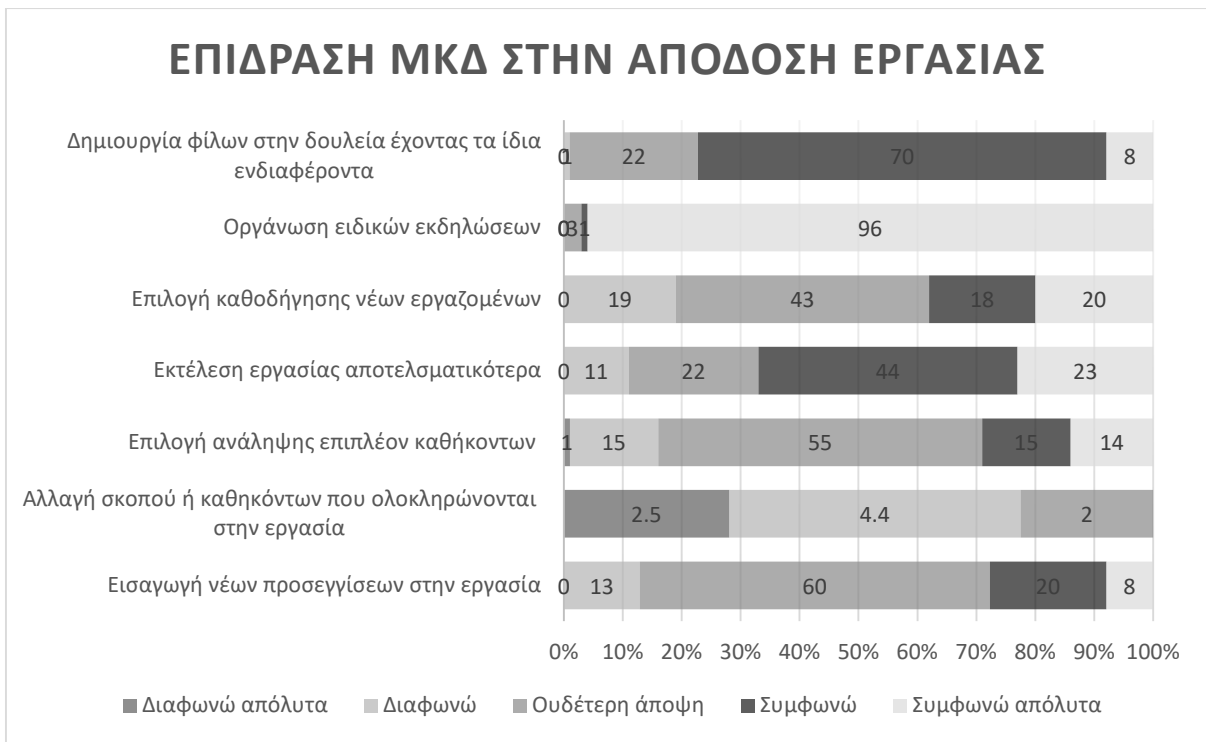


Διάγραμμα 16. Επίδραση ΜΚΔ στην καινοτόμο συμπεριφορά σύμφωνα με την μελέτη (Weru, 2015)

ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΜΚΔ ΣΤΗΝ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ



Διάγραμμα 17. Επίδραση ΜΚΔ στην ικανοποίηση εργασίας σύμφωνα με την μελέτη (Weru, 2015)



Διάγραμμα 18. Επίδραση ΜΚΔ στην απόδοση εργασίας σύμφωνα με την μελέτη (Weru, 2015)



Διάγραμμα 19. Έλεγχος πρόσβασης και πολιτική σύμφωνα με την μελέτη (Weru, 2015)

Συμπέρασμα: Τα ΜΚΔ δεν είχαν αντίκτυπο στην καινοτόμο συμπεριφορά. Οι πλείστοι εργαζόμενοι διαφώνησαν ότι τα ΜΚΔ τους επέτρεψαν να διερευνήσουν τις διαδικασίες βελτίωσης εργασίας. Μια πλειονότητα εργαζομένων είχε ουδέτερη άποψη στην

προαγωγή νέων προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς μεγάλος αριθμός από αυτούς χρησιμοποιούσε το LinkedIn. Επίσης ήταν ουδέτεροι προς την επίδραση των αλληλεπιδράσεων μεταξύ των ΜΚΔ στην ικανοποίηση της εργασίας. Και τέλος η χρήση των ΜΚΔ επηρέασε την απόδοση εργασίας των εργαζομένων. Για να επωφεληθεί η επιχείρηση από τα ΜΚΔ πρέπει να δημιουργήσει σαφής κατευθυντήριες γραμμές και στρατηγικές, ώστε να αυξηθεί η παραγωγικότητα και να ενισχυθεί η καινοτόμος συμπεριφορά, η δέσμευση των εργαζομένων και η ικανοποίηση της εργασίας τους.

Η έρευνα του (Tulu, 2017) πραγματοποιήθηκε σε πανεπιστήμιο της Αιθιοπίας με πληθυσμό μελέτης 122 άτομα. Ευρήματα:

ΠΟΣΟΣΤΟ(%)	
ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	
Ηλικία	
18-30	60
30-40	55
>40	7
Εκπαίδευση	
Πτυχίο	19
Μεταπτυχιακό	97
Διδακτορικό	6
ΎΠΑΡΞΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ ΜΚΔ	
Facebook	45,9
LinkedIn	1,6
Συνδυασμός ΜΚΔ	52,5
ΧΡΗΣΗ ΜΚΔ ΕΠΙ ΤΟ ΠΛΕΙΣΤΟΝ	
Facebook	74,6
Twitter	1,6
Συνδυασμός ΜΚΔ	23,8
ΧΡΗΣΗ ΜΚΔ ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΑΠΟΣΥΝΔΕΣΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ?	

Ναι	37,7
Όχι	62,3
ΤΟΠΟΣ ΧΡΗΣΗΣ	
Κινητό	63,1
Αλλού	36,9
ΠΩΣ ΓΙΝΕΤΑΙ Η ΧΡΗΣΗ?	
Παράλληλα με την εργασία	32,8
Ανεξάρτητα με την εργασία	67,2
ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΞΕΧΝΑΤΕ ΝΑ ΕΠΙΣΤΡΕΨΕΤΕ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ?	
Ναι	41
Όχι	59
ΒΟΗΘΑ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ?	
Ναι	71,3
Όχι	28,7

Πίνακας 12. Ευρήματα μελέτης (Tulu, 2017)

Συμπέρασμα: Η χρήση ΜΚΔ έχει θετικές επιδράσεις στην παραγωγικότητα των εργαζομένων, καθώς βοηθάει τις διαδικασίες εκπαίδευσης και μάθησης. Χρήση ΜΚΔ από νεότερες ηλικίες μέσω κινητών κυρίως. Με την χρήση ΜΚΔ κατά τη διάρκεια ορισμένων ωρών εργασίας δεν επηρεάζει την παραγωγικότητα των εκπαιδευτικών. Έτσι το πανεπιστήμιο καλείται να δημιουργήσει προγράμματα κατάρτισης και ευαισθητοποίησης έτσι ώστε να αποκομίζει τα οφέλη, παρά να απαγορεύσει τα ΜΚΔ εντελώς.

Η έρευνα των (Warnakula and Manickam, 2011) πραγματοποιήθηκε στην Σρι Λάνκα με πληθυσμό μελέτης 74 άτομα. Ευρήματα:

	ΠΟΣΟΣΤΟ(%)
ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	
Φύλο	

Αντρες	56		
Γυναίκες	44		
Ηλικία			
25-35	98,7		
ΜΚΔ			
Twitter	6,8		
Tagged	1,4		
Skype	2,7		
MySpace	4,1		
LinkedIn	5,4		
Hi5	39,2		
Flicker	2,7		
Facebook	98,6		
ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΧΡΗΣΗΣ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΩΣ			
1-30 λεπτά	29,2		
31-60 λεπτά	27,8		
61-90 λεπτά	16,7		
91-120 λεπτά	12,5		
121-150 λεπτά	2,8		
>150 λεπτά	11,1		
ΧΡΟΝΟΣ ΧΡΗΣΗΣ ΣΕ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΑ ΜΕΡΗ(ΠΟΣΟΣΤΟ%)			
ΧΡΟΝΟΣ	ΓΡΑΦΕΙΟ	ΣΠΙΤΙ	ΑΛΛΟΥ
1-15 λεπτά	16,2	9,5	8,1
16-30 λεπτά	24,3	10,8	2,7
31-45 λεπτά	5,4	6,8	-
46-60 λεπτά	20,3	16,2	6,8
>60 λεπτά	2,7	16,2	4,1
Μη χρήση	31,1	40,5	78,4
ΣΚΟΠΟΣ ΧΡΗΣΗΣ			
Προβολή προφίλ φίλων/σελίδων	20,4		

Προβολή/ανέβασμα φωτογραφιών	17,1
Συνομιλίες	21,5
Διασυνδέσεις	14,2
Παιχνίδια	9,5
Ανάγνωση/γραφή σε φόρουμ	10,3
Άλλα	7
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ	
1 φορά/μερικές βδομάδες	9,6
1-2 μέρες/βδομάδα	8,2
3-4 μέρες/βδομάδα	8,5
4-6 μέρες/βδομάδα	16,4
1 φορά/μέρα	12,3
Πολλές φορές/μέρα	45,2
ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΕΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΣΤΑ ΜΚΔ	
Σύνδεση το πρωί στο γραφείο, δραστηριότητες, αποσύνδεση και επίσκεψη ξανά στον ελεύθερο τους χρόνο	24,3
Σύνδεση το πρωί στο γραφείο, και παράλληλα εργασία γραφείου	18,9
Σύνδεση μόνο όταν τελειώσουν οι δουλειές, αλλά εντός του χρόνου εργασίας	17,6
Σύνδεση μετά την λήξη του χρόνου εργασίας πριν όμως εγκαταλείψουν το γραφείο	4,1
Σύνδεση εκτός γραφείου	21
Άλλα	5,5
ΑΡΙΘΜΟΣ ΦΙΛΩΝ ΣΤΑ ΜΚΔ	
<10	7,3
10-25	12,2
26-50	7,3
51-75	12,2
76-100	12,2
101-125	9,8
126-150	2,4

>150	36,6
ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ/ΕΡΓΑΣΙΑΚΕΣ ΧΡΗΣΕΙΣ ΜΚΔ	
Σύνδεση με φίλους κατά την εργασία	47,6
Σύνδεση με παλιούς συναδέλφους	35,7
Σύνδεση με ειδικούς από εξωτερικούς οργανισμούς	26
Αναζήτηση νέας εργασίας και/ή νέου προσωπικού	21,5
Ερωτήσεις/λύσεις για θέματα δουλειάς	19
Σύνδεση με ανώτερα στελέχη επιχείρησης	19
Διαφήμιση επιχείρησης	19
Προσωπική διαφήμιση	16,7
Εκμάθηση νέων ικανοτήτων για την παρούσα εργασία	16,7
Εκμάθηση νέων ικανοτήτων για μελλοντικά σχέδια	14,3
Σύνδεση με κατώτερα στελέχη εταιρείας	14
Νέες επιχειρηματικές επαφές	7,1
Επαφές με πελάτες/προμηθευτές	4,8
Δημοσίευση διαθέσιμων θέσεων εργασίας στην επιχείρηση	4,8
ΘΕΜΑΤΑ ΣΥΖΗΤΗΣΕΩΝ ΣΤΑ ΜΚΔ	
Προβλήματα στο γραφείο	40,5
Επιχείρηση/συνάδελφους	23,8
Ανταγωνιστές	11,9
Πελάτες	7,1
Εκπαίδευση/σεμινάρια	35,7
ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΧΡΗΣΗΣ ΜΚΔ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΕΡΓΟΔΟΤΕΣ	
Ικανοποίηση	31
Ουδέτερη άποψη	29
Δυσaréσκεια	5
Δεν μπορούν να είναι χρήσιμα για την επιχείρηση	9
Δεν μπορώ να απαντήσω	26
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟ ΜΚΔ ΣΤΗΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ/ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΖΩΗ	
Δεν γνωρίζω	19

Πολύ σύντομα για να πω, είμαι νέος χρήστης	11,9
Ναι, είναι αποτελεσματικά	54,8
Όχι, δεν είναι αποτελεσματικά	14,3
ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΧΡΗΣΗ ΜΚΔ	
Διατήρηση επαφών με φίλους	78
Στέλνοντας χαιρετισμούς σε φίλους	70
Ανέβασμα φωτογραφιών/βίντεο	60
Σχολιασμός άλλων δημοσιεύσεων	60
Συζητήσεις για προσωπικά θέματα	43
Δημοσίευση σημαντικών προσωπικών στιγμών	40
Ενημέρωση για ειδήσεις/εκδηλώσεις	33,5
Δημιουργία νέων φίλων	30
Παιχνίδια	23,5
Αναζητήσεις για προσωπικά θέματα	23
ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗ ΧΡΗΣΗ ΜΚΔ	
Μείωση άγχους που δημιουργείται στο γραφείο	98
Μείωση άγχους που δημιουργείται από προσωπικά θέματα	63,5
Αίσθηση ότι ανήκουν σε μεγαλύτερη κοινότητα	77
Αίσθηση αξίας από τους άλλους	70
Συνομιλία με οποιοδήποτε ανά πάσα στιγμή	60

Πίνακας 13. Ευρήματα μελέτης (Warnakula and Manickam, 2011)

Συμπέρασμα: Περισσότεροι από το 60,8% χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ εντός του χρόνου εργασίας. Η υψηλή χρήση έχει επιφέρει στο 58% των εργαζομένων αρνητικές επιπτώσεις. Μόνο το 31% είναι ικανοποιημένοι με το επίπεδο χρήσης για την επιχειρησιακή παραγωγικότητα. Η χρήση των ΜΚΔ ήταν υψηλότερη για προσωπικούς σκοπούς σε σύγκριση με τις επαγγελματικές υποχρεώσεις. Η πλειοψηφία ακόμα χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ με τον παραδοσιακό τρόπο, δηλαδή διατηρώντας επαφές με τους φίλους. Ωστόσο με την χρήση σε επαγγελματικό επίπεδο, μπορεί να ανοίξει δρόμους σε νέες βιομηχανίες, πελάτες και προμηθευτές. Οι οργανισμοί θα μπορούσαν να προσαρμόσουν στρατηγικές για την ευαισθητοποίηση των εργαζομένων για αποτελεσματικά προσωπικά, οργανωτικά και κοινωνικά αποτελέσματα ελαχιστοποιώντας πιθανά μειονεκτήματα.

Κεφάλαιο 4

Εμπειρική Ανάλυση

4.1 Ερωτηματολόγιο

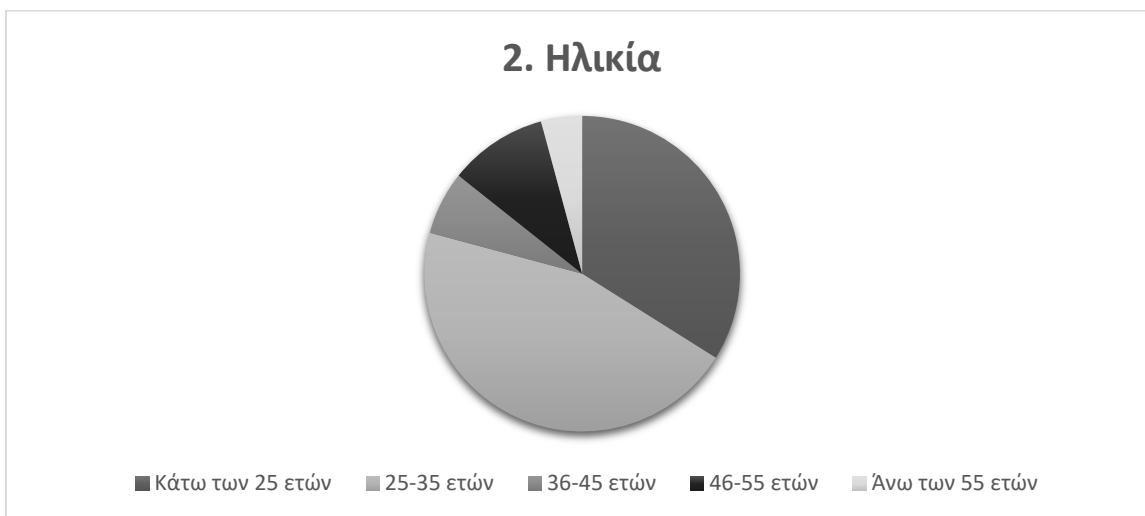
Για την πραγματοποίηση της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής δημιουργήθηκε ερωτηματολόγιο το οποίο ανέβηκε υπό ηλεκτρονική μορφή σε δικό μου προσωπικό λογαριασμό στα ΜΚΔ και απευθυνόταν μόνο σε εργαζόμενους. Το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε από 168 άτομα, και αποτελείται από 3 βασικές ενότητες. Στην πρώτη ενότητα περιλαμβάνονται όλα τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτηθέντων, στην δεύτερη ενότητα περιλαμβάνονται τα στοιχεία σχετικά με την εργασία των ερωτηθέντων και τέλος στην τελευταία ενότητα περιλαμβάνονται στοιχεία σχετικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Συνολικά υπήρχαν 27 ερωτήσεις, εκ των οποίων οι 18 ερωτήσεις έπρεπε να απαντηθούν αναγκαστικά ενώ οι υπόλοιπες 9 έπρεπε να απαντηθούν ανάλογα με το τι ισχύει για τους ερωτηθέντες.

4.2 Αποτελέσματα Ερωτηματολογίου



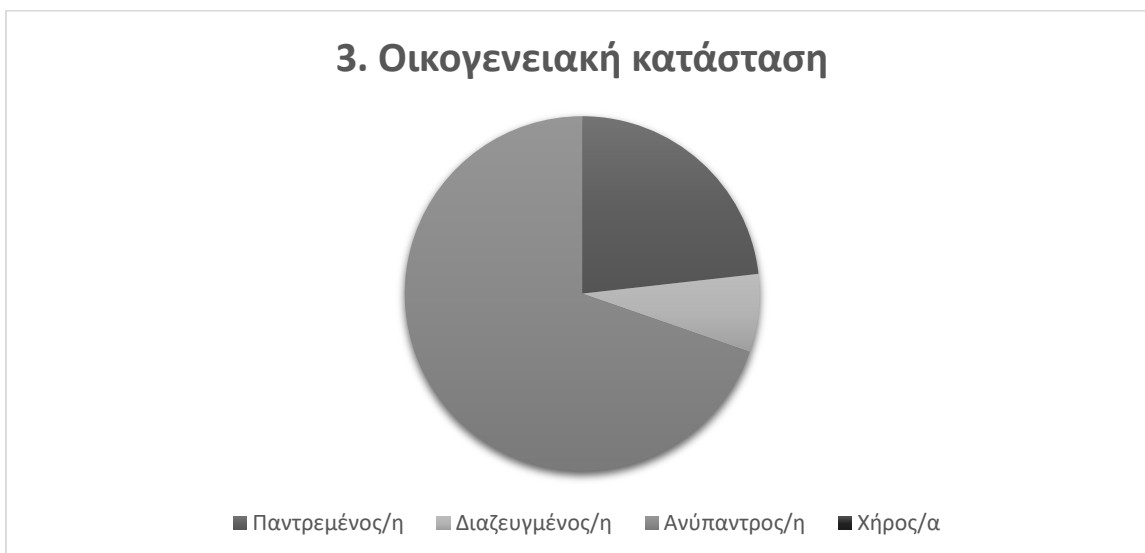
Διάγραμμα 20. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 1

Στο διάγραμμα 20 παρατηρείτε πως το 30,4% του πληθυσμού είναι άντρες και το 69,6% είναι γυναίκες. Το ποσοστό των γυναικών είναι σχεδόν το διπλάσιο από το ποσοστό των αντρών.



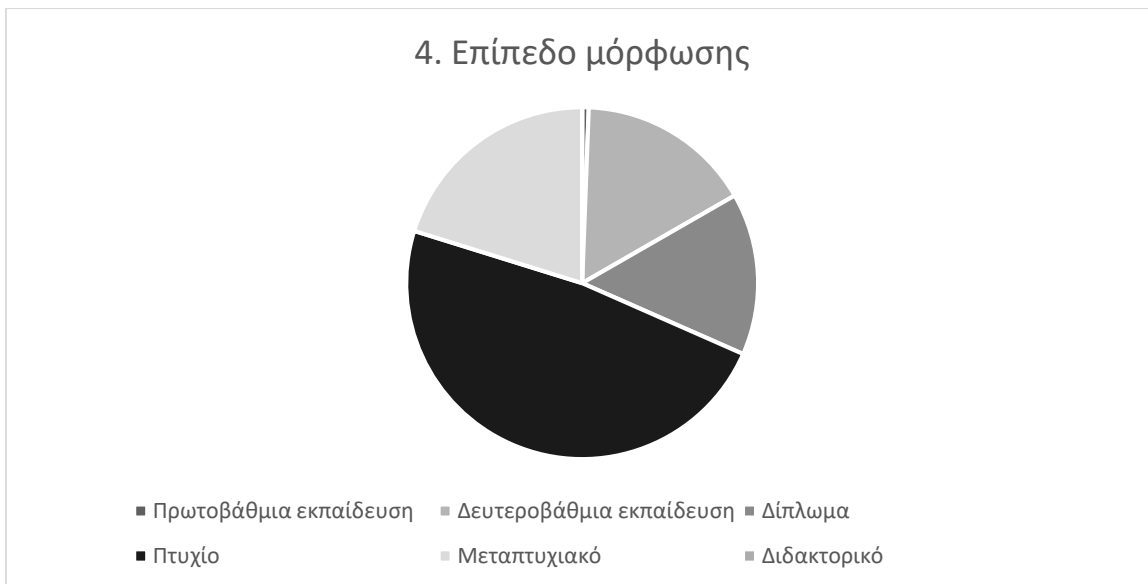
Διάγραμμα 21. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 2

Στο διάγραμμα 21 παρατηρείτε πως το 33,9% είναι κάτω των 25 ετών, το 45,2% είναι 25-35 ετών, το 6,5% είναι 36-45 ετών, το 10,1% είναι 46-55 ετών και το 4,2% είναι άνω των 55 ετών. Το μεγαλύτερο ποσοστό του πληθυσμού είναι κυρίως νεαρά άτομα της κατηγορίας των 25-35 και ακολούθως με λίγο μικρότερο ποσοστό άτομα ηλικίας κάτω των 25. Και οι 2 κατηγορίες αυτές είναι πιο εξοικειωμένες στη χρήση των ΜΚΔ.



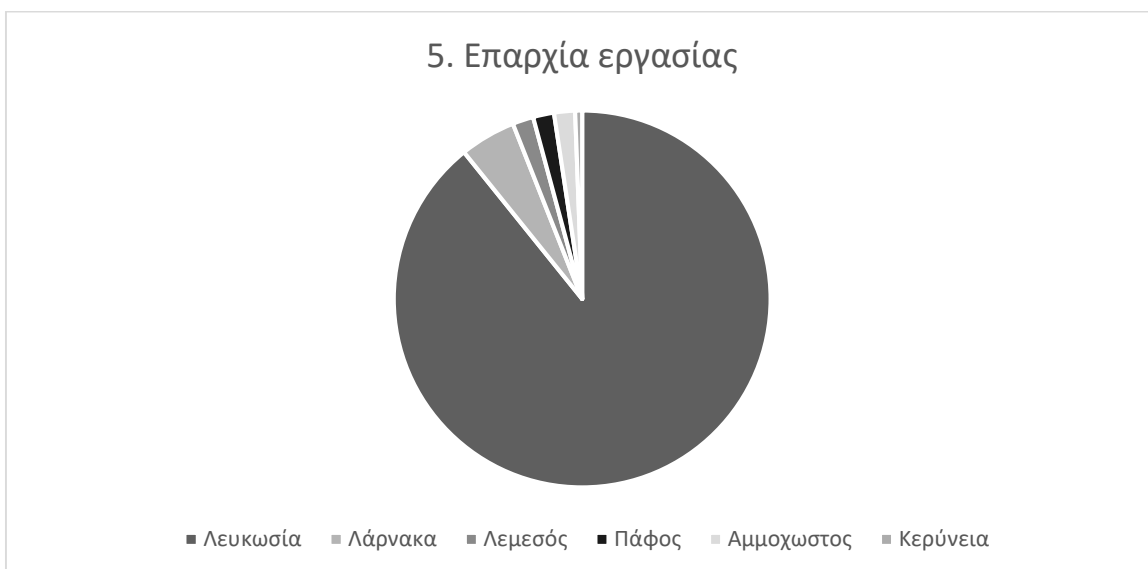
Διάγραμμα 22. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 3

Στο διάγραμμα 22 παρατηρείτε πως το 23,2% είναι παντρεμένοι, το 7,1% είναι διαζευγμένοι και το 69,6% είναι ανύπαντροι.



Διάγραμμα 23. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 4

Στο διάγραμμα 23 παρατηρείτε πως το 0,6% έχει πρωτοβάθμια εκπαίδευση, το 16,1% έχει δευτεροβάθμια εκπαίδευση, το 14,9% έχει δίπλωμα, το 48,2% έχει πτυχίο και το 20,2% έχει μεταπτυχιακό. Σχεδόν το μισό δείγμα του πληθυσμού είναι κάτοχοι πτυχίου και ακολούθως η δεύτερη μεγαλύτερη κατηγορία είναι αυτή του μεταπτυχιακού. Άρα το δείγμα του πληθυσμού έχει υψηλό επίπεδο μόρφωσης.



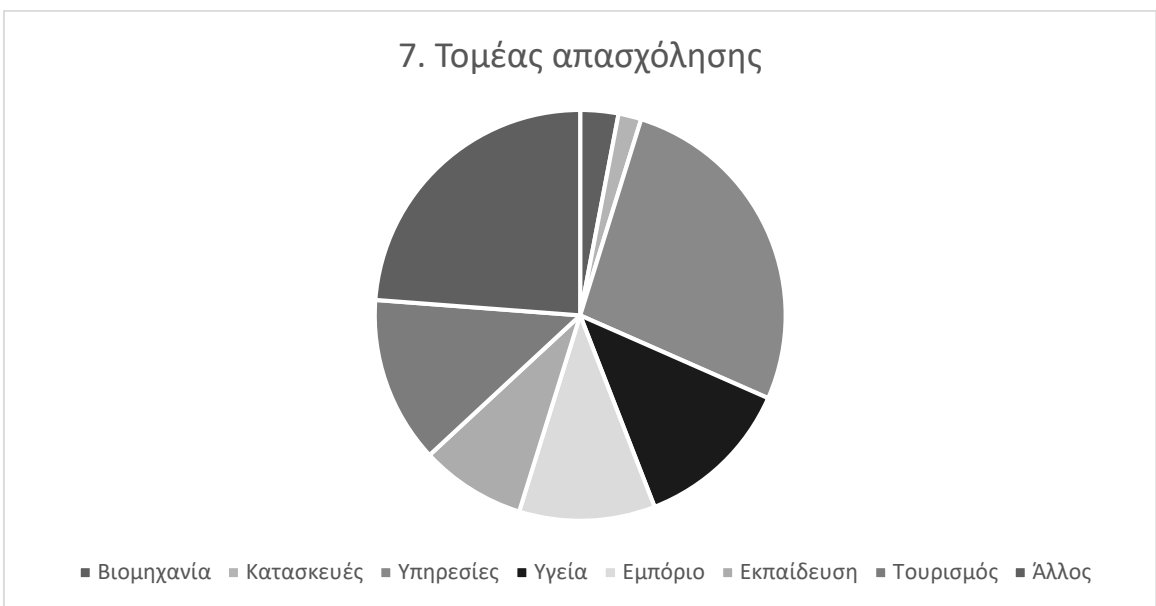
Διάγραμμα 24. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 5

Στο διάγραμμα 24 παρατηρείτε πως το 89,3% προέρχεται από την Λευκωσία(πρωτεύουσα), το 4,8% από την Λάρνακα, το 0,6% από την Κερύνεια και από 1,8% προέρχεται από Λεμεσό, Πάφο και Αμμόχωστο.



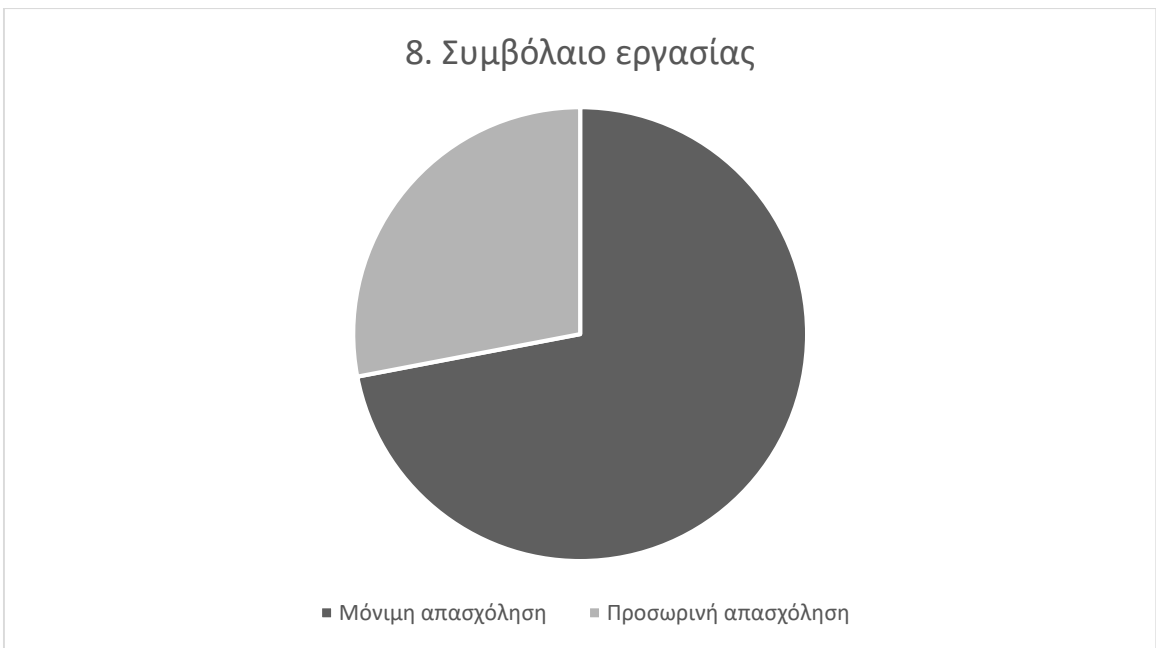
Διάγραμμα 25. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 6

Στο διάγραμμα 25 παρατηρείτε πως το 10,7% είναι δημόσιοι υπάλληλοι, το 64,3% είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι σε κυπριακές επιχειρήσεις, το 17,9% είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι σε ξένες επιχειρήσεις και το 7,1% είναι ελεύθεροι επαγγελματίες.



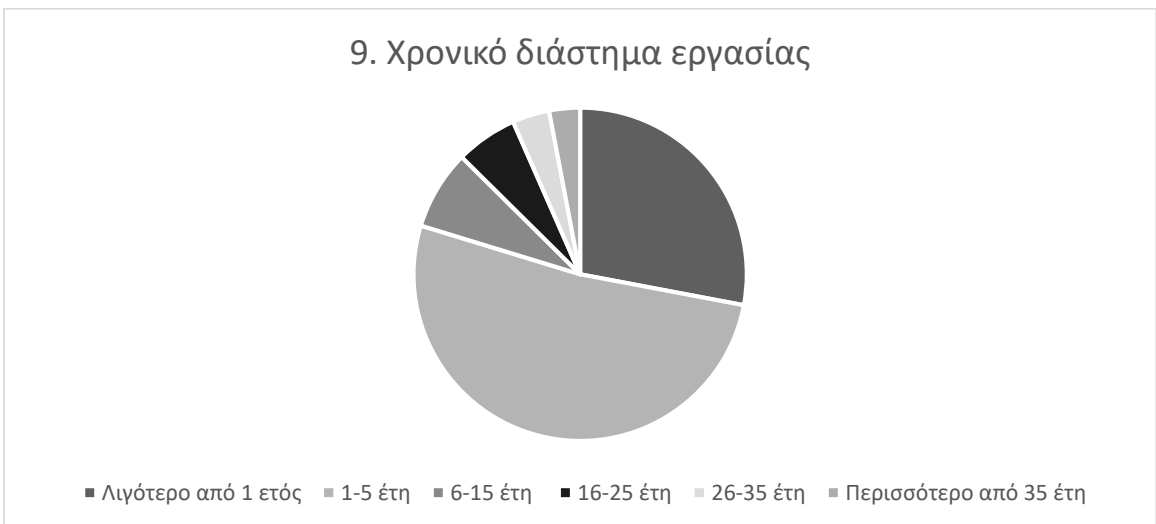
Διάγραμμα 26. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 7

Στο διάγραμμα 26 παρατηρείτε πως το 3% προέρχεται από βιομηχανίες, το 1,8% από κατασκευές, το 26,8% από υπηρεσίες, το 12,5% από υγεία, το 10,7% από το εμπόριο, το 8,3% από την εκπαίδευση, το 13,1% από τον τουρισμό και 23,8% από άλλους τομείς.



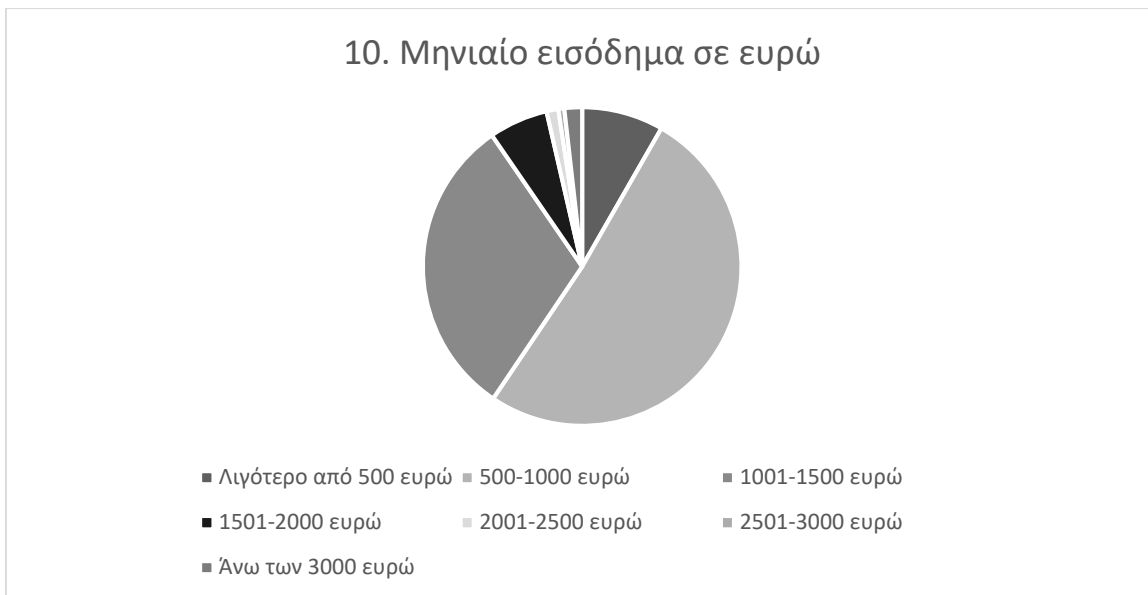
Διάγραμμα 27. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 8

Στο διάγραμμα 27 παρατηρείτε πως 72% έχουν συμβόλαιο εργασίας για μόνιμη απασχόληση ενώ το υπόλοιπο 28% έχει προσωρινής απασχόλησης.



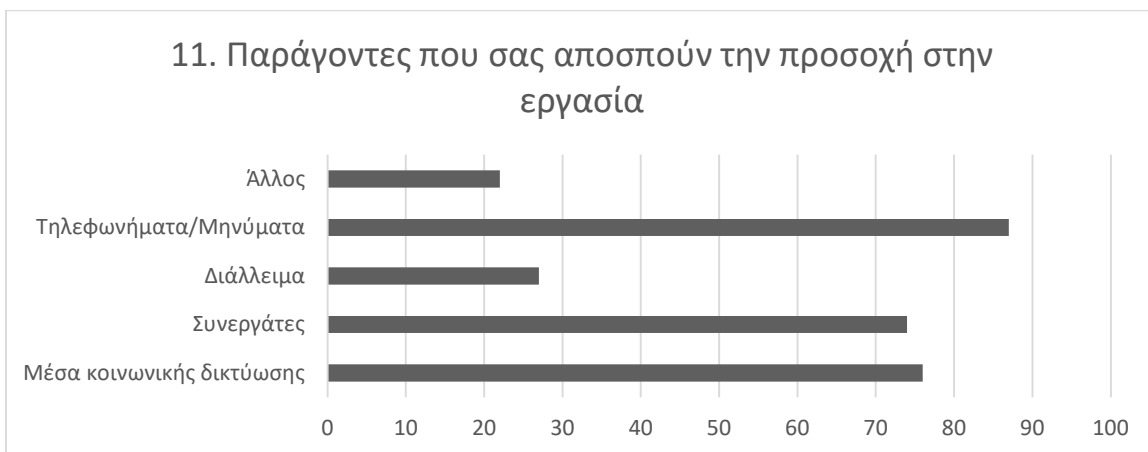
Διάγραμμα 28. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 9

Στο διάγραμμα 28 παρατηρείτε πως το 28% εργάζεται για λιγότερο από 1 έτος, το 51,8% από 1-5 έτη, το 7,7% από 6-15 έτη, το 6% από 16-25 έτη, το 3,6% από 26-35 έτη και το 3% για περισσότερο από 35 έτη.



Διάγραμμα 29. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 10

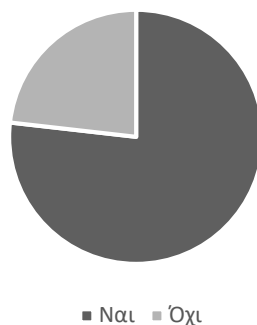
Στο διάγραμμα 29 παρατηρείτε πως το 51,2%, δηλαδή πάνω από το μισό πληθυσμό έχει απολαβές 500-1000 ευρώ, ακολούθως το 31% παίρνουν 1001-1500 ευρώ, το 8,3% παίρνουν λιγότερο από 500 ευρώ, το 6% παίρνουν 1501-2000 ευρώ, το 1,2% παίρνουν 2001-2500 ευρώ, το 0,6% παίρνουν 2501-3000 ευρώ και το 1,8% παίρνουν άνω των 3000 ευρώ.



Διάγραμμα 30. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 11

Στο διάγραμμα 30 παρατηρείτε πως τα τηλεφωνήματα/μηνύματα είναι ο κύριος παράγοντας που αποσπά την προσοχή των εργαζομένων με ποσοστό 51,8%, ακολούθως τα ΜΚΔ με ποσοστό 45,2%, οι συνεργάτες με ποσοστό 44%, το διάλλειμα 16,1% και άλλοι παράγοντες 13,1%.

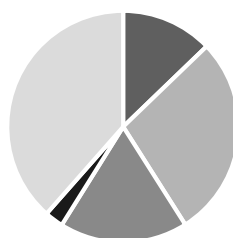
12. Χρησιμοποιείται μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην εργασία;



Διάγραμμα 31. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 12

Στο διάγραμμα 31 παρατηρείτε πως 76,8% χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ στην εργασία, ενώ μόνο 23,2% δεν τα χρησιμοποιούν.

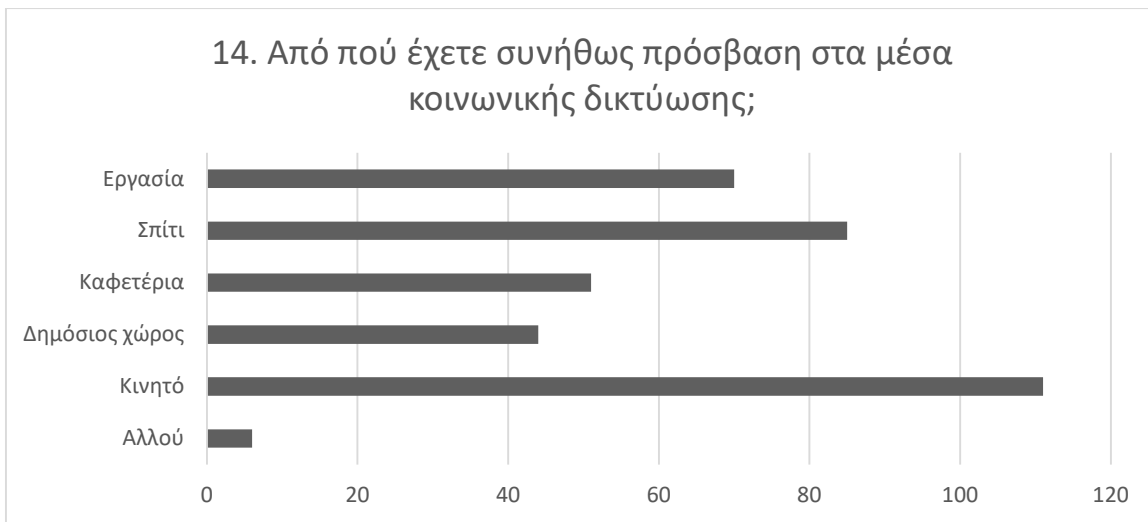
13. Ποιος είναι ο λόγος που δεν χρησιμοποιείται μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην εργασία;



- Δεν ξέρω πως λειτουργούν
- Δεν έχω χρόνο
- Το θεωρώ σπατάλη χρόνου
- Προσωπικοί λόγοι
- Απαγορεύεται από την επιχείρηση που εργάζομαι
- Άλλα

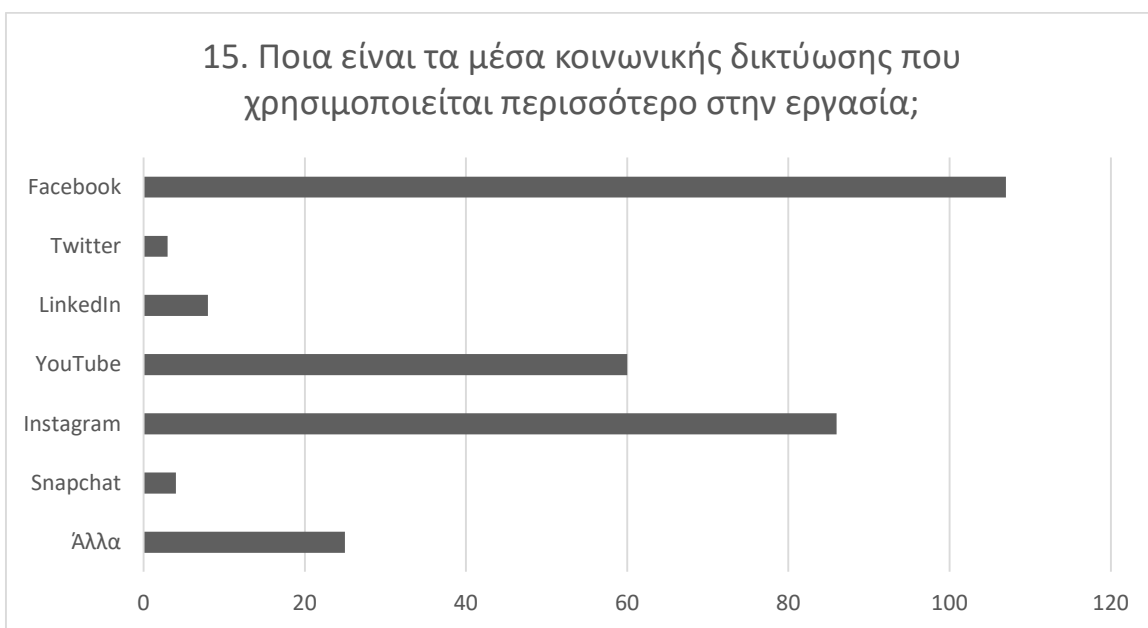
Διάγραμμα 32. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 13

Στο διάγραμμα 32 παρατηρείτε πως το 38,5% δεν χρησιμοποιεί ΜΚΔ γιατί απαγορεύεται από την επιχείρηση που εργάζονται, 28,2% δεν έχουν χρόνο, 17,9% τα θεωρούν σπατάλη χρόνου, 12,8% δεν ξέρουν πως λειτουργούν και 2,6% δεν τα χρησιμοποιούν για προσωπικούς λόγους.



Διάγραμμα 33. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 14

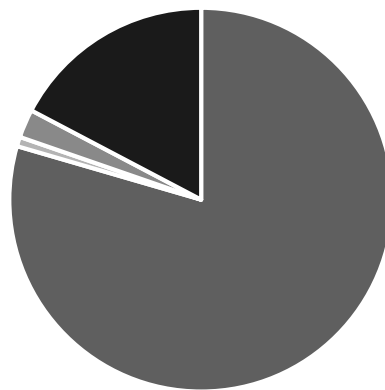
Στο διάγραμμα 33 παρατηρείτε πως το 86,7% έχει πρόσβαση κυρίως από το κινητό, 66,4% έχουν πρόσβαση από το σπίτι, 54,7% από την εργασία, 39,8% από την καφετέρια, 34,4% από δημόσιο χώρο και 4,7% από άλλο χώρο.



Διάγραμμα 34. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 15

Στο διάγραμμα 34 παρατηρείτε πως το Facebook χρησιμοποιείται περισσότερο με ποσοστό 82,9% και ακολουθεί το Instagram με 66,7%, το YouTube με 46,5%, άλλα ΜΚΔ με 19,4%, το LinkedIn με 6,2%, το Snapchat με 3,1% και το Twitter με 2,3%.

16. Συχνότητα χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην εργασία

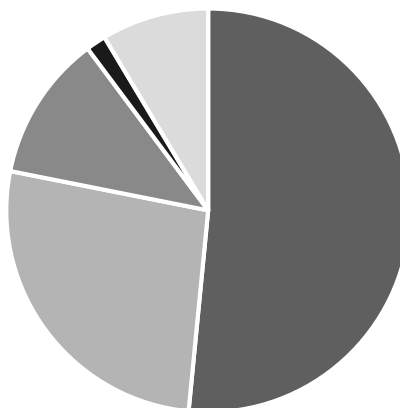


■ Καθημερινώς ■ 1 φορά/βδομάδα ■ 3 φορές/βδομάδα ■ Τυχαία χρήση

Διάγραμμα 35. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 16

Στο διάγραμμα 35 παρατηρείτε πως το 79,5% των εργαζομένων χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ καθημερινώς στην εργασία, 17,3% κάνει τυχαία χρήση, 2,4% κάνει χρήση 3 φορές/βδομάδα και το 0,8% 1 φορά/βδομάδα.

17. Συνολικός χρόνος που αφιερώνεται κατά την χρήση στην εργασία

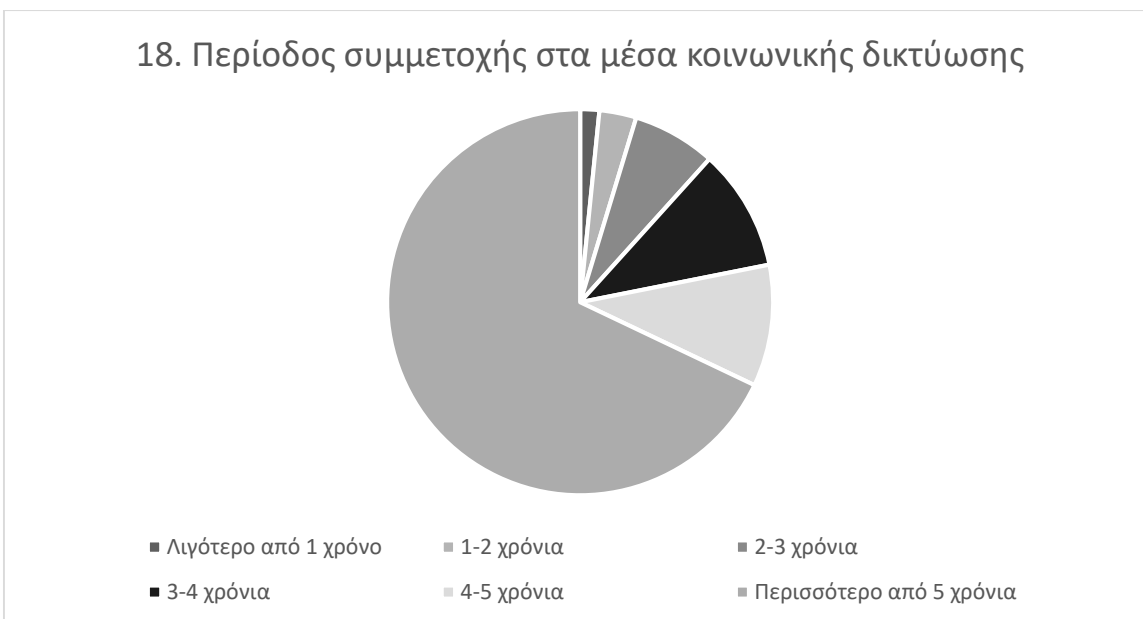


■ 1-30 λεπτά ■ 31-60 λεπτά ■ 61-90 λεπτά ■ 91-120 λεπτά ■ >120 λεπτά

Διάγραμμα 36. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 17

Στο διάγραμμα 36 παρατηρείτε πως 51,6% των εργαζομένων κάνουν χρήση των ΜΚΔ 1-30 λεπτά, το 26,6% κάνει χρήση 31-60 λεπτά, το 11,7% 61-90 λεπτά, το 1,6% 91-120 λεπτά και το 8,6% κάνει χρήση >120 λεπτά.

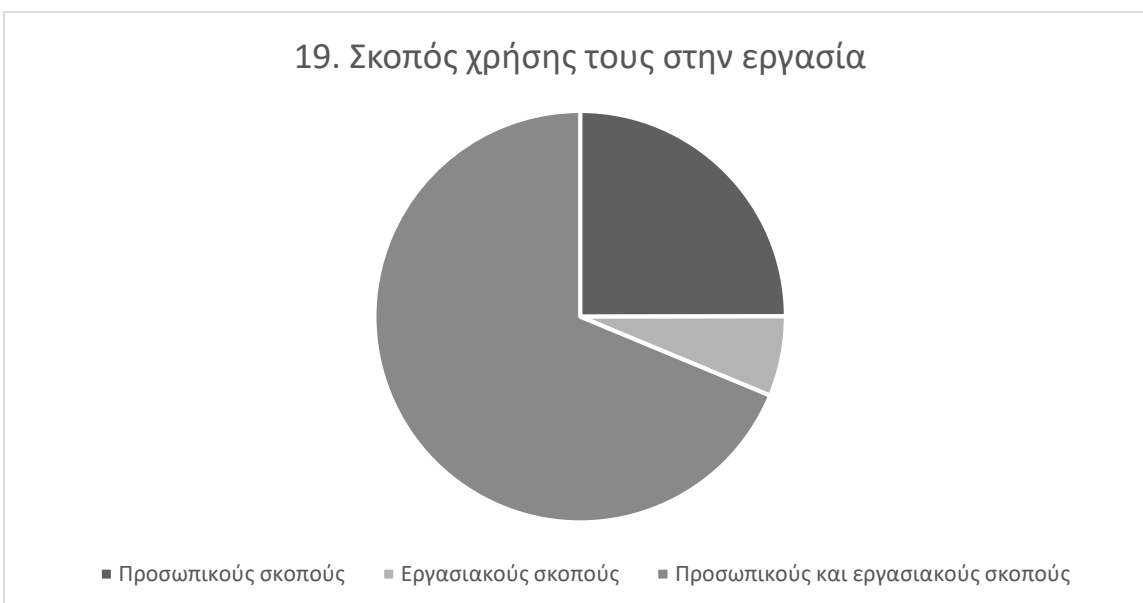
18. Περίοδος συμμετοχής στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης



Διάγραμμα 37. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 18

Στο διάγραμμα 37 παρατηρείτε πως το 68% συμμετέχει στα ΜΚΔ περισσότερο από 5 χρόνια, 10,2% συμμετέχει 3-4 χρόνια και 4-5 χρόνια, 7% συμμετέχει 2-3 χρόνια, 3,1% συμμετέχει 1-2 χρόνια και 1,6% συμμετέχει λιγότερο από 1 χρόνο.

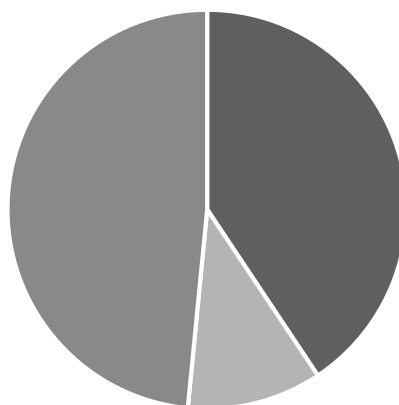
19. Σκοπός χρήσης τους στην εργασία



Διάγραμμα 38. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 19

Στο διάγραμμα 38 παρατηρείτε πως το 25% κάνει χρήση για προσωπικούς σκοπούς, μόνο 6,2% κάνει χρήση για εργασιακούς σκοπούς, ενώ το υπόλοιπο 68,8% κάνει χρήση για προσωπικούς και εργασιακούς σκοπούς.

20. Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην εργασία γίνεται κυρίως κατά την διάρκεια του

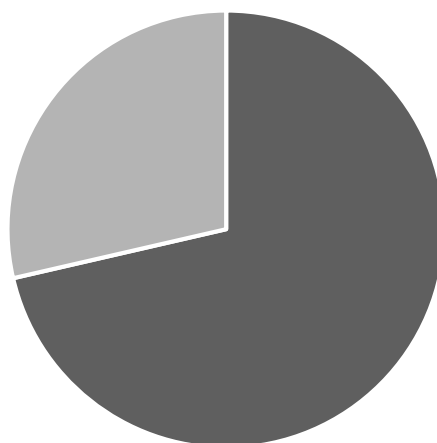


■ Διαλλείματος ■ Χρόνου εργασίας ■ Διαλλείματος και χρόνου εργασίας

Διάγραμμα 39. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 20

Στο διάγραμμα 39 παρατηρείτε πως η χρήση των ΜΚΔ γίνεται κυρίως κατά τη διάρκεια του διαλλείματος και του χρόνου εργασίας με ποσοστό 48,4%, ακολούθως με 40,6% μόνο στο διάλλειμα και 10,9% μόνο στο χρόνο εργασίας.

21. Θεωρείται ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν την παραγωγικότητα;

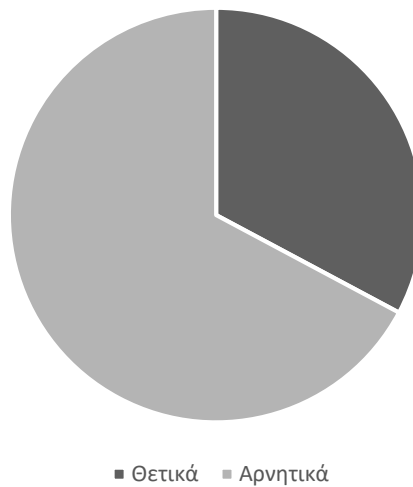


■ Ναι ■ Όχι

Διάγραμμα 40. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 21

Στο διάγραμμα 40 παρατηρείτε πως το 71,4% θεωρεί ότι επηρεάζεται η παραγωγικότητα ενώ το υπόλοιπο 28,6% πιστεύει το αντίθετο.

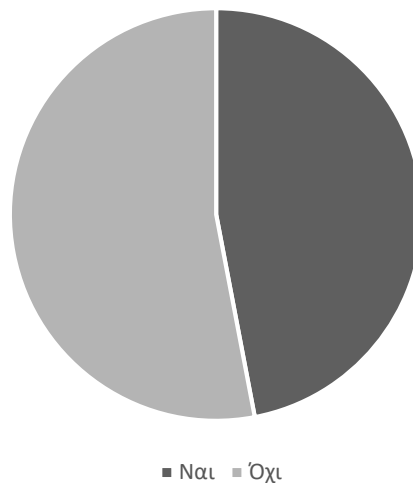
22. Αν ναι, Θεωρείται ότι επηρεάζουν αρνητικά ή θετικά την παραγωγικότητα;



Διάγραμμα 41. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 22

Στο διάγραμμα 41 παρατηρείτε πως το 32,8% θεωρεί ότι επηρεάζεται θετικά η παραγωγικότητα, ενώ το υπόλοιπο 67,2% θεωρεί ότι επηρεάζεται αρνητικά.

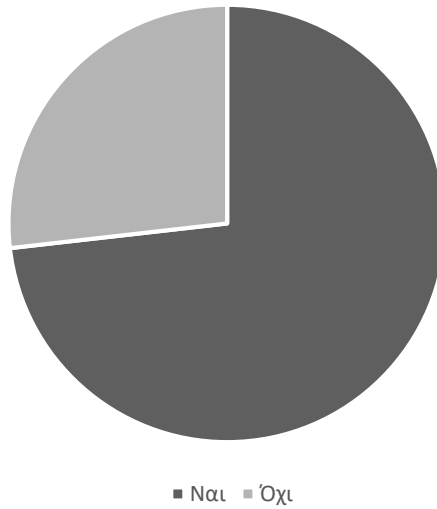
23. Εκεί όπου εργάζεστε υπάρχουν πολιτικές για την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;



Διάγραμμα 42. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 23

Στο διάγραμμα 42 παρατηρείτε πως στο 47% των επιχειρήσεων υπάρχουν πολιτικές χρήσης για τα ΜΚΔ ενώ στο υπόλοιπο 53% δεν υπάρχουν.

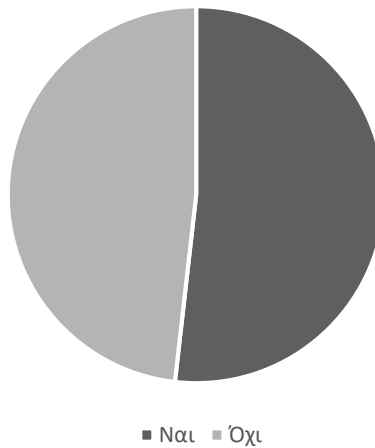
24. Θεωρείται ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιλύουν θέματα σχετικά με την εργασία;



Διάγραμμα 43. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 24

Στο διάγραμμα 43 παρατηρείτε πως το 73,2% πιστεύει ότι επιλύουν θέματα σχετικά με την εργασία, ενώ το υπόλοιπο 26,8% όχι.

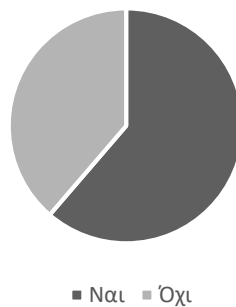
25. Θεωρείται ότι οι επιχειρήσεις υποτιμούν τα οφέλη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;



Διάγραμμα 44. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 25

Στο διάγραμμα 44 παρατηρείτε πως το 51,8% των εργαζομένων πιστεύει πως οι επιχειρήσεις υποτιμούν τα οφέλη των ΜΚΔ, ενώ το υπόλοιπο 48,2% πιστεύει πως όχι.

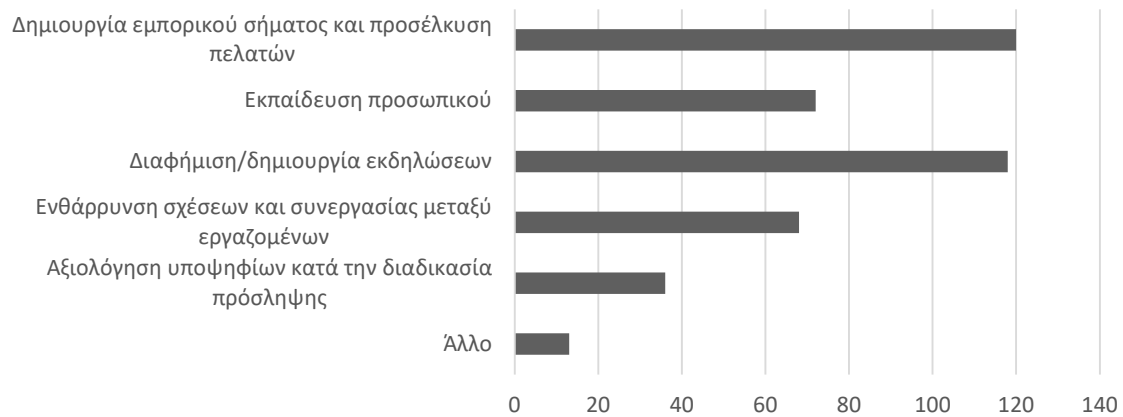
26. Θεωρείται ότι μπορείτε να πραγματοποιήσετε την δουλειά σας καλύτερα εάν οι επιχειρήσεις υποστήριζαν την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;



Διάγραμμα 45. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 26

Στο διάγραμμα 45 παρατηρείτε πως το 61,3% πιστεύει πως θα μπορούσαν να πραγματοποιήσουν την δουλειά τους καλύτερα εάν οι επιχειρήσεις υποστήριζαν την χρήση των ΜΚΔ, ενώ το 38,7% πιστεύει το αντίθετο.

27. Πως θεωρείται ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βοηθούν μια επιχείρηση;



Διάγραμμα 46. Αποτελέσματα απαντήσεων ερώτησης 27

Στο διάγραμμα 46 παρατηρείτε πως το 71,4% πιστεύει πως τα ΜΚΔ βοηθούν μια επιχείρηση μέσω της δημιουργίας εμπορικού σήματος και προσέλκυσης πελατών, το 70,2% μέσω της διαφήμισης/δημιουργίας εκδηλώσεων, το 42,9% μέσω της εκπαίδευσης προσωπικού, το 40,5% μέσω της ενθάρρυνσης σχέσεων και συνεργασίας μεταξύ εργαζομένων, το 21,4% μέσω αξιολόγησης υποψηφίων κατά την διαδικασία πρόσληψης και το 7,7% μέσω κάποιου άλλου τρόπου.

4.3 Σύγκριση Αποτελεσμάτων Με Την Βιβλιογραφία

Σύμφωνα με τα συνολικά αποτελέσματα του ερωτηματολογίου όπως μπορείτε να δείτε στο παράρτημα Α, τα ερευνητικά ερωτήματα όπου αναζητούσαμε απαντήσεις αναλύονται πιο κάτω:

- Ποιο είναι το ποσοστό των εργαζομένων που χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ και ποια η συχνότητα χρήση τους;

Το ποσοστό των εργαζομένων το οποίο κάνει χρήση των ΜΚΔ στην εργασία ανέρχεται στο 76,8%. Το υπόλοιπο 23,2% δεν χρησιμοποιεί ΜΚΔ στην εργασία για διάφορους λόγους όπως ύπαρξη πολιτικής από την επιχείρηση που εργάζονται (38,5%), δεν έχουν χρόνο (28,2%), θεωρούν ότι είναι σπατάλη χρόνου (17,9%), δεν ξέρουν πως λειτουργούν (12,8%) και δεν τα χρησιμοποιούν για προσωπικούς λόγους (2,6%).

Όσον αφορά την συχνότητα χρήσης, οι πιο πολλοί κάνουν καθημερινώς χρήση στην εργασία τους (79,5%), άλλοι κάνουν τυχαία χρήση (17,3%), άλλοι κάνουν χρήση 3 φορές/βδομάδα (2,4%) και άλλοι 1 φορά/βδομάδα (0,8%). Επιπλέον, οι πλείστοι εργαζόμενοι (51,6%) κάνουν χρήση από 1-30 λεπτά στα ΜΚΔ, άλλοι (26,6%) από 31-60 λεπτά, άλλοι (11,7%) από 61-90 λεπτά, άλλοι (1,6%) από 91-120 λεπτά και οι υπόλοιποι περισσότερο από 120 λεπτά.

- Ποια είναι τα ΜΚΔ που χρησιμοποιούνται;

Το ΜΚΔ που χρησιμοποιείται περισσότερο είναι το Facebook(82,9%) και ακολουθούν μετά το Instagram (66,7%), το YouTube (46,5%), διάφορα άλλα ΜΚΔ (19,4%), το LinkedIn (6,2%), το Snapchat (3,1%) και το Twitter (2,3%). Σύμφωνα με τα αποτελέσματα παρατηρούμε πως το Facebook χρησιμοποιείται από τους πιο πολλούς, το οποίο είναι ένα ΜΚΔ το οποίο χρησιμοποιείται τόσο για προσωπικούς όσο και για εργασιακούς σκοπούς. Αλλά από την άλλη πλευρά παρατηρούμε ότι μόνο το 6,2% χρησιμοποιεί το LinkedIn το οποίο αποτελεί ΜΚΔ για καθαρά επαγγελματικούς σκοπούς.

- Ποιες ηλικίες τα χρησιμοποιούν περισσότερο;

Τα αποτελέσματα ανέδειξαν πως οι νεαρότερες ηλικίες κάνουν χρήση των ΜΚΔ περισσότερο καθώς είναι και πιο εξοικειωμένες με αυτά. Αναλυτικότερα το 33,9% είναι άτομα κάτω των 25 ετών, το 45,2% είναι 25-35 ετών, το 6,5% είναι 36-45 ετών, το 10,1% είναι 46-55 ετών και το 4,2% είναι άνω των 55 ετών.

- Ποιος είναι ο σκοπός της χρήσης τους;
Οι περισσότεροι εργαζόμενοι (68,8%) χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για εργασιακούς και προσωπικούς σκοπούς, το 25% κάνει χρήση για προσωπικούς σκοπούς ενώ μόνο το 6,2% τα χρησιμοποιεί για καθαρά εργασιακούς σκοπούς. Η χρήση παρατηρήθηκε ότι γίνεται κυρίως κατά τη διάρκεια του διαλλείματος και του χρόνου εργασίας με ποσοστό 48,4%, ακολούθως με 40,6% μόνο στο διάλειμα και 10,9% μόνο στο χρόνο εργασίας.
- Πως επηρεάζεται η παραγωγικότητα των εργαζομένων;
Το 71,4% των εργαζομένων θεωρεί πως επηρεάζεται η παραγωγικότητά τους με την χρήση των ΜΚΔ ενώ το υπόλοιπο 28,6% πιστεύει το αντίθετο. Αυτοί που πιστεύουν ότι επηρεάζονται θετικά ανέρχονται στο 32,8%, ενώ οι υπόλοιποι (67,2%) επηρεάζονται αρνητικά.

Άλλα γενικά συμπεράσματα:

- Το μεγαλύτερο ποσοστό των εργαζομένων υποστηρίζει πως οι κύριοι παράγοντες που τους αποσπάνε την προσοχή στην εργασία είναι τα τηλεφωνήματα/μηνύματα(51,8%), τα ΜΚΔ (45,2%) και ακολούθως οι συνεργάτες τους (44%).
- Το 86,7% των εργαζομένων έχουν πρόσβαση κυρίως από το κινητό τους και οι πιο συχνοί χώροι όπου κάνουν χρήση είναι από το σπίτι (66,4%) και η εργασία (54,7%).
- Το μεγαλύτερο ποσοστό συμμετέχει στα ΜΚΔ περισσότερο από 5 χρόνια.
- Η πλειονότητα των επιχειρήσεων δεν έχει πολιτικές για την χρήση των ΜΚΔ.
- Η πλειονότητα των εργαζομένων πιστεύει ότι: α)οι επιχειρήσεις υποτιμούν τα οφέλη των ΜΚΔ, β)τα ΜΚΔ επιλύουν θέματα σχετικά με την εργασία και γ)θα μπορούσαν να κάνουν την δουλειά τους καλύτερα εάν οι επιχειρήσεις υποστήριζαν την χρήση των ΜΚΔ.
- Οι εργαζόμενοι θεωρούν σε μεγάλο βαθμό ότι τα ΜΚΔ μπορούν να δημιουργήσουν το εμπορικό σήμα μιας επιχείρησης, να προσελκύσουν πελάτες καθώς και να δημιουργήσουν/διαφημίσουν εκδηλώσεις.

Παρατηρώντας πιο προσεκτικά τα αποτελέσματα της σχετικής βιβλιογραφίας σύμφωνα με τις έρευνες των (Yeshambel, et al., 2016) και (Warnakula and Manickam, 2011), οι πλείστοι εργαζόμενοι κάνουν χρήση των ΜΚΔ κυρίως στον χώρο εργασίας και ακολούθως στο σπίτι. Στην έρευνα των (Kandiero, et al., 2014) και των (Ferreira and Du Plessis, 2009) γίνεται επίσης αναφορά και στην χρήση του κινητού τηλεφώνου. Πιο αναλυτικά στην έρευνα των (Kandiero, et al., 2014) η χρήση γίνεται κυρίως στην εργασία (44%), ακολούθως αναφέρεται η χρήση του κινητού (40%) και μετά η χρήση στο σπίτι (10%), ενώ στην έρευνα των (Ferreira and Du Plessis, 2009) και πάλι η χρήση γίνεται κυρίως στην εργασία (66,7%), ακολούθως στο σπίτι (58,3%) και σε μικρότερο ποσοστό γίνεται αναφορά στη χρήση του κινητού (25%). Τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου έδειξαν διαφορετικά αποτελέσματα καθώς η χρήση του κινητού προηγείται (86,7%), ακολούθως γίνεται αναφορά στο σπίτι (66,4%) και στο τέλος αναφέρεται η εργασία (54,7%).

Όσον αφορά τις ηλικίες των εργαζομένων που κάνουν χρήση των ΜΚΔ τόσο τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου όσο και αυτά της βιβλιογραφικής ανασκόπησης είναι περίπου παρόμοια. Δηλαδή στο ερωτηματολόγιο οι χρήστες είναι μεταξύ ηλικίας 18-35 χρονών, ενώ στις ακόλουθες έρευνες (Francois, et al., 2013), (Kandiero, et al., 2014), (Tulu, 2017), (Warnakula and Manickam, 2011), (Seman, 2014), (Usrof, 2017) της βιβλιογραφικής ανασκόπησης οι χρήστες είναι μεταξύ 18-40 χρονών. Άρα παρατηρείται το αναμενόμενο και στις 2 περιπτώσεις, οι χρήστες είναι νεαρά άτομα καθώς είναι πιο εξοικειωμένοι με την τεχνολογία και τα ΜΚΔ.

Στα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου και στις έρευνες των (North, 2010), (Munene and Nyaribo, 2013), (Daniel, et al., 2017), (Usrof, 2017), (Francois, et al., 2013), (Kandiero, et al., 2014), (Weru, 2015) και (Warnakula and Manickam, 2011) έχει παρατηρηθεί πως οι χρήστες κάνουν καθημερινή χρήση των ΜΚΔ.

Στις έρευνες των (Seman, 2014), (Weru, 2015) και (Warnakula and Manickam, 2011) και στα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου ο χρόνος χρήσης των ΜΚΔ είναι κυρίως από 1 έως 30 λεπτά. Ενώ στην έρευνα του (Usrof, 2017) είναι κυρίως από 30 λεπτά έως 1 ώρα και στην έρευνα των (Daniel, et al., 2017) είναι κυρίως λιγότερος από 1 ώρα.

Οι έρευνες των (Yeshambel, et al., 2016), (North, 2010), (Munene and Nyaribo, 2013), (Seman, 2014), (Usrof, 2017), (Tulu, 2017) και (Warnakula and Manickam, 2011) οι οποίες αναζητούσαν το πιο γνωστό ΜΚΔ που χρησιμοποιείται περισσότερο στην εργασία συμπέραναν πως είναι το Facebook, ενώ η έρευνα των (Kandiero, et al., 2014) έδειξε πως είναι το Facebook σε συνδυασμό με το WhatsApp. Η μοναδική έρευνα με διαφορετικό αποτέλεσμα είναι αυτή του (Weru, 2015) όπου έδειξε το LinkedIn ως το πιο γνωστό ΜΚΔ. Τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου συμφώνησαν με τις πλείστες έρευνες καθώς και αυτά έδειξαν πως το Facebook είναι το ΜΚΔ που χρησιμοποιείται περισσότερο.

Όσον αφορά το σκοπό χρήσης των ΜΚΔ, τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου και οι έρευνες των (Yeshambel, et al., 2016), (North, 2010), (Ferreira and Du Plessis, 2009) και (Munene and Nyaribo, 2013) έδειξαν πως η χρήση γίνεται τόσο για προσωπικούς όσο και για εργασιακούς σκοπούς. Στις έρευνες των (Usrof, 2017) και (Weru, 2015) η χρήση γίνεται κυρίως για εργασιακούς σκοπούς ενώ στις έρευνες των (Daniel, et al., 2017), (Francois, et al., 2013), (Warnakula and Manickam, 2011), (Kandiero, et al., 2014) και (Bharucha, 2018) η χρήση γίνεται κυρίως για προσωπικούς σκοπούς.

Η μοναδική έρευνα η οποία αναζητούσε τους παράγοντες που αποσπάνε την προσοχή των εργαζομένων είναι αυτή του (Bharucha, 2018) όπου έδειξε σαν κύριους παράγοντες τα τηλεφωνήματα/μηνύματα, ακολούθως τα κουτσομπολιά, το διαδίκτυο και τέλος τα ΜΚΔ. Τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου έδειξαν περίπου παρόμοια αποτελέσματα καθώς τα τηλεφωνήματα/μηνύματα ήταν οι κύριοι παράγοντες και ακολούθως με μικρή διαφορά ήταν τα ΜΚΔ και οι συνεργάτες. Επιπρόσθετα αυτή η συγκεκριμένη έρευνα του (Bharucha, 2018) έδειξε ακριβώς αντίθετα αποτελέσματα από αυτά του ερωτηματολογίου όσον αφορά αν τα ΜΚΔ επιλύουν κάποια θέματα σχετικά με την εργασία, αν οι επιχειρήσεις υποτιμούν τα οφέλη των ΜΚΔ και αν θα μπορούσαν να πραγματοποιήσουν την δουλειά τους καλύτερα οι εργαζόμενοι εάν οι επιχειρήσεις υποστήριζαν την χρήση των ΜΚΔ.

Η έρευνα των (Kandiero, et al., 2014) έδειξε πως τα ΜΚΔ μπορούν να βοηθήσουν μια επιχείρηση να δημιουργήσει το εμπορικό της σήμα και τα αποτελέσματα του

ερωτηματολογίου έδειξαν κάτι παρόμοιο, δηλαδή τη δημιουργία του εμπορικού σήματος και την προσέλκυση πελατών, και με ελάχιστη διαφορά ακολουθεί η διαφήμιση/δημιουργία εκδηλώσεων.

Οι έρευνες των (Usrof, 2017), (Yeshambel, et al., 2016) και (Munene and Nyaribo, 2013) στα συμπεράσματα τους έδειξαν ότι εάν η χρήση των ΜΚΔ δεν είναι καλά διαχειρίσιμη τότε θα οδηγήσει στη μείωση της παραγωγικότητας. Οι έρευνες των (Ferreira and Du Plessis, 2009), (Tulu, 2017) και (Daniel, et al., 2017) έδειξαν ότι ενισχύεται η παραγωγικότητα με την χρήση των ΜΚΔ ενώ οι έρευνες των (Warnakula and Manickam, 2011) και (Seman, 2014) είχαν ακριβώς αντίθετα συμπεράσματα. Η έρευνα του (Bharucha, 2018) είχε σαν συμπέρασμα πως τα ΜΚΔ μπορούν είτε να μειώσουν είτε να αυξήσουν την παραγωγικότητα και η έρευνα των (Kandiero, et al., 2014) έδειξε ότι υπάρχουν οφέλη στο πλαίσιο της παραγωγικότητας με την χρήση των ΜΚΔ, αλλά ο χρόνος που αφιερώνουν οι εργαζόμενοι σε αυτά επηρεάζουν την παραγωγικότητα. Τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου σχετικά με την παραγωγικότητα έδειξαν πως η παραγωγικότητα επηρεάζεται αρνητικά με αρκετά υψηλό ποσοστό (67,2%).

Σχεδόν όλες οι έρευνες είχαν σαν κοινό συμπέρασμα πως για να επωφελούνται οι επιχειρήσεις από την χρήση των ΜΚΔ θα πρέπει να δημιουργηθούν πολιτικές οι οποίες θα περιορίζουν την χρήση σε λογικά πλαίσια, ώστε να δημιουργηθούν όρια μεταξύ προσωπικής ζωής και εργασίας, και πως το όλο θέμα αξίζει περαιτέρω έρευνας στο μέλλον. Εξαιρέση αποτελεί η έρευνα του (Tulu, 2017) η οποία προτείνει τη δημιουργία προγραμμάτων κατάρτισης και ευαισθητοποίησης έτσι ώστε να αποκομίζονται τα οφέλη, παρά να απαγορεύονται εντελώς τα ΜΚΔ. Καθώς και εξαιρέσεις αποτελούν οι έρευνες των (Seman, 2014) και (Daniel, et al., 2017) οι οποίες δεν ανέφεραν οτιδήποτε για τη δημιουργία πολιτικών.

Κεφάλαιο 5

Συμπεράσματα και Προτάσεις Πολιτικής

Ο σκοπός της συγκεκριμένης μεταπτυχιακής διατριβής ήταν να μελετήσει το πώς τα ΜΚΔ επηρεάζουν την παραγωγικότητα των εργαζομένων εντός του χώρου εργασίας. Τα ΜΚΔ έχουν γίνει απαραίτητα στην καθημερινότητα μας τα τελευταία χρόνια, και δεν μπορούν οι εργαζόμενοι να ξεχωρίσουν το προσωπικό χρόνο από τον εργασιακό. Ο κύριος περιορισμός της διατριβής είναι πως το δείγμα του πληθυσμού είναι σχετικά μικρό καθώς συγκεντρώθηκε σε χρονικό διάστημα εντός 3 εβδομάδων και τα αποτελέσματα δεν είναι αντιπροσωπευτικά για όλους τους εργαζόμενους. Το δείγμα πληθυσμού περιλάμβανε εργαζόμενους με διαφορετικά δημογραφικά στοιχεία οι οποίοι κάνουν διαφορετικές εργασίες, έχουν διαφορετική θέση και έχουν διαφορετικό ωράριο. Άρα είναι λογικό πως οι απαιτήσεις κάθε εργασίας είναι διαφορετικές και ίσως δεν έχουν όλοι οι εργαζόμενοι τον εξοπλισμό για να κάνουν χρήση των ΜΚΔ. Όλα αυτά επηρεάζουν τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα της μεταπτυχιακής διατριβής.

Μέσα από τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου, τα στοιχεία που βρέθηκαν και παρουσιάστηκαν αποδεικνύουν πως τα ΜΚΔ έχουν σημαντικό ρόλο εντός του σύγχρονου εργασιακού χώρου και σε μεγάλο ποσοστό δεν σχετίζονται ακριβώς με την εργασία. Τα ΜΚΔ δεν αποτελούν τον κύριο και μοναδικό παράγοντα που αποσπάει την προσοχή των εργαζομένων, αλλά είναι σαφές ότι οι εργαζόμενοι τάσσονται υπέρ της πρόσβασης στα ΜΚΔ εντός του χώρου εργασίας καθώς έχουν πρόσβαση από τα ίδια τους τα κινητά. Η χρήση των ΜΚΔ κυρίως παρατηρήθηκε σε άτομα νεαρής ηλικίας τα οποία έκαναν χρήση επί καθημερινής βάσεως. Το μεγαλύτερο ποσοστό των εργαζομένων θεωρεί ότι επηρεάζεται η παραγωγικότητα τους στην εργασία αρνητικά. Για αυτό το λόγο οι σύγχρονοι εργοδότες θα πρέπει να τα χρησιμοποιήσουν προς όφελος τους και να προσπαθήσουν να διασφαλίσουν ότι η πρόσβαση στα ΜΚΔ θα επιφέρει αύξηση της

παραγωγικότητας. Κάποια μέτρα που θα μπορούσαν να λάβουν οι εργοδότες είναι ο περιορισμός συγκεκριμένων σελίδων στο διαδίκτυο, ο περιορισμός του χρόνου χρήσης των ΜΚΔ, ο έλεγχος του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου των εργαζομένων, ο περιορισμός ή η απαγόρευση προσωπικών κλήσεων/μηνυμάτων καθώς και ο περιορισμός χρήσης του κινητού τηλεφώνου. Η απαγόρευση των κινητών μπορεί να μην είναι η καλύτερη λύση καθώς οι εργαζόμενοι θα βρουν με κάποιο άλλο τρόπο να έχουν πρόσβαση.

Αν δεν γίνει σωστή διαχείριση της χρήσης των ΜΚΔ στην εργασία θα οδηγήσει στην μείωση της παραγωγικότητας των εργαζομένων. Χωρίς την ύπαρξη πολιτικών και ορθών κατευθυντήριων γραμμών στο συγκεκριμένο θέμα από τους εργοδότες είναι πιθανό πως αυτό θα επεκταθεί ακόμη περισσότερο. Οι εργοδότες που επιθυμούν να περιορίσουν την συμπεριφορά αυτή θα πρέπει να ξεκινήσουν άμεσα την διαμόρφωση και την διάδοση πολιτικών σχετικά με τα ΜΚΔ, καθώς και την δημιουργία εκπαιδευτικών σεμιναρίων για χρήση των ΜΚΔ και πως αυτά μπορούν να βοηθήσουν την επιχείρηση να αυξήσει τον κύκλο των εργασιών της. Είναι προτιμότερο η δημιουργία πολιτικών όπου θα συμφωνούν και οι εργαζόμενοι, δείχνοντας έτσι αμοιβαίο σεβασμό, εμπιστοσύνη και υπευθυνότητα.

Το όλο θέμα χρίζει περαιτέρω έρευνας και για αυτό κάποιες προτάσεις για μελλοντική έρευνα μπορούν να περιλαμβάνουν την μελέτη των υπεύθυνων και διαχειριστών της χάραξης των πολιτικών στις επιχειρήσεις, για να καθορίσουν την στάση τους απέναντι στην χρήση των ΜΚΔ εντός του χώρου εργασίας. Ακόμη μπορούν να γίνουν μελέτες αποκλειστικά με την άποψη των εργοδοτών για το πώς επηρεάζουν τα ΜΚΔ την παραγωγικότητα των εργαζομένων. Επιπλέον, μπορούν να γίνουν μελέτες για το χρονικό διάστημα που ξοδεύουν οι εργαζόμενοι το οποίο δεν σχετίζεται με την εργασία και να γίνει συσχέτιση των αριθμών αυτών με μια μέτρηση παραγωγικότητας. Περαιτέρω μελέτες μπορούν να γίνουν σε εργαζόμενους όπου υποστηρίζουν ότι τα ΜΚΔ τους βοηθούν στην παραγωγικότητα και με ποιο τρόπο, ενώ μπορούν να γίνουν και μελέτες για το ακριβώς αντίθετο. Δηλαδή μελέτη των εργαζομένων που θεωρούν ότι τα ΜΚΔ δεν βοηθάνε στην παραγωγικότητα, βρίσκοντας εις βάθος τις αιτίες που συμβαίνει αυτό. Τέλος άλλες μελέτες θα μπορούσαν να παρουσιάσουν τις συνέπειες που υφίστανται οι επιχειρήσεις από τα ΜΚΔ.

Βιβλιογραφία

Andrew 2019. *YouTube Stats 2019 | Mindblowing Facts You Should Know!* [online] Available at: <<https://showbox.fun/youtube-stats/>> [Accessed 27 Oct. 2019].

BharuchaJ. 2018. Co-existence of social media and work productivity? *International Journal of Business Innovation and Research*, 15(1), pp.34–43.

ClementJ. 2019. • *Instagram: active users 2018 | Statista*. [online] Available at: <<https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/>> [Accessed 27 Oct. 2019].

comscore 2016. *What Millennials' YouTube Usage Tells Us about the Future of Video Viewership*. [online] Available at: <<https://www.comscore.com/ita/Public-Relations/Blog/What-Millennials-YouTube-Usage-Tells-Us-about-the-Future-of-Video-Viewership>> [Accessed 27 Oct. 2019].

DanielE.A., IsaacE.N. and JanetA.K. 2017. Influence of Facebook usage on employee productivity: A case of university of cape coast staff. *African Journal of Business Management*, 11(6), pp.110–116.

DreamWeaver 2016. *Ποιά είναι τα πιο δημοφιλή κοινωνικά δίκτυα*. [online] Available at: <<https://www.dreamweaver.gr/dimofili-koinonika-diktya.php>> [Accessed 1 Oct. 2019].

FerreiraA. and Du PlessisT. 2009. Effect of online social networking on employee productivity. *SA Journal of Information Management*, 11(1).

FrancoisA., HebbaniA. and RintelS. 2013. Facebook in the university workplace. *Media International Australia*, (149), pp.15–27.

GerbyshakP. 2019. *The Guide to Choosing the Ideal Social Media Platform Based on Your Audience & Goals*. [online] Available at: <<https://philgerbyshak.com/the-guide-to-choosing-the-ideal-social-media-platform/>> [Accessed 26 Oct. 2019].

JainS. 2019. *LinkedIn Stats and Facts [2019 Update with Infographic]*. [online] Available at: <<https://www.soravjain.com/linkedin-stats-facts-infographic>> [Accessed 26 Oct. 2019].

KandieroA., MpanwaT.P. and JageroN. 2014. Impact of access to social media on employee productivity and organisational performance at Econet Wireless Zimbabwe. *International Journal of Knowledge and Research in Management & E-Commerce*, 4(1), pp.25–32.

Lawspot 2017. *Μπορούν οι εργοδότες να παρακολουθούν τα προφίλ των εργαζομένων τους στα social media*; [online] Available at: <<https://www.lawspot.gr/nomika-nea/mporoynoi-ergodotes-na-parakoloythoyn-ta-profil-ton-ergazomenon-toys-sta-social-media>> [Accessed 10 Oct. 2019].

Manpower 2010. Social Networks vs Management?Αξιοποιώντας τη δύναμη των Social Media. [online] Available at: <https://candidate.manpower.com/wps/wcm/connect/f9dd0800415c4d5c8db08f28230d196a/100208_Manpower+Fresh+Perspectives_Social+Networks+vs+Management.pdf?MOD=AJPERES> [Accessed 2 Oct. 2019].

MARKINBLOG 2019. *Internet in Numbers(80+ Mind Blowing Stats)*. [online] Available at: <<http://www.markinblog.com/internet-stats/>> [Accessed 26 Oct. 2019].

mediakix 2019. *10 Snapchat Statistics You Need To Know For 2019*. [online] Available at: <<https://mediakix.com/blog/snapchat-statistics-2016-marketers-need-to-know/>> [Accessed 27 Oct. 2019].

MuneneA.G. and NyariboY.M. 2013. Effect of Social Media Pertication in the Workplace on Employee Productivity. *International Journal of Advances in Management and Economics*, [online] 2(2), pp.141–150. Available at: <<http://www.managementjournal.info/index.php/IJAME/article/view/266>>

NahataS. 2019. *What Drove Twitter’s Monthly Active User Growth in Q1 2019? - Market Realist*. [online] Available at: <<https://marketrealist.com/2019/04/what-drove-twitters-monthly-active-user-growth-in-q1-2019/>> [Accessed 30 Oct. 2019].

NorthM.A. 2010. An Evaluation of Employees’ Attitudes Toward Social Networking in the Workplace. *Issues in Information Systems*, 11(1), pp.192–197.

PepeG. 2019. *33 Jaw-Dropping Instagram Stats for 2019*. [online] Available at: <<https://jumpermedia.co/powerful-instagram-stats/>> [Accessed 27 Oct. 2019].

Progress I.T.C Digital Marketing Agency 2019. *Πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πλέον επηρεάζουν τις ζωές μας αλλά και τις επιχειρήσεις*. [online] Available at:

<<http://www.gkprogress.com/πως-τα-μέσα-κοινωνικής-δικτύωσης-πλέο/>> [Accessed 1 Oct. 2019].

RobbinsS.P., DecenzoD.A. and CoulterM. 2012. *Διοίκηση επιχειρήσεων-Αρχές και εφαρμογές*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική ΑΕ.

SemanS. 2014. Organizational Member Use of Social Networking Sites and Work Productivity. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 5(1), pp.30–34.

TuluD.T. 2017. Should online social Medias (OSMs) be banned at work? The impact of social Medias on employee productivity in Ambo University, a case study. *Research in International Business and Finance*, [online] 42(July), pp.1096–1102. Available at: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.ribaf.2017.07.044>>

UsroffH.J.H. 2017. Social Media and Productivity: The Case of Education Sector in Assir Province. *International Journal of Human Resource Studies*, 7(3), p.243.

WadeJ. 2019. *Snapchat Statistics 2019 | Smart Insights*. [online] Available at: <<https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/snapchat-statistics/>> [Accessed 27 Oct. 2019].

WarnakulaW. and ManickamB. 2011. Employees' Behaviour in Online Social Networking Websites (SNSs). *Tropical Agricultural Research*, 22(1), p.94.

WeruM. 2015. *STRATEGIC IMPACT OF SOCIAL MEDIA USAGE ON EMPLOYEE PRODUCTIVITY: A CASE OF BRITISH AMERICAN TOBACCO LIMITED EMPLOYEES*.

YeshambelT., BeleteM. and MulualemY. 2016. Impact of Online Social Networking on Employees Productivity at Work Place in University of Gondar - A Case Study. *International Journal of Computer Applications*, 135(3), pp.18–24.

Your Business Shop 2019. *Impact of Social Media on Businesses in 2019 Infographic - Your Business Shop*. [online] Available at: <<https://www.yourbusinessshop.com/impact-of-social-media-on-businesses/>> [Accessed 26 Oct. 2019].

ΔόβρηΜ. 2017. *Μέσα κοινωνικής δικτύωσης: Από τη δημιουργία ως σήμερα*. [online] Available at: <<https://frapress.gr/2017/09/social-media-apo-ti-dimiourgia-os-simera/>> [Accessed 11 Oct. 2019].

ΙορδανόγλουΔ. 2018. Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού. [online] Available at: <<https://openeclass.panteion.gr/modules/document/file.php/TMF182/ΔΑΔ- SLIDES - IORDANOGLOU 2018-19.pdf>> [Accessed 1 Oct. 2019].

ΠαπαδοπούληςΓ. 2017. *Το Μάρκετινγκ και τα Κοινωνικά Δίκτυα (Marketing & Social Media)*. [online] Available at: <<https://gparadopoulos.wordpress.com/2017/05/29/το-μάρκετινγκ-και-τα-κοινωνικά-δίκτυα-m/>> [Accessed 7 Nov. 2019].

ΠαπαδόπουλοςΑ. 2015. *Πώς να χρησιμοποιήσετε τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης για εύρεση εργασίας*. [online] Available at: <<https://blog.ergodotisi.com/kinoniki-diktiosi-kai-ergasia/>> [Accessed 12 Oct. 2019].

ΡουμελιώτουΜ. 2009. *Μέσα κοινωνικής δικτύωσης: Η σύγχρονη συμμετοχική δημοκρατία των νέων τεχνολογιών*; Available at: <https://www.academia.edu/1639955/Μέσα_κοινωνικής_δικτύωσης_Η_σύγχρονη_συμμε> [Accessed 10 Oct. 2019].

ΣγουρήΜ. 2019. *Τα προσόντα και τα καθήκοντα ενός social media manager*. [online] Available at: <<https://blog.mycarrera.gr/663/ta-prosonta-kai-ta-kathikonta-enos-social-media-manager/>> [Accessed 1 Nov. 2019].

ΤσιώτσηΧ. 2013. *Προσοχή Κίνδυνος! Κοινωνική δικτύωση και επιχειρήσεις – News.gr*. [online] Available at: <<https://www.news.gr/dikaio-internet/article/60549/prosohh-kindynos-koinonikh-diktyosh-kai.html>> [Accessed 31 Oct. 2019].

Παράρτημα Α

Πίνακας Αποτελεσμάτων

Ερωτηματολόγιου

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ		
Ερωτήσεις	Απαντήσεις	Ποσοστά απαντήσεων
Ερώτηση 1	168	100%
Άντρας	51	30,4%
Γυναίκα	117	69,6%
Ερώτηση 2	168	100%
Κάτω των 25 ετών	57	33,9%
25-35 ετών	76	45,2%
36-45 ετών	11	6,5%
46-55 ετών	17	10,1%
Άνω των 55 ετών	7	4,2%
Ερώτηση 3	168	100%
Παντρεμένος/η	39	23,2%
Διαζευγμένος/η	12	7,1 %
Ανύπαντρος/η	117	69,6%
Χήρος/α	0	0%
Ερώτηση 4	168	100%
Πρωτοβάθμια εκπαίδευση	1	0,6%
Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	27	16,1%
Δίπλωμα	25	14,9%
Πτυχίο	81	48,2%
Μεταπτυχιακό	34	20,2%
Διδακτορικό	0	0%
Ερώτηση 5	168	100%
Λευκωσία	150	89,3%
Λάρνακα	5	4,8%
Λεμεσός	3	1,8%
Πάφος	3	1,8%
Αμμόχωστος	3	1,8%
Κερύνεια	1	0,6%
Ερώτηση 6	168	100%
Δημόσιος/α υπάλληλος	18	10,7%

Ιδιωτικός/η υπάλληλος σε κυπριακή επιχείρηση	108	64,3%
Ιδιωτικός/η υπάλληλος σε ξένη επιχείρηση	30	17,9%
Ελεύθερος/η επαγγελματίας	12	7,1%
Ερώτηση 7		
Βιομηχανία	5	3%
Κατασκευές	3	1,8%
Υπηρεσίες	45	26,8%
Υγεία	21	12,5%
Εμπόριο	18	10,7%
Εκπαίδευση	14	8,3%
Τουρισμός	22	13,1%
Άλλος	40	23,8%
Ερώτηση 8		
Μόνιμη απασχόληση	121	72%
Προσωρινή απασχόληση	47	28%
Ερώτηση 9		
Λιγότερο από 1 έτος	47	28%
1-5 έτη	87	51,8%
6-15 έτη	13	7,7%
16-25 έτη	10	6%
26-35 έτη	6	3,6%
Περισσότερο από 35 έτη	5	3%
Ερώτηση 10		
Λιγότερο από 500 ευρώ	14	8,3%
500-1000 ευρώ	86	51,2%
1001-1500 ευρώ	52	31%
1501-2000 ευρώ	10	6%
2001-2500 ευρώ	2	1,2%
2501-3000 ευρώ	1	0,6%
Άνω των 3000 ευρώ	3	1,8%
Ερώτηση 11		
Μέσα κοινωνικής δικτύωσης	76	45,2%
Συνεργάτες	74	44%
Διάλλειμα	27	16,1%
Τηλεφωνήματα/Μηνύματα	87	51,8%
Άλλος	22	13,1%
Ερώτηση 12		
Ναι	129	76,8%
Όχι	39	23,2%
Ερώτηση 13		
Δεν ξέρω πως λειτουργούν	5	12,8%
Δεν έχω χρόνο	11	28,2%
Το θεωρώ σπατάλη χρόνου	7	17,9%
Προσωπικοί λόγοι	1	2,6%
Απαγορεύεται από την επιχείρηση που εργάζομαι	15	38,5%

Άλλα	0	0%
Ερώτηση 14	128	76,2%
Εργασία	70	54,7%
Σπίτι	85	66,4%
Καφετέρια	51	39,8%
Δημόσιος χώρος	44	34,4%
Κινητό	111	86,7%
Άλλού	6	4,7%
Ερώτηση 15	129	76,8%
Facebook	107	82,9%
Twitter	3	2,3%
LinkedIn	8	6,2%
YouTube	60	46,5%
Instagram	86	66,7%
Snapchat	4	3,1%
Άλλα	25	19,4%
Ερώτηση 16	127	75,6%
Καθημερινώς	101	79,5%
1 φορά/βδομάδα	1	0,8%
3 φορές/βδομάδα	3	2,4%
Τυχαία χρήση	22	17,3%
Ερώτηση 17	128	76,2%
1-30 λεπτά	66	51,6%
31-60 λεπτά	34	26,6%
61-90 λεπτά	15	11,7%
91-120 λεπτά	2	1,6%
>120 λεπτά	11	8,6%
Ερώτηση 18	128	76,2%
Λιγότερο από 1 χρόνο	2	1,6%
1-2 χρόνια	4	3,1%
2-3 χρόνια	9	7%
3-4 χρόνια	13	10,2%
4-5 χρόνια	13	10,2%
Περισσότερο από 5 χρόνια	87	68%
Ερώτηση 19	128	76,2%
Προσωπικούς σκοπούς	32	25%
Εργασιακούς σκοπούς	8	6,2%
Προσωπικούς και εργασιακούς σκοπούς	88	68,8%
Ερώτηση 20	128	76,2%
Διαλλείματος	52	40,6%
Χρόνου εργασίας	14	10,9%
Διαλλείματος και χρόνου εργασίας	62	48,4%
Ερώτηση 21	168	100%
Ναι	120	71,4%
Όχι	48	28,6%

Ερώτηση 22	119	70,8%
Θετικά	39	32,8%
Αρνητικά	80	67,2%
Ερώτηση 23	168	100%
Ναι	79	47%
Όχι	89	53%
Ερώτηση 24	168	100%
Ναι	123	73,2%
Όχι	45	26,8%
Ερώτηση 25	168	100%
Ναι	87	51,8%
Όχι	81	48,2%
Ερώτηση 26	168	100%
Ναι	103	61,3%
Όχι	65	38,7%
Ερώτηση 27	168	100%
Δημιουργία εμπορικού σήματος και προσέλκυση πελατών	120	71,4%
Εκπαίδευση προσωπικού	72	42,9%
Διαφήμιση/Δημιουργία εκδηλώσεων	118	70,2%
Ενθάρρυνση σχέσεων και συνεργασίας μεταξύ εργαζομένων	68	40,5%
Αξιολόγηση υποψηφίων κατά την διαδικασία πρόσληψης	36	21,4%
Άλλο	13	7,7%

Παράρτημα Β

Ερωτηματολόγιο

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Όνομα φοιτήτριας: Μαρίνα Βασιλείου

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στα πλαίσια εκπόνησης της μεταπτυχιακής διατριβής 'Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού Στην Σύγχρονη Εποχή Και Πως η Ανεξέλεγκτη Χρήση Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης Εντός Του Χώρου Εργασίας Επηρεάζει Την Παραγωγικότητα Των Εργαζομένων' στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα Διοίκηση, Τεχνολογία, Ποιότητα του Ανοικτού Πανεπιστήμιου Κύπρου.

Σκοπός της έρευνας είναι να αποτυπώσει την εικόνα σχετικά με το πώς η ανεξέλεγκτη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης εντός του χώρου εργασίας επηρεάζει την παραγωγικότητα των εργαζομένων.

* Απαιτείται

A. Δημογραφικά στοιχεία:

Παρακαλώ συμπληρώστε ότι ισχύει για εσάς:

1. Φύλο: *

- Άντρας
- Γυναίκα

2. Ηλικία: *

- Κάτω των 25 ετών
- 25-35 ετών
- 36-45 ετών
- 46-55 ετών
- Άνω των 55 ετών

3. Οικογενειακή κατάσταση: *

- Παντρεμένος/η
- Διαζευγμένος/η
- Ανύπαντρος/η
- Χήρος/α

4. Επίπεδο μόρφωσης: *

- Πρωτοβάθμια εκπαίδευση
- Δευτεροβάθμια εκπαίδευση
- Δίπλωμα
- Πτυχία
- Μεταπτυχιακό
- Διδακτορικό

B) Στοιχεία σχετικά με την εργασία σας:

Παρακαλώ συμπληρώστε ότι ισχύει για εσάς:

5. Επαρχία εργασίας: *

- Λευκωσία
- Λάρνακα
- Λεμεσός
- Πάφος
- Αμμόχωστος
- Κερύνεια

6. Τομέας εργασίας: *

- Δημόσιος/α υπάλληλος
- Ιδιωτικός/η υπάλληλος σε κυπριακή επιχείρηση
- Ιδιωτικός/η υπάλληλος σε ξένη επιχείρηση
- Ελεύθερος/η επαγγελματίας

7. Τομέας απασχόλησης: *

- Βιομηχανία
- Κατασκευές
- Υπηρεσίες
- Υγεία
- Εμπόριο
- Εκπαίδευση
- Τουρισμός
- Άλλος

8. Συμβόλαιο εργασίας: *

- Μόνιμη απασχόληση
- Προσωρινή απασχόληση

9. Χρονικό διάστημα εργασίας: *

- Λιγότερο από 1 έτος
- 1-5 έτη
- 6-15 έτη
- 16-25 έτη
- 26-35 έτη
- Περισσότερο από 35 ετή

10. Μηνιαίο εισόδημα σε ευρώ: *

- Λιγότερο από 500 ευρώ
- 500-1000 ευρώ
- 1001-1500 ευρώ
- 1501-2000 ευρώ
- 2001-2500 ευρώ
- 2501-3000 ευρώ
- Άνω των 3000 ευρώ

11. Παράγοντες που σας αποσπούν την προσοχή στην εργασία:

*

(Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερο από μια επιλογές)

- Μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Συνεργάτες
- Διάλλειμα
- Τηλεφωνήματα/Μηνύματα
- Άλλος

Γ) Ερωτήσεις για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης:

Παρακαλώ συμπληρώστε ότι ισχύει για εσάς:

12. Χρησιμοποιείται μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην εργασία; *

- Ναι
- Όχι

ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΡΝΗΤΙΚΗΣ ΑΠΑΝΤΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΡΩΤΗΣΗ 12 ΠΑΡΑΚΑΛΩ ΑΠΑΝΤΗΣΤΕ ΣΤΗΝ ΕΡΩΤΗΣΗ 13 ΚΑΙ ΑΚΟΛΟΥΘΩΣ ΠΡΟΧΩΡΗΣΤΕ ΣΤΙΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ 21-27

13. Ποιος είναι ο λόγος που δεν χρησιμοποιείται μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην εργασία;

- Δεν ξέρω πως λειτουργούν
- Δεν έχω χρόνο
- Το θεωρώ σπατάλη χρόνου
- Προσωπικοί λόγοι
- Απαγορεύεται από την επιχείρηση που εργάζομαι
- Άλλα

14. Από πού έχετε συνήθως πρόσβαση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

(Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερο από μια επιλογές)

- Εργασία
- Σπίτι
- Καφετέρια
- Δημόσιος χώρος
- Κινητό
- Άλλου

15. Ποια είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιείται περισσότερο στην εργασία;

(Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερο από μια επιλογές)

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- Instagram
- Snapchat
- Άλλα

16. Συχνότητα χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην εργασία:

- Καθημερινώς
- 1 φορά/βδομάδα
- 3 φορές/βδομάδα
- Τυχαία χρήση

17.Συνολικός χρόνος που αφιερώνεται κατά την χρήση στην εργασία:

- 1-30 λεπτά
- 31-60 λεπτά
- 61-90 λεπτά
- 91-120 λεπτά
- >120 λεπτά

18. Περίοδος συμμετοχής στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης:

- Λιγότερο από 1 χρόνο
- 1-2 χρόνια
- 2-3 χρόνια
- 3-4 χρόνια
- 4-5 χρόνια
- Περισσότερο από 5 χρόνια

19. Σκοπός χρήσης τους στην εργασία:

- Προσωπικούς σκοπούς
- Εργασιακούς σκοπούς
- Προσωπικούς και εργασιακούς σκοπούς

20. Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην εργασία γίνεται κυρίως κατά την διάρκεια του:

- Διαλλείματος
- Χρόνου εργασίας
- Διαλλείματος και χρόνου εργασίας

21. Θεωρείται ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν την παραγωγικότητα; *

- Ναι
- Όχι

22. Αν ναι, Θεωρείται ότι επηρεάζουν αρνητικά ή θετικά την παραγωγικότητα;

- Θετικά
- Αρνητικά

23. Εκεί όπου εργάζεστε υπάρχουν πολιτικές για την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης; *

Ναι

Όχι

24. Θεωρείται ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιλύουν θέματα σχετικά με την εργασία; *

Ναι

Όχι

25. Θεωρείται ότι οι επιχειρήσεις υποτιμούν τα οφέλη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης; *

Ναι

Όχι

26. Θεωρείται ότι μπορείτε να πραγματοποιήσετε την δουλειά σας καλύτερα εάν οι επιχειρήσεις υποστήριζαν την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης; *

Ναι

Όχι

27. Πως θεωρείται ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βοηθούν μια επιχείρηση; *

(Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερο από μια επιλογές)

Δημιουργία εμπορικού σήματος και προσέλκυση πελατών

Εκπαίδευση προσωπικού

Διαφήμιση/δημιουργία εκδηλώσεων

Ενθάρρυνση σχέσεων και συνεργασίας μεταξύ εργαζομένων

Αξιολόγηση υποψηφίων κατά την διαδικασία πρόσληψης

Άλλο