

Sajtóközlemény

2020 október

A vállalatvezetők többsége önáltató a cég belső kommunikáció kapcsán

A hazai cégvezetők legtöbbször ideálisnak gondolja, viszont nem méri és nem is digitalizálja alkalmazottjaival kapcsolatos kommunikációját

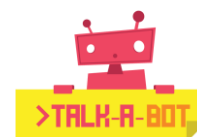
(Budapest, 2020. október 19.) **Az idei Covid-19 járvány okozta gazdasági problémák ellenére a hazai vállalatvezetők zöme még mindig nem investál eleget a belső kommunikáció mérésébe és digitális fejlesztésébe. A 2020-as koronavírus járvány idejére eső, a Kopint-Tárki Konjunktúrakutató Intézet és a Talk-A-Bot közös felsővezetői kutatása szerint a hazai cégvezetők mindössze 30%-a nyitott a munkavállalókkal kapcsolatos kommunikáció digitalizációjára, a többség szerint a vezetői üzenetek torzítás nélkül, rendben eljutnak a fizikai dolgozókhöz is – kivéve persze, ha azok szabadságon, táppénzen, vagy pihenőnapon vannak. A kutatás szerint az intenzívebb vezetői kommunikációt tapasztaló irodai alkalmazottak sokkal elégedettebbek a céges belső kommunikációval, mint a nem irodai dolgozók.**

2020. nyarán a Kopint-Tárki Konjunktúrakutató Intézet és a Talk-A-Bot közös felmérést végzett 100 db (150 főnél több munkavállalót foglalkoztató) cégvezető körében a belső vállalati kommunikáció használatáról, az ezzel kapcsolatos vezetői véleményekről. A telefonos kérdőíves lekérdezés (CATI) eredménye azt mutatja, hogy a vezetők zöme elégedett saját cége belső kommunikációjával, véleményük szerint a vezetői üzenetek még ebben a sok bizonytalanságot hozó, érzékeny időszakban is torzítástól mentesen jutnak el az alkalmazottakhoz.

A megkérdezett vállalatvezetők elégedettek a cégükönél levő kétirányú információáramlással, de kiderült, hogy nincsen elegendő és megfelelő technikai eszközük és mérni sem tudják a folyamatot. A cégvezetők pontosan látják azt is, hogy a proaktív és rendszeres kommunikáció mennyire fontos lenne a munkavállalók elégedettsége érdekében, valamint, hogy az ehhez szükséges idő és erőforrás nem lenne túl sok, mégis kevésbé nyitottak az e célt szolgáló interaktív megoldásokra.

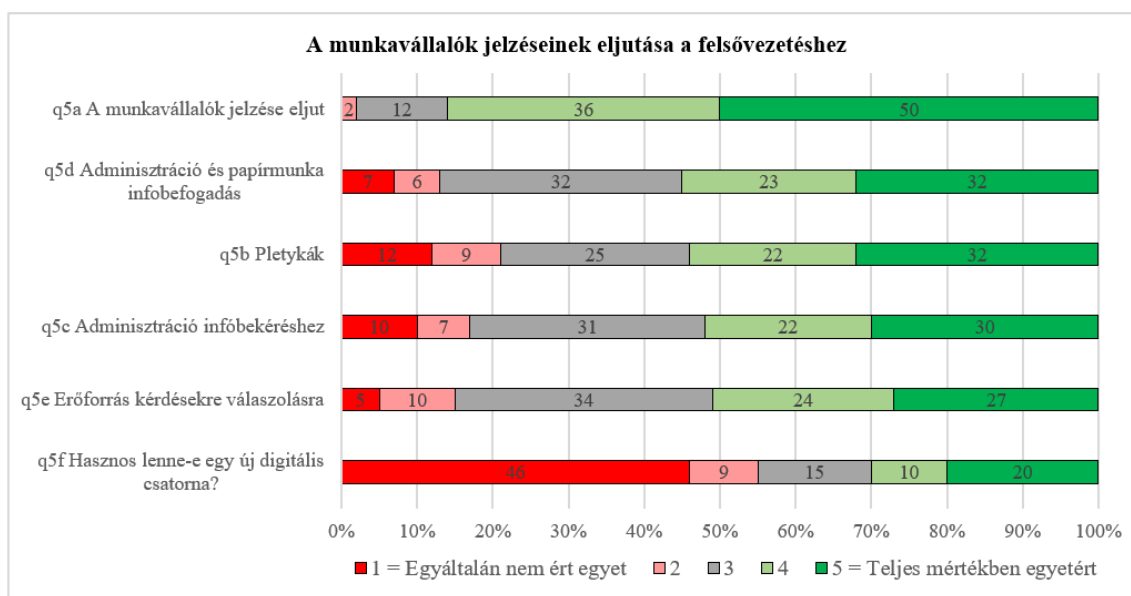
„Az idei év az oktatás és a közigazgatás gőzerővel történő digitalizációját hozta, teljes ágazatok állították át irodai működésüket home office-ra, azonban úgy tűnik, még a versenyszférában is jelentős azon vállalatvezetők aránya, akik szerint nincs teendő a cégek belső digitalizációja terén.” – mondta Deliága Ákos, a Talk-A-Bot ügyvezető igazgatója.

„A rendkívüli helyzetre, például a home office elrendelésére nem igazán voltak felkészülve a megkérdezett vállalatok kommunikációs szempontból, a magas irodai alkalmazotti és mobiltelefon aránnyal rendelkező cégek is csak közepesen rendelkeztek az ilyen helyzetekre szolgáló csatornákkal.” – értékelte a kutatás egyik legfontosabb tanulságát Dr. Palócz Éva, a Kopint-Tárki Konjunktúrakutató Intézet vezérigazgatója.



Vezetői önvallomás: „jól csináljuk”

Meglepetésre, a megkérdezett vállalatvezetők megfelelően hatékonynak tartják a belső kommunikációs eszközeiket, amelyekkel eljuttatják felsővezetői üzeneteiket az irodai alkalmazottakhoz. Különösen azoknál a vállalatoknál van ez így, ahol az irodai dolgozók aránya magasabb (20% feletti), illetve a céges mobiltelefon ellátottság is arányaiban magasabb. Ugyanakkor, ha a nem-irodai alkalmazottakhoz szeretnének szólni, már nem tartják elég hatékonynak a rendelkezésre álló kommunikációs eszközeiket, annak ellenére, hogy a válaszadók 80%-a szerint a vezetői üzeneteik változtatásoktól mentesen eljutnak a munkavállalók széles tömegeihez, különösen ott, ahol arányaiban magas a nem irodai dolgozók száma a vállalatnál.

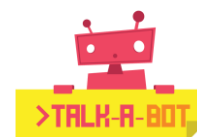


A megkérdezett cégvezetők 86%-a szerint a munkavállalókat foglalkoztató témák, kérdések maradéktalanul eljutnak a felsővezetéshez, különösen azon vállalatoknál, ahol 80% vagy afeletti a nem-irodai alkalmazottak aránya.

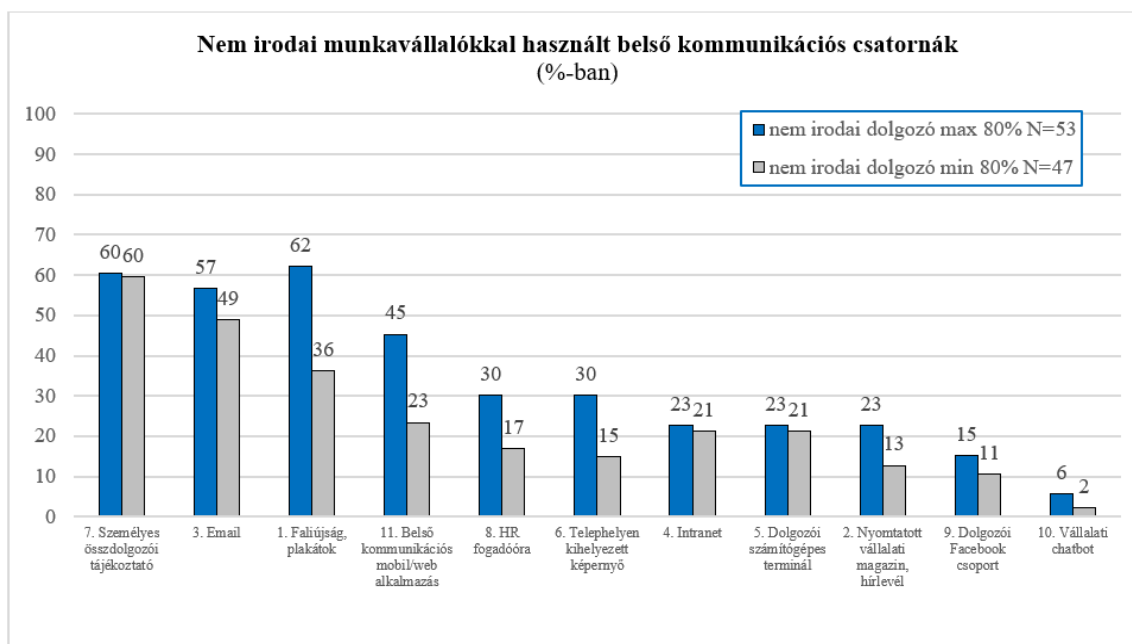
A cégvezetők több, mint fele nem tudott dolgozók közötti alaptalan pletykákról a cég működésével kapcsolatban, különösen a sok fizikai munkást alkalmazó vállalatok vezetői adták ezt a visszajelzést. Összességében csak a megkérdezettek 12%-a szerint fordult ilyesmi gyakran elő.

Fizikai munkásokkal: személyesen

A felmérés rámutatott, hogy a nem irodai munkakörben dolgozók esetében – a megkérdezett cégvezetők szerint - a leggyakrabban használt kommunikációs csatornák a mai napig a személyes összdolgozói tájékoztatók, az email és a faliújság/plakátok voltak. Ugyanakkor azoknál a vállalatoknál, ahol 80% vagy annál nagyobb volt a nem irodai alkalmazottak száma, sokkal kevésbé használták az emailt és a faliújságot, és úgy általában, sokkal kevésbé kommunikáltak. Bármilyen más fajta kommunikációs csatorna használata kisebb volt körükben.



Mindemellett fontos látni, hogy például a vírushelyzet okozta gyakori munkarendváltást és szabályváltozásokat faliújságokkal nehéz lekövetni.



„A hazai vállalatvezetőknek nagy utat kell még megtenniük a belső kommunikáció napi dinamikus felhasználása, valamint az ezzel kapcsolatos mérhetőség irányába. E célt tudja szolgálni a vállalatok belső kommunikációjának digitális átállása, mely kapcsán jócskán van még fejlődni valója a hazai versenyszférának is.” – foglalta össze Deliága Ákos a kutatás mondanivalóját.

A kutatás:

A megkérdezettek 29%-a 150-300 fő közötti, 49%-a kb. 300 fős, 22%-a 300 fő feletti munkavállalói létszámú vállalat vezetője volt. A megkérdezettek iparági eloszlása: 87% feldolgozóipar, 9% kereskedelem, 4% logisztika. A nem reprezentatív felmérésben területi megoszlást tekintve, Magyarország összes megyéje képviselve volt.