

VPLIV EPIDEMIJE NA INTERNO KOMUNICIRANJE V DRUŽBI ZA AVTOCESTE V REPUBLIKI SLOVENIJI

Avtorica: Metka Špende

Visoka šola za poslovne vede, Tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi (1. stopnja)

Povzetek

Epidemija koronavirusa se je hitro prikradla v naša življenja, s tem pa se je bistveno spremenil način našega življenja, predvsem so se spremembe pojavile na poslovnem področju. V članku bosta predstavljena interno komuniciranje in raziskava: čemu ga organizacije uporabljajo in s kakšnimi nameni. Predstavljeno bo tudi, kako se je to področje prakse odnosov z javnostmi in internega komuniciranja obnašalo v času epidemije koronavirusa.

Ključne besede: interno komuniciranje, epidemija, koronavirus, komunikacijski kanali in orodja, digitalno okolje.

Uvod

Interno komuniciranje je uveljavljena praksa odnosov z javnostmi; različne organizacije ga različno prakticirajo. Interno komuniciranje se ukvarja z vzajemno interakcijo in odnosi na delovnem mestu med vodstvenimi in zaposlenimi ter med zaposlenimi med seboj. Cilj je zgraditi ter ohraniti zdrave in pozitivne odnose med zaposlenimi, kar ugodno vpliva na uspešnost organizacije, na njeno delovanje, na podobo, tudi ugled. Z internim komuniciranjem obveščamo, prepričujemo, motiviramo in gradimo odnose oziroma vzajemno razumevanje med zaposlenimi. Lahko bi rekli, da je ta vrsta komuniciranja pogoj za delovanje katerekoli organizacije.

V letu 2020 je epidemija koronavirusa spremenila načine in oblike življenja ter dela na vseh področjih, zlasti v internem komuniciranju. Strokovnjaki ugotavljajo (Ašanin Gole, 2021), da je prispevala k povečani uporabi internega komuniciranja v praksi, kar se kaže v spremenjenih vlogah, ciljih in novih komunikacijskih pristopih. Način poslovanja in komuniciranja se je preselil v digitalno okolje, stiki med zaposlenimi so bili omejeni. Spremembe sem na delovnem občutila tudi sama, zato so se raziskovalna vprašanja ponujala kar sama:

- Kako sta se zaradi epidemije koronavirusa spremenila vloga in pomen internega komuniciranja v DARS?
- Kako se je zaradi epidemije koronavirusa spremenil obseg internega komuniciranja?
- Kako so se zaradi epidemije koronavirusa spremenili kanali in orodja internega komuniciranja?
- Katera komunikacijska orodja so zaposleni najpogosteje uporabljali in zakaj?

Do odgovorov smo se prebili skozi različne metode proučevanja, prebiranja literature, izvajanja ankete med zaposlenimi v DARS ter preko intervjujev z vodstvom podjetja. Prišli smo do

zanimivih ugotovitev sprememb internega komuniciranja, njegovega pomena, uporabe kanalov in orodij, ki jih je s sabo prinesel pojav epidemije.

Vpliv epidemije koronavirusa na komuniciranje in poslovanje

Vpliv epidemije koronavirusa na komuniciranje je ogromen in predstavlja popolnoma nov izziv na tem področju. Ljudje se organiziramo s pomočjo komuniciranja in le tako lahko delujemo kolektivno. Vendar pa je epidemija prinesla kar nekaj sprememb in posledic, zlasti na interno komuniciranje. Ker pri nas ni bilo na voljo podatkov iz domačih raziskav, sem bistvene spremembe, ki so vplivale na poslovanje in komuniciranje povzela iz tujih virov (Edelman Holdings Inc., 2021). Te so:

- Več ljudi, kot kadar koli prej, je pričelo delati od doma. Ob tako hitri razširitvi koronavirusa so se dogajale tudi hitre, nenadne spremembe glede opravljanja dela, načina vsakdanjega življenja, predvsem pa so bile najbolj izrazite spremembe na zdravstvenem področju.
- Vodstvo podjetja je postalo najbolj verodostojen vir informacij, informacije so morale biti pravočasne in ustrezne.
- V organizacijah je prevladala skrb za varnost in dobro počutje.
- Naenkrat se je pojavil občutek, da ni pomembno le, kaj služba za komuniciranje sporoča, ampak kaj bodo zaposleni slišali in kako bodo sporočila razumeli.
- Komuniciranje z zaposlenimi je na prvem mestu in mora biti dovolj pogosto.
- Napačno komuniciranje lahko vzbudi dvome in strah.
- Način komuniciranja se je preselil v digitalno okolje.

Raziskave (Mumel, 2006) so potrdile, da je interno komuniciranje v vsaki organizaciji izredno pomembno, a so ga pogosto odrivali na stran in se bolj posvečali komuniciranju z množičnimi mediji in drugimi strateškimi javnostmi. Velika sprememba je, da se je interno komuniciranje večinoma preselilo v digitalno okolje, razen pri zaposlenih, ki pri svojem delu ne uporabljajo računalnikov. V mnogih organizacijah se je porodilo kar nekaj kreativnih idej, ki so izboljšale komuniciranje z zaposlenimi, seveda pa iz vsega skupaj lahko sklepamo, da se fizičnega dela vendarle ne da kar tako nadomestiti z digitalizacijo, nam je pa seveda lahko v veliko pomoč pri reševanju marsikatere krize.

Organizacije s svojimi zaposlenimi komunicirajo preko vrsto različnih kanalov – najpogostejši so predstavljeni v spodnji sliki.

Izobraževanja za zaposlene **Ankete o zadovoljstvu zaposlenih**
Obhodi direktorja med zaposlenimi **Interna pošta**
Oglasne table **Intranet**
Dogodki **Video konference** **Elektronska pošta**
Sestanki, kolegiji, viharjenje možganov (brainstorming)
Interni radio **Odprta telefonska linija**
Interni časopis in revije **Nabiralnik predlogov zaposlenih**

Slika 61: Komunikacijski kanali (Špende, 2021).

Interno komuniciranje v družbi za avtoceste v republiki Sloveniji in soočanje z epidemijo

Družba za avtoceste v Republiki Sloveniji (DARS, 2021) pri internem komuniciranju uporablja večino zgoraj navedenih kanalov, saj ima na tem področju poseben izziv. DARS je namreč razpršen po celotni Sloveniji, kar prikazuje spodnja slika, zato je komuniciranje med zaposlenimi še posebej oteženo.



Slika 62: Razpršenost DARS (Špende, 2021).

Družba za avtoceste v Republiki Sloveniji, z gradnjo, upravljanjem in vzdrževanjem avtocest in hitrih cest povezuje, kot omenjeno, celotno Slovenijo. Ustanovljena je bila 7. decembra 1993 kot koncesionar upravljavec in vzdrževalec slovenskega avtocestnega omrežja in omrežja hitrih cest (DARS, 2021).

Glavne dejavnosti organizacije so cestninjenje, vzdrževanje, upravljanje ter investicije in obnove. DARS upravlja 1243 km smernih vozišč, 129 priključkov, 12 razcepov v dolžini 163 km, 35 km ostalih cest. V družbi deluje tudi Prometno-informacijski center, katerega naloga je redno (24 urno) obveščanje uporabnikov ter redno posodabljanje podatkov o stanjih na vozišču.

Sprememb, ki so se v času epidemije koronavirusa zgodile v DARS, je bilo veliko. Pričelo se je delo na daljavo za vse zaposlene, ki pri svojem delu uporabljajo računalnik. Ponekod se je delo razdelilo po skupinah, v izogib prenosu virusa na vse zaposlene na istem področju oziroma v isti pisarni.

V času epidemije koronavirusa je družba kot novo orodje pričela tudi z uporabljati Microsoft Teams, preko katerega so se in se še danes izvajajo sestanki, srečanja, druženja. Na področju komuniciranja so kot novost uvedli bilten *Darsman (DARS. Interni intervju, 2021)*, v katerem so zaposlene pozivali in ozaveščali o odgovornem in varnem ravnanju pri njihovem delu.

Zaposleni so bili s strani službe za komuniciranje in službe za varnost in zdravje pri delu pravočasno obveščeni o vseh preventivnih ukrepih. DARS je v času epidemije koronavirusa nudil strokovno pomoč vsem zaposlenim, ki so se v tem času srečali z osebno stisko.

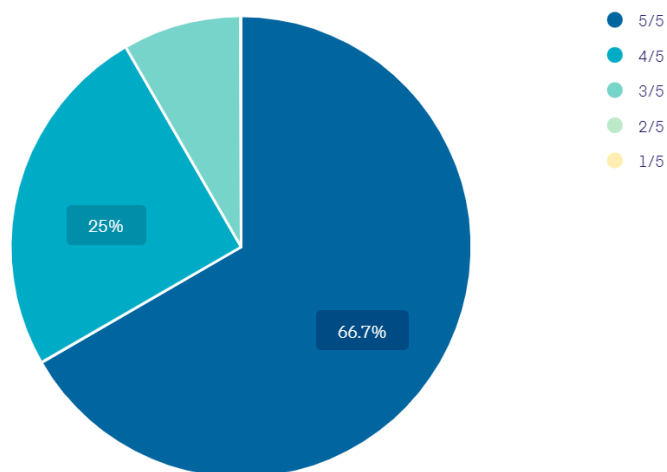
Metodološki del

Instrument raziskave je bil spletni vprašalnik, ki je bil posredovan skupno 410 zaposlenim, nanj pa je odgovorilo 163 zaposlenih, kar predstavlja 40% vprašanih. Anketo so izpolnjevali zaposleni s področja uprave, poslovnega področja, področja financ, računovodstva in nabave, področja upravljanja, področja cestninjenja, področja vzdrževanja ter področja za organizacijo gradenj in obnov. Spletni vprašalnik je bil pripravljen v spletnem programu Survio, ki omogoča tudi grafično predstavitev dobljenih rezultatov, zato smo rezultate črpali in obdelovali znotraj programa. Vprašalnik je vseboval 6 raziskovalnih vprašanj in 4 vprašanja s področja zaposlitve, spola, starosti.

V naslednjem delu se bomo osredotočili na bistvene ugotovitve raziskave, ki jih je podala anketa.

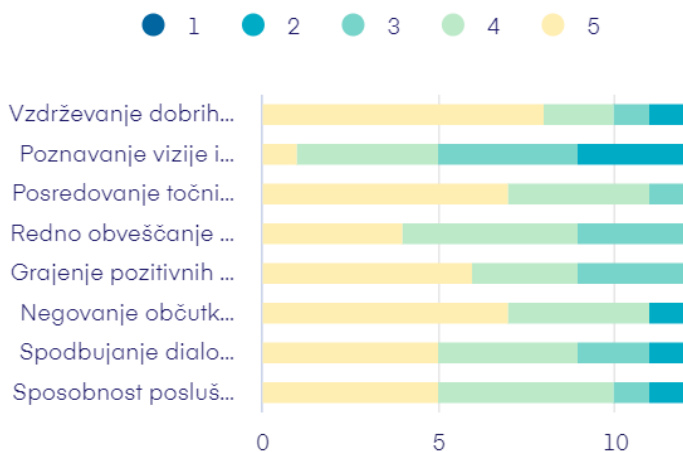
Rezultati in ugotovitve

Po rezultatih ankete med zaposlenimi na področju komuniciranja smo ugotovili, da se je obseg komuniciranja v času epidemije koronavirusa še povečal, interno komuniciranje je dobilo še večjo vlogo in pomen, saj so morali bolj intenzivno obveščati zaposlene, hkrati pa so jih morali tudi motivirati in spodbujati. Podrobnosti prikazuje Slika 3.



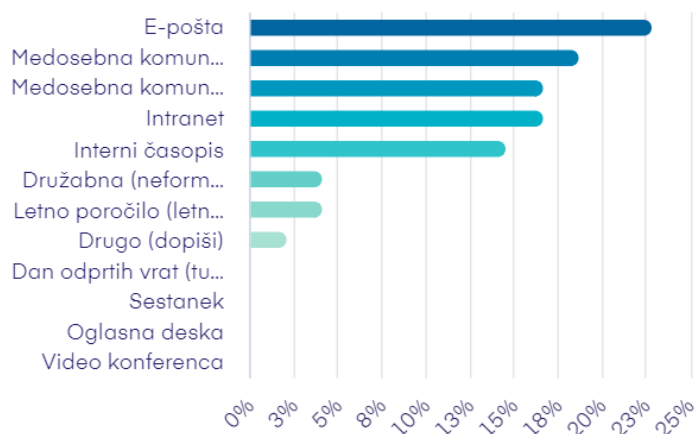
Slika 63: Vloga in pomen IK. 1-nepomembno, 5-zelo pomembno (Špende, 2021).

Prav tako smo ugotovili, da so bili najpomembnejši cilji internega komuniciranja, v očeh zaposlenih, vzdrževanje dobrih medsebojnih odnosov, poznavanje ciljev in vizije družbe, posredovanje točnih informacij glede nadaljnega poslovanja ter redno obveščanje o spremembah. Slika 4 prikazuje torej najpomembnejše cilje internega komuniciranja po mnenju zaposlenih.



Slika 64: Najpomembnejši cilji IK za zaposlene (Špende, 2021).

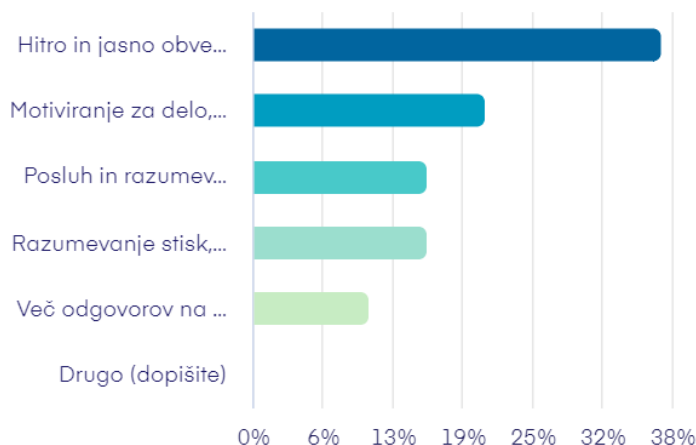
Spodnja slika 5 prikazuje, da so zaposleni v času epidemije do informacij prihajali predvsem preko digitalnih kanalov; elektronske pošte, medosebne digitalne komunikacije in intranetne strani. Pred epidemijo pa so se posluževali tudi obveščanje preko oglasne deske ter medosebnega komuniciranja v živo.



Slika 65: Kanali, ki so jih zaposleni uporabljali v času epidemije (Špende, 2021).

Ne glede na epidemiološko krizo, si vodstvo v DARS prizadeva, da bi zaposlenim nudili več informacij glede poslovanja družbe, njenih ciljev in več dejavnosti na področju grajenja pripadnosti podjetju. V času krize so pokazali korekten odnos do zaposlenih ter jih redno obveščali o novih ukrepih.

Zaposleni so kljub vsemu, po rezultatih ankete sodeč, pogrešali razumevanje vodstva. Prav tako pa hitro in bolj jasno obveščanje ter motiviranje za delo, zlasti tistih, ki so ga opravljali na daljavo. Rezultate prikazuje slika 6.



Slika 66: Pomanjkljivosti, ki so jih v času epidemije izrazili zaposleni (Špende, 2021).

Zaključek

Glede na napredek tehnologije in s tem prenasičenosti z informacijami, mora družba s svojim internim komuniciranjem na jasn in preprost način zadovoljiti potrebe posameznika, saj nenazadnje posamezniki sestavljajo prav vsako družbo.

Vloga in pomen internega komuniciranja sta se v času epidemije v DARS torej izkazala kot izredno pomembna, saj so zaposleni preko objav na intranetu, elektronske pošte in drugih oblik izvedeli točne informacije glede dela in aktualnih ukrepov za zaježitev koronavirusa. V času epidemije koronavirusa se je obseg internega komuniciranja povečal, saj je bilo potrebno sproti obveščanje zaposlenih, prav tako pa intenzivno sodelovanje s službo za zdravje in varstvo pri delu, da so zaposlene s skupnimi močmi usmerjali in jih zaščitili. Kanali in orodja so se preselili v digitalno okolje, to je družbi predstavljalo še večji izziv. Ta način komuniciranja se uporablja še danes.

DARS pa se ob vseh spremembah, ki jih je prinesla epidemija, še danes sooča z raznimi novostmi. Ena večjih sprememb, ki smo je bili deležni v zadnjem letu, je razvijanje nove programske opreme, ki bo posledično prinesla digitalizacijo v podjetje, kar bo ponovno spremenilo poslovanje in načine internega komuniciranja. Uveljavlja se nov dokumentni sistem, ki bo postopoma nadomestil dosedanjega. S tem vstopamo v obdobje digitalizacije, ki ga je zagotovo pospešila epidemija.

Verjamem, da digitalizacija ne more nadomestiti osebnega stika, ne v zasebnem življenju in tudi ne pri opravljanju dela, je pa izrednega pomena, sploh v času, ko se srečamo s krizo, kakršno je prinesla epidemija koronavirusa.

Viri in literatura

Ašanin Gole, P. Učinkovito interno komuniciranje v času pandemije. Doba znanja. Pridobljeno na: <https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/vis-pred-pedja-asanin-gole-ucinkovito-interno-komuniciranje-v-casu-pandemije>. (September 2021).

Edelman Holdings Inc. (2021). The Edelman Trust Barometer Special Report. Edelman trust barometer special report on covid 19. Pridobljeno na: <https://www.edelman.com/research/edelman-trust-covid-19-demonstrates-essential-role-of-private-sector>. (September 2021).

DARS. Spletna stran. Družba za avtoceste v Republiki Sloveniji. Pridobljeno na: <https://www.dars.si/>. (September 2021).

Mumel, D. B. (2006). Uporaba instrumentov komuniciranja ter cilji internega komuniciranja v velikih in malih podjetjih v Sloveniji. Pridobljeno na: https://www.e-studij.eu/objekti/forum/2021-09/mumel_et_al__interno_komuniciranje.pdf (September 2021).

Špende, M. (2021). Vpliv epidemije na interno komuniciranje v Družbi za avtoceste v Republiki Sloveniji, Diplomsko delo. Visoka šola za poslovne vede, Ljubljana.

Zahvala

Iskreno se zahvaljujem mentorici gospe mag. Nadi Serajnik Sraka, ki mi je pri nastajanju članka nudila pomoč ter z vsem svojim strokovnim znanjem in predlagano literaturo obogatila delo.

Zahvaljujem se tudi organizaciji DARS, vsem sodelavcem in posebej službi za komuniciranje, ki so z literaturo, predlogi in izpolnjevanju ankete prispevali k nastanku članka.