

Komunikat prasowy

Kapitał społeczny dźwignią rozwoju polskiego biznesu

Wyniki badania „Problemy i wyzwania w organizacjach – znaczenie kapitału społecznego”, przeprowadzonego przez agencję IQS na zlecenie House of Skills, Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz Komitet Dialogu Społecznego KIG (KDS KIG) pokazały, że aż 95% ankieterowanych pracowników i menedżerów obserwuje w swoim miejscu pracy zjawiska, które mogą wiązać się z deficytem kapitału społecznego. Niedostatek m.in. zaufania, odpowiedzialności, współpracy, przepływu informacji i realizacji celów może zatem się okazać hamulcem rozwoju polskiej gospodarki lub jej dźwignią, uniemożliwiając bądź ułatwiając szybki pościg za gospodarkami rozwiniętych krajów Zachodu.

W jaki sposób zwiększyć i wykorzystać potencjał relacji społecznych i zaufania dyskutowali dziś eksperci i uczestnicy warsztatu „Kapitał społeczny. Koncept naukowy czy dźwignia wzrostu gospodarczego?”, zorganizowanego przez KDS KIG. W dyskusji podkreślano, że Polska staje się coraz bardziej innowacyjna i zaczyna napotykać bariery wzrostu charakterystyczne dla państw Europy Zachodniej. Na tym tle deficyt kapitału społecznego już teraz dla większości firm okazuje się problemem.

- W polskich firmach, które wzięły udział w badaniu, pracują dobrze wykształceni, doświadczeni ludzie. Natomiast wciąż brakuje otwartej komunikacji, zaufania i współpracy. Znów bowiem, dają o sobie znać kłopoty ze sztywną hierarchią władzy w organizacjach – ocenił wyniki badania Maciej Witucki, przewodniczący Komitetu Dialogu Społecznego KIG.

- W sierpniu 2017 roku zapytaliśmy pracowników i menedżerów polskich firm o trudności, z którymi mierzą się w swoich organizacjach. Ciekawiło nas, jak powszechnie występują zjawiska, które mogą być związane z niedostatkiem kapitału społecznego, czyli z brakiem przepływu informacji wewnątrz organizacji, z brakiem zaufania czy współpracy między zespołami – mówiła Ewa Kastory, Senior Partner w House of Skills, współtwórca i kierownik merytoryczny pierwszej w Polsce Szkoły Kapitału Społecznego. - Chcieliśmy dowiedzieć się, na ile negatywne zjawiska, świadczące o niskim poziomie kapitału społecznego doskwierają firmom oraz jak o nim mówią pracownicy i menedżerowie. Okazało się, że najistotniejszą bolączką jest brak przepływu informacji - wskazała ją aż 50% respondentów.

Twórcy badania zrezygnowali z zadawania pytań wprost o kapitał społeczny. Postanowili natomiast stworzyć kwestionariusz, zawierający opisy konkretnych działań, problemów lub sytuacji, występujących w organizacjach, które mogą świadczyć o niedostatecznym rozwoju tego kapitału.

- Kapitał społeczny wydaje się zagadnieniem trudno uchwytnym. Dopiero, gdy spojrzymy na przykłady działań, widzimy jak kluczowy jest to obszar w organizacji i dlatego warto i trzeba w niego inwestować – uważa Jacek Kowalski, ekspert KDS KIG, członek zarządu ds. zasobów ludzkich w Orange Polska. - W Orange przywiązujemy dużą wagę do wzmacniania kapitału społecznego. W różny sposób budujemy zaufanie i relacje ze swoimi pracownikami, klientami, czy kontrahentami, mając na uwadze korzyści wszystkich stron. Najważniejsze, aby działania wewnątrz i na zewnątrz organizacji były spójne.

- Kapitał społeczny jest siłą napędową wysoko rozwiniętych gospodarek i bardzo wyraźnie wiąże się z dobrobytem społeczeństw. Niestety w Polsce jego poziom jest niski. Zbliżamy się do momentu, w którym ten deficyt uniemożliwi nam dalszy, szybki rozwój gospodarczy. Dziś kwestia kapitału społecznego jest podnoszona głównie w publikacjach naukowych, a przecież ma on praktyczne, bezpośrednie przełożenie na biznes i otoczenie społeczne. Dlatego biznes i nauka muszą wspólnie wpłynąć na budowę kapitału społecznego i zwiększanie zaufania – powiedział prof. Krzysztof Jasiński z Centrum Europejskiego UW, ekspert KDS KIG.

Z badania wynika, że w firmach relacje międzyludzkie są coraz lepsze. W skali o 1 do 5, gdzie 1 oznacza „nie występuje” a 5 „występuje powszechnie”, jedynie 15% respondentów (4 i 5 na skali) wskazało, że w ich miejscu pracy ludzie się nie znają i nie ufają. Odmienne doświadczenia (1 i 2 na skali) miało natomiast aż 67% pracowników. Odrobinę gorzej wygląda sytuacja w przypadku atmosfery w pracy. Skarży się na nią 25% respondentów, a 58% jest z niej zadowolonych.

Trochę gorsze wyniki przynosi kolejna kategoria, czyli zaangażowanie w pracę. 28% respondentów uważa, że w ich przedsiębiorstwie pracownicy są zdemotywowani, przeciwnego zdania jest 41% badanych. Stosunek ten wynosi 41% do 38%, gdy chodzi o przedkładanie własnych celów nad cele firmy. Najgorsze statystyki dotyczą zarządzania i komunikacji w firmach. W większości przedsiębiorstw takie problemy jak brak przepływu informacji i dobrych praktyk, zakłócenia we współpracy między zespołami są powszechniejsze niż ich brak. Odpowiednio dla każdego z problemów: 41%-35%; 39%-37%; 40%-38%.

Część z działań naprawczych, podejmowanych w celu ograniczenia negatywnych zjawisk, wywołanych deficytami kapitału społecznego, sprawdza się dobrze. Dotyczy to szkoleń i programów rozwojowych, które były przeprowadzone w 40% ankietowanych firm, a 63% respondentów uważa je za skuteczne. Wyjazdy lub spotkania integracyjne organizuje się równie często (37%), ale ich skuteczność docenia tylko 48% badanych. Zdecydowanie niedocenianym sposobem rozwiązywania problemów pozostaje zmiana zakresu obowiązków pracowników lub zespołów. Aż 67% respondentów uważa ją za działanie skuteczne, ale została przeprowadzona tylko przez 27% firm.

Więcej na temat Komitetu Dialogu Społecznego KIG na stronie: www.dialogkig.pl

Kontakt: dialogkig@kig.pl