

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra řízení



Bakalářská práce

Vnitropodniková komunikace

Kristýna Čechová

© 2015 ČZU v Praze

Souhrn

Hlavním cílem předložené bakalářské práce je, prostřednictvím přímého rozhovoru s majitelem podniku a dotazníkového šetření mezi zaměstnanci, zhodnotit využívání komunikačních nástrojů v podniku, upozornit na nedostatky a navrhnout řešení pro zlepšení stávající vnitropodnikové komunikace v podniku. Bakalářská práce pojednává o vnitropodnikové komunikaci. Na základě studia odborné literatury se zaměřuje na teoretické poznatky, které se týkají komunikace jako takové a poté přímo na vnitropodnikovou komunikaci. Práce definuje model komunikace, formy a typy komunikace, komunikační bariéry a jejich odstranění. V části práce zaměřené na vnitropodnikovou komunikaci jsou řešeny funkce, formy, nástroje, problémy, cíle a zlepšování vnitropodnikové komunikace. Dále je vymezena zpětná vazba. Praktická část práce je zaměřená na zhodnocení vnitropodnikové komunikace na základě výsledků řízeného rozhovoru s majitelem podniku a dotazníkového šetření mezi zaměstnanci. Závěrem jsou předloženy návrhy na změnu současného stavu vnitropodnikové komunikace a nástrojů na její podporu ve vybraném podniku. Nedostatky byly zjištěny v kontrole zadaných úkolů majitelem, a proto byl navržen systém pracovních porad.

Klíčová slova: komunikace, vnitropodniková komunikace, komunikační nástroje, informace, zaměstnanci, majitel

Cíl práce

Hlavním cílem předložené bakalářské práce je prostřednictvím přímého rozhovoru s majitelem podniku a dotazníkového šetření mezi zaměstnanci, zhodnotit využívání komunikačních nástrojů uvnitř podniku, upozornit na nedostatky a navrhnout řešení pro zlepšení stávající vnitropodnikové komunikace ve firmě Optik Čech, s. r. o.

Metodika

Teoretická část práce zahrnuje zpracování literární rešerše na téma Vnitropodniková komunikace na základě studia odborné literatury. Praktická část zahrnuje analýzu nástrojů vnitropodnikové komunikace a následnou syntézu poznatků. Primární data pro zpracování praktické části bakalářské práce jsou získána prostřednictvím přímého rozhovoru a také z dotazníkového šetření.

V dotazníkovém šetření je požádáno 15 zaměstnanců firmy Optik Čech, s. r. o. k vyplnění on-line dotazníku (viz příloha 1), který jim byl elektronicky odeslán do e-mailové schránky. Průzkum vychází z teoretické části bakalářské práce, konkrétně z části komunikační nástroje. Průzkum zkoumá úroveň komunikace, vztahů a míru využití podnikových prostředků komunikace uvnitř firmy. Zaměstnanci byli obeznámeni s tím, že dotazník je schválen majitelem podniku, je anonymní, a že vyplnění dotazníku neohrozí jejich pracovní místo. Také byli informováni, že pravdivým vyplněním dotazníku a následným vyhodnocením přispějí ke zlepšení firemního prostředí. Dotazník je jednoduše zformulován, aby jeho vyplnění trvalo co nejméně času.

Přímý rozhovor s majitelem firmy Optik Čech, s. r. o. je uspořádán tak, aby vycházel z teoretické části bakalářské práce a také navazoval na dotazníkové šetření, které vyplňovali zaměstnanci podniku. Rozhovor zahrnuje oblasti formální komunikace, komunikačních nástrojů a vztahů na pracovišti. Veškeré zveřejněné informace a názory z rozhovoru jsou pravdivé a nezkreslené.

Závěr

Ve firmě Optik Čech s. r. o. pracují především ženy. Zaměstnanci jsou stálí, což přináší velkou výhodu firmě v jejich spolupráci a souhře. Nejvíce využívaným komunikačním nástrojem v podniku je telefonická komunikace a osobní rozhovor. I majiteli podniku tyto komunikace vyhovují. Velké množství zaměstnanců využívá nástěnky a šeptandu na pracovišti. Nástěnky však nemají žádný řád. V podniku se téměř nevyužívají pracovní porady, zaměstnanecké eventy, emaily a videokonference. Většina zaměstnanců by v podniku upřednostnila, pro předávání formálních informací v týmu, pracovní porady a telefonní komunikaci. Z předchozí otázky bylo zjištěno, že telefon v podniku využíván je. Z toho plyne, že je v souladu s upřednostňovaným komunikačním nástrojem. Naopak pracovní porady využívány téměř nejsou, ale přednost by jim dalo více jak polovina respondentů a také majitel podniku. Na pracovišti panují přátelské a korektní vztahy, jsou tedy na dobré úrovni. Také úroveň komunikace v podniku je hodnocena velmi dobře. Podle respondentů jsou hlavními bariérami podniku šíření nesprávných či nekompletních informací, informace nejsou podávány včas a nejsou správně interpretované sdělení. Z pohledu majitele je problémů více, ale hlavním například sdělení důležité informace všem zaměstnancům v průběhu pracovní doby a následná kontrola plnění úkolů. Nejčastější odpovědí respondentů ohledně přijímání nových návrhů a připomínek vedením, byla odpověď, že se návrhy a připomínky v podniku podporují, ale ve finále realizovány nejsou. Podle majitele si jejich návrh rád vyslechne a zhodnotí, jestli by byl přínosem. Avšak ne všechny návrhy jsou realizovatelné vzhledem k ekonomické náročnosti. Návrh zlepšení stávajícího řešení plyne z informací získaných v řízeném rozhovoru s majitelem Optiky a také z dotazníkového šetření mezi zaměstnanci. Tyto návrhy jsou vodítkem jak dosáhnout lepší úrovně vnitřní komunikace v podniku.

První návrh se týká pracovních porad. Je to komunikační nástroj, který by v podniku upřednostnila většina zaměstnanců a také majitel podniku. Pracovní porady jsou uskutečněny jen málokdy a navíc nepravidelně. Podle majitele jsou hlavními důvody časová zaneprázdněnost, ale jak přiznal i lenost. Jako řešení je navrženo zavedení pracovních porad na každý měsíc, vždy první týden v měsíci, v pondělí. Tento den nejvíce vyhovuje, protože se mohou naplánovat veškeré úkoly na celý měsíc dopředu. Schůze budou trvat 30 minut z důvodu krátkého časového intervalu mezi těmito poradami.

Pracovní doba většiny zaměstnanců začíná v 7:30 – 16:00 s půl hodinovou přestávkou na oběd, druhá směna začíná dvěma zaměstnancům od 9:30 – 18:00. Tyto směny se každý týden střídají. A proto zaměstnanci, kteří chodí na pozdější směnu si danou půlhodinu vynahradí dřívějším odchodem v následujícím týdnu, kdy budou mít kratší směnu. Z důvodu ranního nástupu všech zaměstnanců, je zvoleno konání porad ještě před otevírací dobou, tedy od 7:30 do 8:00. Pod vedením majitele bude hlavní náplní těchto schůzí, určení úkolů na celý měsíc dopředu, také zabývání se splněnými a rozpracovanými úkoly za předchozí měsíc. K chodu podniku se bude moci vyjádřit každý zaměstnanec.

Dále k vyřešení problému složité kontroly zadaných úkolů, díky které majitel ztrácí ucelený přehled, je navrženo vylepšení nástěnky, kterou jsou zaměstnanci zvyklí využívat pro svá interní sdělení a plánování pracovních směn. Nástěnka by byla rozdělena do tří sekcí. První sekce by obsahovala sepsané úkoly, krátkodobé i dlouhodobé, dohodnuté na pracovních poradách. Zaměstnanci je mohou mít stále na očích a kontrolovat jejich průběžné plnění. U každého úkolu by byla určena osoba nebo osoby, kterým je úkol zadán a také čas, do kdy musí být úkol splněn. Další sekce by sloužila pro průběžné zaznamenávání nápadů a připomínek ke zlepšení chodu firmy. Třetí sekce by obsahovala to, na co jsou již zaměstnanci při využívání nástěnky zvyklí, tedy vzkazy mezi zaměstnanci a plán pracovních směn. Nástěnka by byla propojená s nově zavedenými pracovními poradami, kde se analyzují splněné i ty rozpracované úkoly z nástěnky.

Seznam použitých zdrojů

HLOUŠKOVÁ, Ivana. Vnitrofiremní komunikace. Vyd. 1. Praha: Grada, 1998. 103 s. ISBN 80-7169-550-5.

HOLÁ, Jana. Interní komunikace ve firmě. Vyd. 1. Brno: Computer Press, ©2006. vi, 170 s. ISBN 80-251-1250-0.

MIKULÁŠTÍK, Milan. Komunikační dovednosti v praxi. Vyd. 1. Praha: Grada, 2003. 361 s. Manažer. ISBN 80-247-0650-4.

NOVÝ, Ivan a SCHROLL-MACHL, Sylvia. *Interkulturní komunikace v řízení a podnikání*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 1999. 183 s. ISBN 80-7261-009-0.

PALMER, Sally a WEAVER, Margaret. *Úloha informací v manažerském rozhodování*. 1. vyd. Praha: Grada, 2000. 166 s. Manažer. ISBN 80-7169-940-3.

VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2009. 319 s. ISBN 978-80-7367-387-1.

VYMĚTAL, Jan. *Průvodce úspěšnou komunikací: efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. 322 s. Manažer. Komunikace. ISBN 978-80-247-2614-4.