

**L' ANALISI DEL CLIMA AZIENDALE:
PRESUPPOSTI E OBIETTIVI**

- I dipendenti sono
 1. le **RISORSE UMANE** dell'azienda, che producono le idee e le azioni che sono necessarie ad attuare le strategie aziendali e quindi ad ottenere i risultati voluti
ma sono anche
 2. i **CLIENTI "INTERNI"** dell'azienda, poiché, in quanto persone, hanno bisogni materiali e psicologici che si attendono di poter soddisfare nel lavoro.

Il livello di soddisfazione di questi bisogni personali condiziona il rendimento delle risorse umane, e quindi la qualità delle idee e delle azioni prodotte.

- Così come le politiche commerciali più efficaci si fondano su una approfondita conoscenza dei clienti, allo stesso modo le più efficaci politiche delle risorse umane (assunzione, gestione, formazione, retribuzione, incentivazione, relazioni interne) richiedono **informazioni idonee**.

Queste informazioni, per qualità e quantità, devono essere proporzionate:

1. al numero, alla varietà, alla dislocazione dei dipendenti
e quindi
 2. alla varietà e alla complessità delle attese che essi hanno verso l'azienda.
- Per raccogliere queste informazioni può essere utile ricorrere periodicamente a strumenti di indagine approfondita, che non sostituiscono le correnti relazioni con il personale (colloqui, riunioni), ma che anzi consentono di meglio indirizzarle.

Gli strumenti di indagine approfondita sono particolarmente utili:

1. a seguito di ampliamento e di trasformazione dell'attività aziendale
2. a seguito di modifica nella composizione del personale
3. in vista di innovazioni nelle strategie aziendali.

Infatti la direzione aziendale, se vuole riuscire a governare i cambiamenti anche attraverso la condivisione e il consenso, deve conoscere i valori diffusi tra i dipendenti, le loro aspettative e le eventuali resistenze rispetto alle scelte strategiche.

- Gli strumenti di indagine, compatibili con il rispetto della riservatezza, sono:
 1. l'intervista individuale strutturata (cioè progettata con riferimento ai contenuti e ai metodi) a un campione di dipendenti;
 2. la discussione con gruppi di dipendenti, per approfondire alcuni temi prestabiliti;
 3. il questionario strutturato, progettato anche in base al risultato delle interviste e delle discussioni, che viene compilato da tutti i dipendenti in occasione di apposite riunioni.
- L'indagine consente di ottenere un rapporto sul "clima" aziendale, che consente di conoscere:
 - A. l'immagine dell'azienda tra i dipendenti e la valutazione delle politiche aziendali;
 - B. la qualità dei rapporti dei dipendenti con i capi, con i colleghi, con i clienti;
 - C. il concetto di "merito" prevalente;
 - D. il livello di diffusione delle informazioni;
 - E. le aspettative professionali delle diverse fasce del personale.