

Učinkovit intranet je cenejši

Nova raziskava kaže, da slovenska podjetja premalo pozornosti posvečajo učinkovitosti intraneta, s tem pa po nepotrebnem zapravljajo denar

DUNJA TURK

dunja.turk@finance-on.net

Velika večina izmed 150 podjetij, ki so sodelovala v raziskavi Akademije Panta Rei, ne spremlja statistike uporabe intraneta in ne meri njegove učinkovitosti.

Večina podjetij, sodelujočih v raziskavi, ki so jo opravili konec minulega leta, intranet uporablja le za pregled dokumentacije in objavo obvestil. Zelo malo podjetij ima opredeljeno strategijo razvoja intraneta, saj se večinoma ne zavedajo, da lahko tega uporabijo tudi za reševanje poslovnih težav in izboljšanje organizacijske kulture, meni Robert Rolih, direktor Akademije Panta Rei in moderator konference o internem komuniciranju, ki bo prihodnji teden potekala v Ljubljani.

MERJENJE UČINKOVITOSTI INTRANETA

Drugo (5 %) Z anketami (5 %)



Ne merimo (90 %)

Vir: Akademija Panta Rei

Odsotnost merjenja učinkov posledica neopredeljenih ciljev

Rezultati nove slovenske raziskave so precej podobni predlanskim - delež podjetij, ki ne spremljajo učinkovitost intraneta, je še vedno 90-odstoten, še več (97 odstotkov) pa jih ne spremlja niti statistike uporabe, čeprav je to zelo preprosto. Sogovornik meni, da je to posledica dejstva, da podjetja ali niso opredelila ciljev intraneta ali so jih

UPORABA INTRANETA (v %)



Vir: Akademija Panta Rei

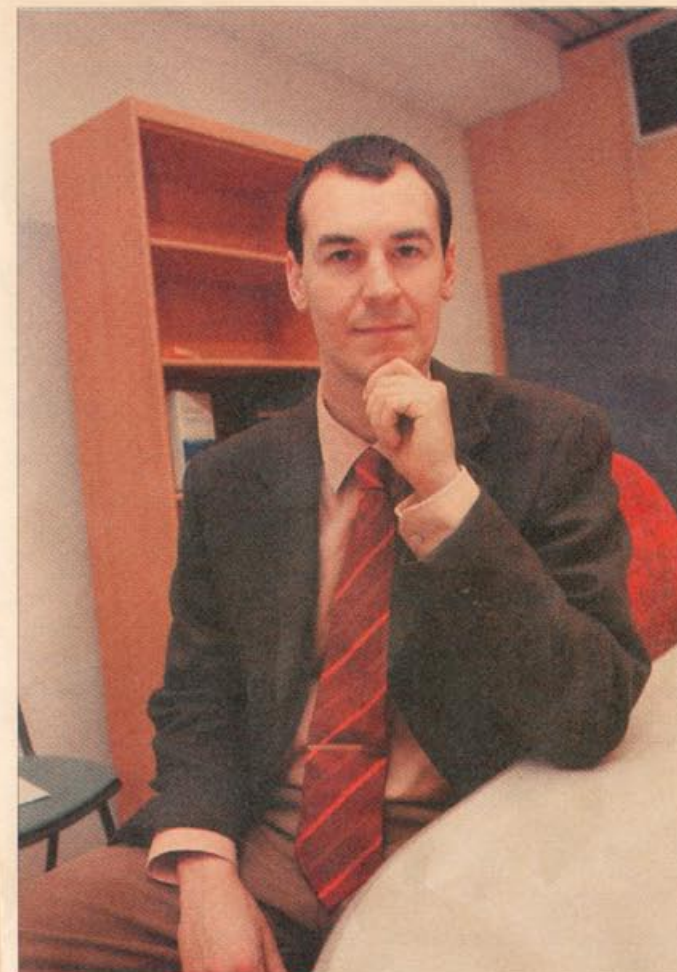
opredelila tako, da jih ne morejo meriti. "Na splošno ugotavljamo, da je veliko slovenskih podjetij sicer naredilo prvi korak in vzpostavilo intranet, vendar imajo še ogromno prostora za izboljšave, predvsem pri dodajanju različnih vsebin na intranet," poudarja Rolih.

Za nerazvitost krivo vodstvo

Mednarodne raziskave, ki jih je opravilo podjetje Nielsen Norman Group, katerega predstavnik bo prav tako predaval na konferenci, kažejo, da je uporabnost intraneta najbolj odvisna od podpore oziroma nenaklonjenosti najvišjega menedžmenta.

Razvit intranet stane pol manj kot "navaden"

Podjetja so v omenjenih raziskavah glede na raven uporabnosti intraneta razdelili v tri skupine in primerjali letne stroške uporabe (čas, porabljen za iskanje vsebin, celotni stroški vzdrževanja in izobraževanja). Povprečna letna cena uporabe intraneta znaša v podjetju s 300 uporabniki 120 milijonov tolarjev (500.751 evrov), razlike glede na razvitost pa so zelo velike - četrtnina podjetij z najbolj uporabnimi intraneti je v povprečju porabila le 93 milijonov tolarjev (388.082 evrov), četrtnina z najmanj razvitimi intraneti pa kar 180 milijonov tolarjev (751.127 evrov).



Robert Rolih, Akademija Panta Rei: "Dejstvo, da slovenska podjetja redko merijo učinkovitost intraneta, kaže, da nimajo opredeljene strategije njegovega razvoja."

PRIHODNJO SREDO ZNAN NAJBOLJŠI SLOVENSKI INTRANET

Na drugi konferenci o intranetu in notranji komunikaciji, ki bo 8. marca v Ljubljani, bo Akademija Panta Rei podelila drugo nagrado Intra za najbolj učinkovit intranet v Sloveniji. Nominirance so objavili včeraj - za nagrado se potegujejo Iskratel, Johnson controls NTU, Trimo in lanski zmagovalec Lek.