

13 januari 2016

Stijging bedrijfsbetrokkenheid valt samen met economische groei

Uit een wereldwijd onderzoek naar de bedrijfsbetrokkenheid van werknemers bleek dat deze steeg van 61 procent in 2014 naar 62 procent in 2015, wat gelijkloopt met de opgetekende economische groei (1 procent). Een grotere werknemersbetrokkenheid heeft dus een positieve invloed op de aandeelhouderswaarde.

De wisselwerking tussen economische groei en het engagement kent grote regionale verschillen die verklaard worden door culturele verschillen, regionale risico's en economische opportuniteiten.

De lagere scores in Europa die al 3 jaar op 57 procent stagneren, worden verklaard door de beperkte groeiperspectieven. Bedrijven in markten met economische tegenwind hebben immers minder middelen ter beschikking om te investeren in menselijk kapitaal, waardoor de werknemers gedemotiveerd geraken. Waar economische rugwind wordt opgetekend, stelt de studie vast dat het daaropvolgende jaar de betrokkenheid van de werknemers stijgt, wat dan weer een positieve invloed heeft op de bedrijfsresultaten. In Noord-Amerika heeft de 66 procent score bijna het niveau van voor de recessie bereikt.

Dat blijkt uit onderzoek van adviesverlener Aon. Er werden data gebruikt van 8 miljoen werknemers uit 68 industrieën en 164 landen wereldwijd, deze werden verzameld tussen 2010 en 2014. De studie stelt evenwel vast dat hypergroei de werknemers ook kan ontmoedigen. De snelgroeïende economieën in Oost-Azië maken dat bedrijven de opportuniteiten en klanteneisen niet kunnen volgen, wat de druk op hun werknemers verhoogt en een daling van het engagement voor gevolg heeft.

Belangrijkste drijfveren voor engagement

De positieve correlatie tussen engagement en shareholdersvalue brengt met zich mee dat engagement aan belang gewonnen heeft in de bestuurskamer. Betrokkenheid meten is één ding, maar het gaat erom de motieven te kennen die tot die actieve betrokkenheid leiden.

Carrière-opportuniteiten zijn wereldwijd nog altijd de belangrijkste stimulans. Toch blijven bedrijven over de hele wereld worstelen met het verstrekken van interne groeimogelijkheden voor hun personeel. Ten tweede wordt een smetteloze bedrijfsreputatie belangrijk geacht en is dat zelfs de belangrijkste motivatie voor het senior management. Tot slot blijft een billijke verloning een zeer belangrijke drijfveer. Minder dan de helft van de werknemers (46 procent) voelt zich echter correct vergoed voor zijn prestaties.

Samenspel van actoren

Het is belangrijk om deze bevindingen te bekijken door onze eigen Belgische bril. Culturele verschillen spelen immers een belangrijke rol in het verschil van engagement en motivatie bij werknemers. België scoort hoog in arbeidsproductiviteit en arbeidsmoraal, dat geeft ons een solide basis.

Het stimuleren van engagement is bovendien al lang geen exclusieve rol meer van de HR-afdeling. Werknemersbetrokkenheid moet gecreëerd worden door het samenspel van vier belangrijke actoren in het bedrijf: HR, de people managers, de senior bedrijfsleiding en de individuele werknemer zelf.

Bron: Aon (aon.be)

Publicatiedatum: 13 januari 2016