



➤ Webalkalmazás · előkészítő anyag

Hibaokok és gyökérokok átvilágítása a munkaszervezetben

Összefoglaló a módszertanról, javítások a forrástáblázatban, kérdések a következő egyeztetésre, piackutatás, termékjavaslatok és a választott arculati irány.

Készítette: Kulcsár Kevin

Dátum: 2026. szeptember 26.

Forrás: „Kevin Hibaokok.xlsx” (v1.2, szerző: Csikesz Tamás dr.)

JÓT ÉS JOBBAN

01 Amit a táblázatból megértettünk

A módszertan a munkaszervezetben **ismétlődő hibák** okait és gyökérokait tárja fel, munkatársról munkatársra és a teljes szervezetben, azzal a céllal, hogy a hibajavítás helyett hibamegelőzési rendszer épüljön.

3

főcsoport
(közvetlen · közvetett · gyökérok)

11

hibacsoport
(rövid verzió: „Lényegesen”)

84

ok
(hosszú verzió: „Részletesen”)

Közvetlen okok

Cselekvések (mentális, verbális, fizikai) · 31 ok

1 Helytelen gondolkodási folyamatok

2 Munkafolyamatok helytelen megvalósítása

3 Kommunikációs folyamatok

4 Priorizálás

Közvetett okok

Vezetői és tulajdonosi inputok · 23 ok

5 Elvárások tisztázása

6 Szabályok, sztenderdek

7 Eszközök

8 Kompetenciák

9 Vízió, misszió, érték

Gyökérokok

Mélyáram · 30 ok

10 Mentális okok

11 Hozzáállás, mentalitás, értékszemlélet-értékrend

A hiba definíciója

- **Egyszeri hiba:** nem hiba, hanem a fejlesztés kezdőpontja.
- **Másodszori hiba:** figyelmeztetés a fejlődésre.
- **Hiba az átvilágításban:** legalább háromszor elkövetett, ismétlődő hiba.

Célcsoport és megbízó

- 49 fő fölötti munkaszervezetek, ahol többségben vannak az irodisták, vagy legalább 50 irodista van.
- Cégek és közszektor egyaránt.
- Megbízó: cégvezető vagy HR-vezető.

Három nézőpont

- **Önértékelés:** a kitöltő saját magáról.
- **Csoport** (opcionális): a saját csapatáról.
- **Munkaszervezet:** a szervezet egészéről.

Pontozás tételenként

- Igen / Nem.
- Ha igen: **Súly (1–100) = Fontosság (1–10) × Gyakoriság (1–10).**
- Mennyire biztos benne: 1–10.

Outputok · 1 megbízói jelentés + X kitöltői elemzés · határidő: a kitöltéstől számított 2 hét

Output	Tartalom
Kitöltői output csak a saját eredmények	Hibacsoportok és hibaokok rangsora · közvetlen, közvetett és gyökérokok elemzése · átlaghoz képesti viszonyítás (önértékelés, munkaszervezet, opcionálisan csoport)
Megbízói output Átvilágítási jelentés, összesített, név nélküli	Összesített rangsorok az önértékelések és a szervezet egészére adott értékelések szerint · összesített ok-elemzések rétegenként
Egyéni, publikus eredmények	Értékelés · Tanácsok (tisztázandó, lásd 18. kérdés)

02 Javítások a forrástáblázatban

Az okokat egyenként megszámoztuk. Tíz hibacsoportnál egyezik a szám, de az **1. hibacsoportban 11 ok szerepel, nem 10**. Emiatt a közvetlen okok összege 31, a teljes ok-szám pedig 84, nem 83.

#	Hibacsoport	Táblázat szerint	Valós darabszám
1	Helytelen gondolkodási folyamatok	~~40~~	11
2	Munkafolyamatok helytelen megvalósítása	15	15
3	Kommunikációs folyamatok	3	3
4	Priorizálás	2	2
Közvetlen okok összesen		~~30~~	31
5	Elvárások tisztázása	5	5
6	Szabályok, sztenderdek	4	4
7	Eszközök	3	3
8	Kompetenciák	2	2
9	Vízió, misszió, érték	9	9
Közvetett okok összesen		23	23
10	Mentális okok	12	12
11	Hozzáállás, mentalitás, értékszemlélet-értékrend	18	18
Gyökérokok összesen		30	30
HIBAOKOK ÖSSZESEN (G24 cella)		~~83~~	84

A P16-os cella („Okok: 84”) már a helyes számot mutatja; a H8 (10), H7 (30) és H24 (83) cellák javítandók.

Az 1. hibacsoport 11 oka

1. Tudatos gondolkodás hiánya vagy elégtelen mértéke
2. Javaslattétel hiánya
3. Helytelen javaslatok
4. Döntések hiánya
5. Helytelen döntések
6. Megalapozatlan állítások, melyek sejtések
7. Mérés hiánya: tudatos információgyűjtés hiánya
8. Hibás mérés
9. Információk feldolgozásának hiánya (elemzés hiánya)
10. Információk helytelen értelmezése, hibás elemzés
11. Helytelen következtetések

Elírások (a felületen így jelennének meg)

Munkaszervezeti → Munkaszervezeti	L71, L74, L77
Motiváltság / Motiválhatóság → Motiváltság / Motiválhatóság	L84, L85
feladok → feladatok	L29
fejődésében → fejlődésében	C18

Tisztázandó eltérések

- A 11. csoport neve a G22-ben „Mindset okok (...)”, a K94-ben „Hozzáállás, mentalitás, értékszemlélet-értékrend”. Melyik jelenjen meg?
- Az M4–M6 cellákban lévő –1, –2, –3 értékek jelentése nem derül ki.

03 Kérdések a következő egyeztetésre

A **↗ sötét** sorszámú kérdések befolyásolják leginkább a fejlesztést, ezekre konkrét válasz kell. Minden kérdés alatt hely van jegyzetnek.

A Keretek

- 1 Kell egy admin felület az átvilágítások indításához? Milyen szerepkörök legyenek (admin, megbízó/HR, kitöltő)?
- 2 Van már céldátum az első éles átvilágításra?

B A kérdőív tartalma

- 3 Átfogalmazhatjuk a 84 okot kérdésekké vagy helyzetleírásokká úgy, hogy a kitöltő sosem látja az ok nevét (pl. „Gondatlanság”)?
- 4 A kitöltő egy konkrét, legalább háromszor ismétlődő hibából indul ki, vagy általánosan értékel?
- 5 Mindhárom nézőpontból (saját, csoport, szervezet) mind a 84 okot pontozni kell? Ez a hosszú verzióban akár 1000 bevétel. Mennyi kitöltési idő fér bele?
- 6 Mehet úgy, hogy a rövid verzió szűr, és a hosszúban csak a „problémás” hibacsoportokba megyünk mélyebbre?
- 7 Hogyan kerülnek a rendszerbe a csoportok: szervezeti ábra feltöltésével, vagy a kitöltő választja ki a sajátját?

C Eltérések a táblázatban

- 8 Megerősítés: 11 ok az 1. csoportban, 31 közvetlen ok, összesen 84 ok. Rendben?
- 9 Mit jelentenek az M4–M6 cellákban lévő –1, –2, –3 értékek?
- 10 Változhat még az ok-lista (v1.2)? Kell verziókezelés, hogy a régi és az új átvilágítások összevethetők maradjanak?

D Pontozás

- 11 Hogyan számít bele a „mennyire biztos benne” (1–10) a súlyba?
- 12 A „Nem” válasz nullát jelent, vagy kimarad az átlagból?
- 13 Mi a rangsorolás képlete? Hogyan lesz az okokból hibacsoport-, majd főcsoport-pontszám?
- 14 „Átlaghoz képest”: a cég átlagához, a csoportéhoz, vagy később az összes átvilágított cég átlagához (benchmark)?
- 15 Vannak ok-okozati kapcsolatok az okok között (pl. a mindset okok vezetnek a rossz döntésekhez), vagy csak kategóriák?

E Outputok

- 16 A megbízói jelentés teljesen automatikusan készüljön? Vagy az app egy piszkozatot generál, amit utána szerkeszteni lehet?
- 17 A „Tanácsok” előre megírt szövegekből jöjjenek okonként, vagy AI generálja őket?
- 18 Mit jelent az „Egyéni, publikus eredmény”? Ki látja, és hogyan fér össze a névtelenséggel?
- 19 Van minta a megbízói jelentésre? Milyen formában kell (PDF, online dashboard, mindkettő)?

F Kitöltők és anonimitás

- 20 Hogyan kapják meg a kérdőívet: e-mail-lista, közös link, Teams, céges bejelentkezés?
- 21 Minimum hány kitöltő kell ahhoz, hogy egy csoport eredménye megjelenjen (javaslatunk: 5 fő)?
- 22 A megbízó láthatja, ki töltötte ki és ki nem? Kellenek emlékeztetők és kitöltési határidő?
- 23 Külön kell-e látni a vezetői és a munkatársi válaszokat?
- 24 Lesz ismételt mérés ugyanannál a cégnél, ahol a fejlődést kell mutatni?

G Technikai és jogi keretek

- 25 Kell-e EU-s vagy hazai szerver (pl. közzsférás ügyfeleknél)? Meddig tároljuk az adatokat?
- 26 Az érzékeny témák miatt (félelem, stressz, mentális stabilitás) van-e különleges elvárás az anonimitásra vagy az adattárolásra?

H Nyitottság az új ötletekre

- 27 Nyitott rá, hogy a kérdések egy része helyzetleírás vagy kényszerválasztós formátum legyen, egyszerű pontozás helyett?
- 28 Belefér-e AI a kitöltésben (rákérdez a konkrét hibára) vagy a tanácsok megírásában?
- 29 Érdeklí-e, hogy a jelentés forintban mutassa meg, mennyibe kerülnek a cégnek a hibák?

04 Piackutatás: kik csinálnak ilyet?

Olyan terméket nem találtunk, amely a munkatársak válaszaiból térképezi fel a szervezetben ismétlődő hibák gyökérokait. A meglévő eszközök két csoportra oszlanak: a hangulatot mérő elkötelezettség-felmérésekre, és az egyedi incidenseket vizsgáló ok-elemző (RCA) szoftverekre. **A DFT módszertana a kettő közötti részbe esik.**

Kategória	Példák	Ami működött	Ami nem működött
Elkötelezettség-felmérés	Culture Amp, Qualtrics EX, Microsoft Viva Glint, Workday Peakon, Perceptyx	Benchmark adatbázisok · kiküldés Teamsben/Outlookban (jobb kitöltési arány) · AI-alapú akcióterv és vezetői coaching	A hangulatot mérik, nem az okokat · általános, szerepkörtől független kérdések · évente egyszeri mérés
Hazai megoldások	HRmaster, MyPro Analytics, CHEQ, LimeSurvey sablonok	Olcsó, gyorsan beüzemelhető · rendszeres hangulatmérés	Csak elégedettségmérés, mögöttes módszertan nélkül
Ok-elemző (RCA) szoftver	TapRoot, Sologic, Intelx, EasyRCA	Strukturált ok-fa · kódolt taxonómia, amely mintázatokat mutat · a korrekciós lépések követése	Biztonsági vagy IT-incidensekre készült, szakértő vizsgáló kezeli · a munkatárs nem forrás, csak alany
Passzív analitika	Microsoft Viva Insights, Worklytics	Objektív adatok (naplár-, e-mail-metaadatok)	Adatvédelmi ellenállás: a Microsoft Productivity Score egyéni adatait 2020-ban vissza kellett vonni

Miért buknak el a munkavállalói felmérések?

30%

a munkavállalóknak ért egyet határozottan, hogy a cég cselekszik a visszajelzés alapján (Gallup)

59%

szerint készül akcióterv a felmérés után (Perceptyx, 2026)

51%

szerint lett is valódi javulás (Perceptyx, 2026)

1. Nincs következmény

A kifáradás nem a sok kérdőívből jön, hanem abból, hogy a válaszok „fekete lyukba” kerülnek.

2. Nincs bizalom

Ha a munkatárs nem hisz az anonimitásban, az őszinte válasz helyett udvarias választ ad.

3. Általános kérdések

A kérdések nem kapcsolódnak a munkatárs valódi munkájához és helyzeteihez.

4. Önigazoló válaszok

A kitöltők azt jelölik, ami jól hangzik. Minél nyilvánvalóbb, mit mér egy kérdés, annál erősebb ez a torzítás.

Pozicionálás

A DFT előnye a módszertan: 3 réteg, 11 hibacsoport, 84 ok, valódi gyökérok-szemlélet. A kockázat ugyanaz, ami a versenytársaknál: ha a jelentés után nem történik semmi, vagy ha a kitöltők „szépítenek”, az eredmény értéktelen. A következő oldalak javaslatai erre a két pontra épülnek.

05 Hogyan ne lehessen „szépen” válaszolni?

A jelenlegi formában a kitöltő olyan címkéket látna, mint „Gondatlanság”, „Minimalizmus” vagy „Felelősségvállalás hiánya”, és ezekre szinte mindenki „Nem”-et válaszol. A megoldás a közvetett mérés, ami bevett kérdőívtervezési gyakorlat.

Technika	Hogyan működik	Értékelés
Rejtett ok-nevek	A 84 ok 1–3 konkrét viselkedéses kérdéssé alakul, keverve. A kérdés-ok hozzárendelés csak a háttérben létezik.	↗ Alap, kötelező
Gyakoriság ítélet helyett	„Az elmúlt 30 napban hányszor kellett újra megcsinálnod valamit, mert nem volt világos, mit vártak tőled?” Egy számot nehezebb szépíteni, mint egy önjellemzést.	↗ Erős
Helyzetleírások	Munkahelyi szituáció, négy egyformán elfogadható reakcióval. Mindegyik reakció másik okhoz tartozik.	↗ Erős
Kényszerválasztás	3–4 egyformán hízelgő állítás közül melyik jellemző leginkább és legkevésbé. A kutatások szerint a skálás kérdéseknél kevésbé lehet vele „csalni”, bár teljesen nem szünteti meg.	↗ Erős, több munka
Kérdezés a kollégákról	„A csapatodban hányan...?” Az emberek a saját viselkedésüket vetítik ki másokra. A meglévő három nézőpont ezt már lehetővé teszi.	↗ Erős, olcsó
Én vs. szervezet rés	Ha valaki magát jónak, a szervezetet rossznak látja, maga a különbség is eredmény: a felelősség áthárítását méri.	↗ Erős, ingyen
Konzisztencia-ellenőrzés	Ugyanazt az okot 2–3 módon kérdezzük, plusz néhány „erre senki nem mond őszintén igent” tétel („Soha nem hibáztam a munkámban”). Az alacsony konzisztencia automatikusan csökkenti a válasz súlyát. Ez kiválthatja a „Mennyire biztos benne” csúszkát.	↗ Erős
Valós esetből indulás	A kitöltő 2–3 mondatban leír egy ismétlődő hibát, az AI „miért?” kérdésekkel továbbmegy, és a 84 okos fába sorolja. A kitöltő nem választ okot, így nincs mit „kijátszani”.	↗ Erős, AI kell

Hol a határ

Rendben van, ha a pontozás *módja* nem látható. Nem rendben, ha a mérés *ténye*, célja vagy az anonimitás mértéke rejtett vagy valótlan. Ha rejtett módszerrel készült egyéni eredmények HR-döntésekbe kerülnek, az ütközik a GDPR átláthatósági és profilalkotási szabályaival és a Munka Törvénykönyvével. Amint kiderül, a munkatársak bizalma és vele az adatok minősége is elvész. **Tehát nehezen átlátható módszer igen, megtevesztés nem.**

06 Mi jó ötlet, és mi nem a legjobb?

A táblázat jelenlegi elképzeléseinek értékelése fejlesztői és felhasználói szempontból.

Ami jól működik a jelenlegi módszertanban

✓ **Háromrétegű ok-rendszer**

A közvetlen → közvetett → gyökérok felépítés egyedi; egyik versenytárs sem így gondolkodik. Ez a termék gerince.

✓ **Rövid és hosszú verzió**

Jó belépési pont: a rövid verzió szűrőként is használható.

✓ **Három nézőpont**

Az önértékelés és a szervezeti értékelés különbsége maga is értékes adat.

✓ **Külön kitöltői és megbízói output**

A munkatárs is kap valamit, ez növeli a részvételt és az őszinteséget.

Ami módosításra szorul

Jelenlegi elképzelés	Probléma	javaslat
84 ok x 3 nézőpont x 4 bevétel (Igen/Nem, fontosság, gyakoriság, biztosság)	Akár ~1000 bevétel. A kitöltők félúton feladják, vagy gondolkodás nélkül kattintanak.	Adaptív kitöltés és mintavételezés (lásd 07. fejezet): ~20–25 perc.
Az ok-nevek megjelenítése a kitöltőnek	Negatív, ítélező címkék: mindenki „Nem”-et válaszol.	Viselkedéses kérdések, helyzetleírások, rejtett hozzárendelés.
Önbevallott „Mennyire biztos benne” (1–10)	Az önbizalmat méri, nem a pontosságot.	Konzisztencia-ellenőrzésből számolt megbízhatósági súly.
Fontosság x gyakoriság minden tételre	Két csúszka minden kérdésnél lassú és fárasztó.	Tételenként csak gyakoriság, a fontosság hibacsoportonként egyszer.
Jelentés 2 héten belül	Kézi összeállításnál szűk keresztmetszet, és nehezen skálázható.	Automatikus piszkozat, szakértői átnézés: 2 nap.
„Egyéni, publikus eredmények”	Ellentmond a „név nélküli” ígéretnek, rombolja a bizalmat.	Egyéni eredmény csak a kitöltőnek; megosztás csak kifejezett hozzájárulással.
Csoportszintű eredmény bármilyen létszámnál	Kis csapatnál visszafejthető, ki mit választott.	Minimum 5 fős küszöb, alatta összevonás.

Amit kerülni érdemes

- **Passzív megfigyelés** (e-mail-, billentyű-, képernyőfigyelés): jogilag kockázatos, és a Microsoft példája mutatja, hogy komoly ellenállást vált ki.
- **Rejtett egyéni profilozás HR-döntésekhez:** GDPR- és munkajogi kockázat, a módszertan hitelét veszélyezteti.
- **Évente egyszeri mérés utánkövetés nélkül:** pontosan ez a versenytársak fő gyengesége.

07 Hatékonysági javaslatok

Hogyan lesz a kitöltés gyorsabb, a jelentés gyorsabb, és a DFT szakértői ideje jobban kihasználva.

Adaptív kitöltés

➤ Javasolt · MVP

A rövid verzió (11 hibacsoport) szűr, a hosszú verzió csak a jelzett csoportokba megy mélyebbre.

- ~1000 bevétel helyett ~20–25 perc
- A szűrő hibája esetén egy ok kimaradhat, ezt mintavételezés ellensúlyozza

Mintavételezés a hosszú verzióban

➤ Javasolt

Minden kitöltő az okok véletlenszerű ~30%-át kapja; szervezeti szinten a kép így is teljes.

- 3–4× rövidebb kitöltés, statisztikailag megalapozott
- Egyéni eredmény kevesebb okra szól; kis cégnél kevesebb adat okonként

Egyszerűbb bevétel

➤ Javasolt · MVP

A három csúszka helyett egy gyakorisági skála és konzisztencia-ellenőrzés; a fontosság hibacsoportonként egyszer.

- Gyorsabb, mobilon is kényelmes
- A módszertan képletét ennek megfelelően újra kell definiálni

Automatikus jelentés-piszkozat

➤ Javasolt · MVP

Az app elkészíti a megbízói jelentést, a DFT csak átnézi és kiegészíti.

- 2 hét helyett 2 nap; egy szakértő sokkal több ügyfelet visz
- A szöveges részekhez kezdetben sok sablont kell megírni

Kiküldés Teamsben és e-mailben, egy kattintással

➤ Javasolt

Ott érjük el a munkatársakat, ahol már dolgoznak.

- Érezhetően magasabb kitöltési arány (Viva Glint tapasztalata)
- A Teams-integráció cégenként IT-jóváhagyást igényel

Szerkeszthető kérdésbank verziókezeléssel

➤ Javasolt

A DFT fejlesztő nélkül módosíthatja a tartalmat, a régi átvilágítások eredményei összevethetők maradnak.

- A módszertan (v1.2) tovább fejlődhet
- Nagyobb kezdeti fejlesztés

08 Új, eddig nem látott ötletek

Ezeket sehol máshol nem láttuk ebben a formában. Az 1., 3. és 5. a legkönnyebben eladható egy cégvezetőnek, és ezek különböztetik meg a legjobban a terméket.

1 · Őszinteséget jutalmazó kérdések („Bayesian Truth Serum”)

➤ Pilotban tesztelni

A kitöltő válaszol, majd megtippeli, a kollégái hány százaléka ad ugyanilyen választ. A vártnál gyakoribb válaszok statisztikailag az őszinték (Prelec, MIT, 2004). HR-felmérésben tudomásunk szerint még senki nem használja.

➤ Egyszerre „csalásálló” és valódi újdonság, erős marketingüzenet

– Nagyobb minta kell; nehezebb elmagyarázni; fejlesztésigényes

Érték: **magas** Ráfordítás: **magas** Kockázat: **közepes**

2 · Hibaáramlási térkép

➤ 2. fázis

A kitöltő megjelöli, honnan jött a hiba („a B csapat nem egyértelmű átadása”). Az eredmény egy térkép arról, hol keletkeznek és hol jelennek meg a hibák.

➤ A gyökérok-szemlélet vizuális bizonyítéka; más eszköz nem tudja

– Szervezeti ábra kell hozzá; érzékeny lehet a csapatok között

Érték: **magas** Ráfordítás: **közepes** Kockázat: **közepes**

3 · A hibák ára forintban

➤ Javasolt · MVP

Okonként rákérdezünk, egy-egy előfordulás hány órát visz el, és ezt a bérszinttel szorozzuk. A jelentés nyitómondata: „Az ismétlődő hibák évente kb. X millió Ft-ba kerülnek, ennek 40%-a 3 gyökérből fakad.” Ez összhangban van a módszertan saját elvével: „meg kell fizetni a negatív eltérés árát”.

➤ Ezzel lehet eladni a cégvezetőnek; mérhető megtérülés

– Becslésen alapul, ezt a jelentésben jelezni kell

Érték: **nagyon magas** Ráfordítás: **alacsony** Kockázat: **alacsony**

4 · Vezetői előrejelzés

➤ Javasolt

Mielőtt látná az eredményeket, a vezető megtippeli, mit fog válaszolni a csapata. A tipp és a valóság különbsége a vezető „vakfolt-pontszáma”.

➤ Olcsó, látványos, erős coaching-alap

– Vezetők számára kényes lehet, jó kommunikáció kell

Érték: **magas** Ráfordítás: **alacsony** Kockázat: **alacsony**

5 · 90 napos visszamérés

➤ Javasolt

Rövid ismételt mérés csak a top 3 okra, ami bizonyítja a javulást. Ez oldja meg a versenytársak fő gyengeségét, a „nem történik semmi” problémát.

➤ Bizonyított hatás; okot ad az ismételt átvilágításra

– A megbízó részéről fegyelem kell a fejlesztési lépésekhez

Érték: **nagyon magas** Ráfordítás: **alacsony** Kockázat: **alacsony**

6 · Látható anonimitás

➤ Javasolt · MVP

A kitöltő élőben látja: „A csapatodban 4 válasz van, az eredmény 5-től jelenik meg.”

➤ Bizalom, és vele őszinte adat

– Kis csapatoknál összevonás kell

Érték: **magas** Ráfordítás: **alacsony** Kockázat: **alacsony**

7 · Magyar benchmark adatbázis

↗ Hosszú táv

Minden átvilágítás anonim módon bővíti az összehasonlítási alapot: „az »elvárások tisztázatlansága« nálatok rosszabb, mint a magyar irodai szervezetek 70%-ánál”.

- ↗ Minél tovább működik, annál nehezebb lemásolni
- Szerződéses hozzájárulás kell; 20–30 cég után lesz értelmes

Érték: **nagyon magas** Ráfordítás: **közepes** Kockázat: **alacsony**

8 · Személyes AI-coach minden kitöltőnek

↗ 2. fázis

A saját eredményeire épülő, privát tanácsadás. Ebből lehet a módszertan „Tanácsok” eleme.

- ↗ A munkatárs számára ez adja a legtöbb értéket; követi a piaci trendet (Culture Amp, Perceptyx)
- A tanácsokat a DFT-nek jóvá kell hagynia; EU-s adatkezelés kell

Érték: **magas** Ráfordítás: **közepes** Kockázat: **közepes**

09 Arculat: a választott irány

A 10 elkészült dizájnkoncepcióból Csikesz Tamás dr. a 02 - **Felívelő Vonal** irányt választotta. Ez az anyag is ebben a stílusban készült.

➤ Kiválasztott koncepció

Felívelő Vonal

A logó emelkedő íve a rendszer gerince: a haladásjelzők, a diagramgörbék és az elválasztók mind ugyanazt a „jót és jobban” mozdulatot rajzolják.

Visszajelzés alapján módosítva

- Tompább kék:** az összevető kék ~~#3558B8~~ helyett **#566F92** (sötét módban #9DB0CE). Fehér szöveggel 5,1:1 kontraszt, megfelel a WCAG AA-nak.
- DFT logó bal lent** minden képernyőn: kérdőív, személyes eredmény, ügyfél-irányítópult, tanácsadói kezelőfelület és nyitóoldal.

Színpaletta

Mélyzöld
#00432D

DFT zöld
#006745

Hajnal
#8FD4B0

Összevetés (új)
#566F92

Háttér
#F4F0F3

Szöveg
#15201A

Tipográfia

SF Pro Display a címekhez és nagy számokhoz, SF Pro Text a szövegekhez és táblázatokhoz (táblázatos számjegyek).

Formák

Folytonos, lekerekített sarkok (10/14/20/34 pt), puha árnyékok, fehér kártyák meleg törtfehér háttéren.

Mozgás

Az ív balról jobbra rajzolódik ki; a számok felfelé számolnak, a grafikonok kirajzolódnak, sosem „ugranak” be.

A koncepció képernyői

#	Képernyő	Amit tartalmaz
1	Kérdőív (mobil)	Hétköznapi helyzet négy válasszal, gyakorisági skála ívelt sávon, névtelenségi jelzés, haladásjelző
2	Személyes eredmény (mobil)	„Csak te látod”: saját eredmény a szervezeti átlaghoz képest, személyre szabott tanácsok, mentés PDF-be
3	Ügyfél-irányítópult	A hibák becsült éves költsége forintban, részvétel, észlelési rés, a 11 hibacsoport rangsora, az okok három rétege, csapat-hő térkép, én → csapat → szervezet görbe
4	Tanácsadói kezelőfelület	Ügyfelek és átvilágítások állapota, új átvilágítás indítása (rövid / hosszú kérdőív, nézőpontok)
5	Nyitóoldal	A termék weboldala: probléma, módszertan, négy lépés, bizalom és névtelenség, 30 év DFT, GYIK, bemutatókérés

A teljes koncepció külön PDF-ben: „DFT Felívelő Vonal – kiválasztott koncepció”.

10 Források

- Módszertan: „Hibaokok és gyökérokok átvilágítása a munkaszervezetben©”, v1.2, Csikesz Tamás dr., 2026
- Arculat: dft.hu (színek és betűtípusok a weboldal CSS-éből)
- CultureMonkey – 14 Best Employee Engagement Survey Tools (2026)
- CultureMonkey – Glint alternatives (2026)
- Frontiers in Psychology – A Meta-Analysis of the Faking Resistance of Forced-Choice Personality Inventories
- Pavlov, Maydeu-Olivares, Fairchild (2019) – Effects of Applicant Faking on Forced-Choice and Likert Scores
- Lee et al. (2025) – The Journey of Forced Choice Measurement Over 80 Years
- Creative Planning – Why Employee Engagement Surveys Are Failing (Gallup adat)
- SHRM – Worker Mistrust Leads to Flawed Data in Engagement Surveys
- Energage – Employee Survey Fatigue
- Perceptyx – Employee Experience Trends and Predictions for 2026
- Perceptyx – Act (action planning)
- Culture Amp – AI Coach in Surveys
- TapRoot · Sologic · InteleX
- HRmaster · MyPro Analytics
- How ‘passive’ workforce analytics is reshaping what employers know about their people
- Microsoft Learn – Viva Insights privacy
- Prelec, D. (2004): A Bayesian Truth Serum for Subjective Data. *Science*, 306(5695), 462–466.