

Опитування залученості, задоволеності та лояльності

Звіт про результати дослідження для Компанії ABC

Україна, Київ, 2023

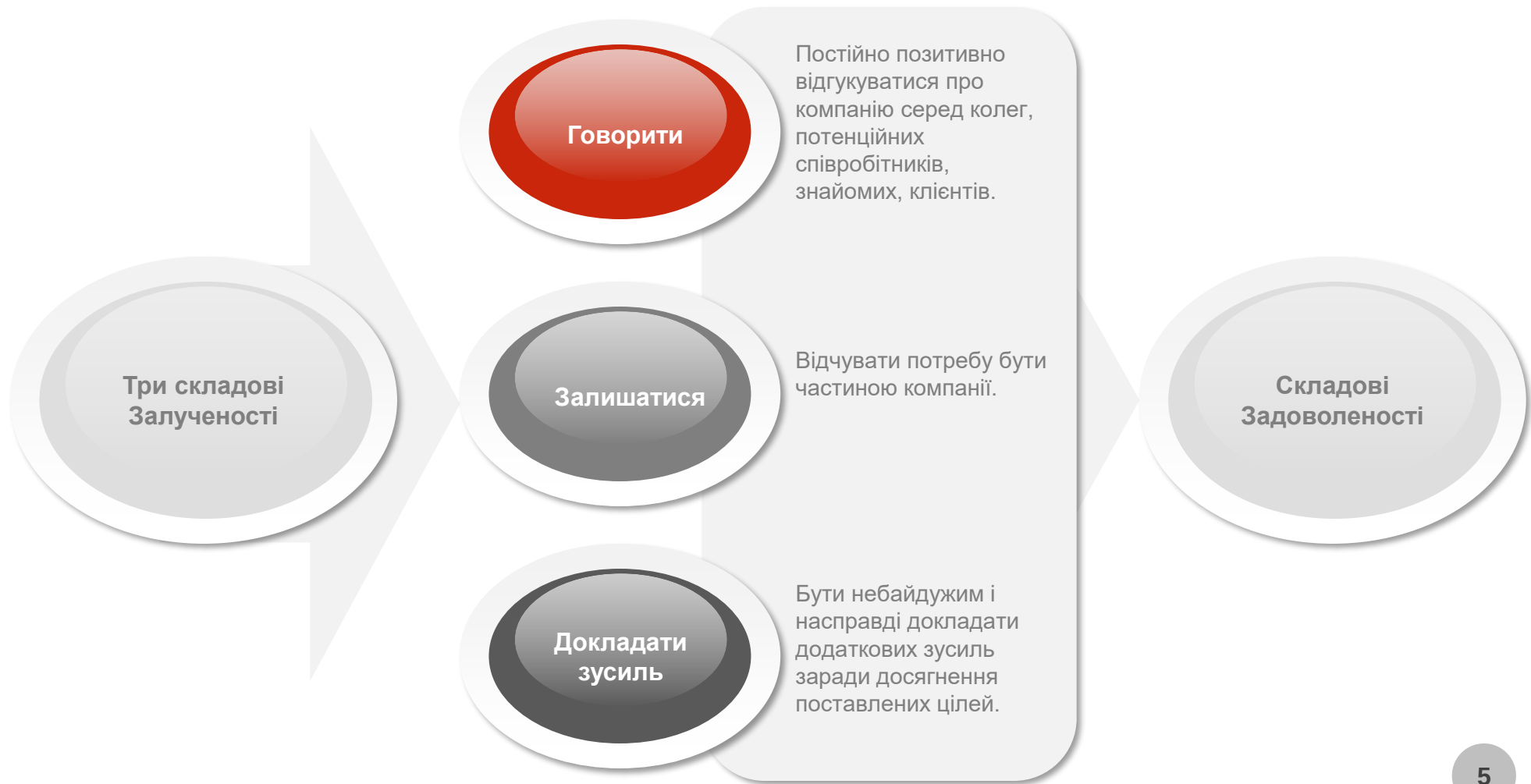
1.	Про Дослідження (Методологія)	3
2.	Основні результати Дослідження	9
3.	Крос-Аналіз Залученості та Задоволеності	31
4.	Аналіз впливу факторів на розвиток Залученості	37
5.	Детальні результати дослідження в Компанії в залежності від підрозділу	39
6.	Детальні результати дослідження в Компанії в залежності від посади	44
7.	Детальні результати дослідження в Компанії в залежності від статі	49
8.	Детальні результати дослідження в Компанії в залежності від віку	53
9.	Детальні результати дослідження в Компанії в залежності від терміну роботи	55
10.	Відповіді респондентів на всі питання Дослідження	57
11.	Рекомендації відносно Плану Дій по результатам Дослідження	70

1. Про Дослідження (Методологія)

Трансформація поведінки людей на роботі



Що ми можемо дізнатися про наших співробітників в ході дослідження? Залученість і Задоволеність



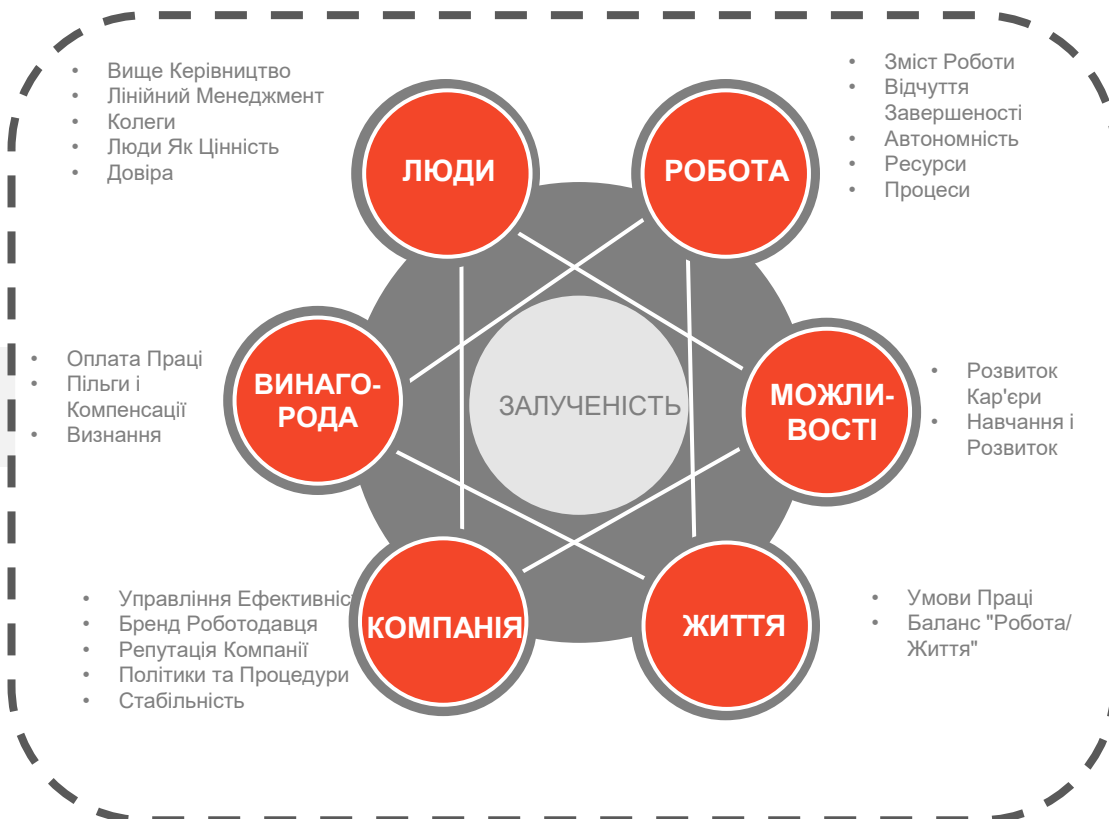
Що ми можемо дізнатися про наших співробітників в ході Дослідження? Складові Задоволеності



Складові Залученості



Складові Задоволеності

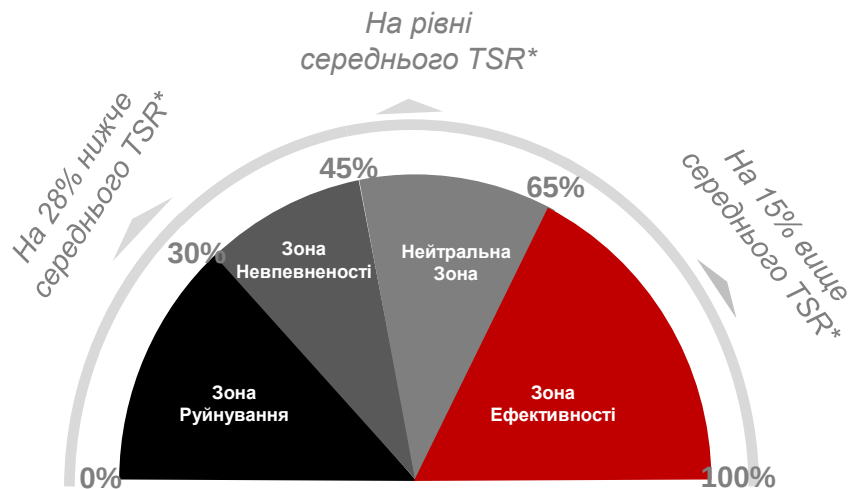


Особливу увагу ми приділяємо в Дослідженні 22 факторам Задоволеності, які можуть впливати на Залученість співробітників і керівників. За кожен фактор в даному Дослідженні відповідає група питань з Опитувальника Дослідження, у тому числі – ключове питання, по якому розраховується показник по фактору

Залученість та результати бізнесу



Всі компанії за рівнем Залученості персоналу можуть бути розділені на 4 категорії (зони):



TSR: Total Shareholder Return у відсотках: Загальний дохід власника (зростання ціни акції + виплачені дивіденди) ділений на ціну акції попереднього періоду.

- Для компаній, які знаходяться в **ЗОНІ ЕФЕКТИВНОСТІ**, Залученість співробітників, поза сумнівом, є основою успіху і високих бізнес-результатів. Рекомендується сконцентрувати зусилля на збереженні і підтримці досягнутих результатів Залученості і Задоволеності.
- Компанії в **НЕЙТРАЛЬНІЙ ЗОНІ** демонструють хороші бізнес-результати, які можна поліпшити умілою роботою HR-команди, впровадженням нових, ефективніших політик і практик, коректуванням і реалізацією HR-стратегії.
- В **ЗОНІ НЕВПЕВНЕНOSTІ** компанія може демонструвати непогані (на перший погляд) фінансові показники, а може вже працювати зі збитками. Справа в тому, що співробітники недостатньо зацікавлені в успішній роботі компанії, і тому необхідні серйозні зміни в HR-практиках, щоб поліпшити результати бізнесу.
- У компаніях, які потрапили в **ЗОНУ РУЙНУВАННЯ**, низький рівень Залученості персоналу значно перешкоджає досягненню бізнес-цілей. Багато хто з таких компаній несе серйозні фінансові втрати, власники не отримують дивідендів. Тому таким компаніям слід підняти питання кардинального перегляду HR-політик, практик і процедур.

Рекомендації щодо вибірки



- Інформація в таблиці показує рекомендований і мінімальний розмір вибірки, яка необхідна для проведення Дослідження на рівні компанії.
- На функціональному рівні і для окремих підрозділів можна використовувати такі ж рекомендації, але в цьому випадку вони не жорсткі. Так, розрахунок всіх показників і факторів для підрозділу/функції або будь-якої іншої вибраної групи виробляється, якщо в групі налічується 6 і більше респондентів. Ця кількість може не збігатися з рекомендацією щодо вибірки в даній групі, але результати все одно вважаються достовірними.
- Для кожної компанії визначається індивідуальний розмір вибірки.

Розмір компанії, (чол.)	Рекомендований розмір вибірки, %	Мінімальний розмір вибірки, %%
50-100	100%	50 респондентів
100-250	60%	40%
250-1000	50%	30%
1000-5000	40%	25%
5000+	25%	20%

Червоною пунктирною лінією показаний приклад визначення розмірів мінімальної вибірки, що рекомендується, для компанії з чисельністю персоналу від 1000 до 5000 працюючих.

2. Основні результати

2.1. Розподіл респондентів

Основні результати Дослідження



Цей Звіт ґрунтується на результатах відповідей співробітників і керівників компанії ABC на питання Дослідження Залученості, Задоволеності і Лояльності з використанням Опитувальника 2023 року.

Опитувальник Дослідження підготовлений консультантами HR CENTER (м.Київ, Україна) спеціально для проведення індивідуальних досліджень залученості в Україні та ряді інших країн з урахуванням пропозицій HR-професіоналів, зібраних дослідницької командою за більш ніж 15 років проведення подібних проектів в Україні. Оновлена методологія враховує весь досвід дослідницької команди, отриманий у співпраці з більш ніж 400 компаніями.

Методологія

Результати Дослідження базуються на використанні Опитувальника «Залученість співробітників». Чисельні дослідження показують, що зацікавлені, активні і мотивовані співробітники здатні позитивно впливати на фінансову результативність бізнесу, а також допомагають створювати привабливий імідж роботодавця: позитивно висловлюються про свою компанію як про роботодавця, лояльні (залишаються працювати в компанії тривалий час), і з власної ініціативи докладають додаткових зусиль для успіху компанії.

Про Дослідження в ABC

У Дослідженні, проведеному в Компанії у листопаді 2023 року, взяли участь 1086 респондентів (485 респондентів заповнили опитувальники online і 601 заповнив опитувальники на папері). Після перевірки та аналізу всіх анкет, консультанти визнали придатними 987 опитувальників (417 опитувальників online та 570 паперових опитувальників).

Згідно з даними, які мають консультанти, взяти участь у Дослідженні було запрошено 1600 осіб. Таким чином, **вибірка Дослідження сягає 62%**. Оскільки вибірка в Компанії ABC перевищила рекомендований розмір, дослідження вважається успішним.

Розподіл респондентів в залежності від рівня посади



Посада	Кількість респондентів, чол.	Доля, %
Топ-команда	4	0%
Керівники	51	5%
Ведучі спеціалісти	78	8%
Спеціалісти	118	12%
Робочі	403	41%
Співробітники	249	25%
Не відповіли	84	9%
Всього	987	100%

Червоним кольором у таблиці позначено підрозділи, в яких виявилось занадто мало респондентів.
Результати Дослідження за такими групами не можуть бути розраховані.

Зразок звіту про результати опитування щодо залученості, задоволеності та лояльності персоналу

Розподіл респондентів в залежності від підрозділу



Підрозділ	Кількість респондентів, чол.	Доля, %
№1	80	8%
№2	90	9%
№3	241	24%
№4	22	2%
№5	44	4%
№6	46	5%
№7	142	14%
№8	28	3%
№9	34	3%
№10	30	3%
№11	38	4%
№12	7	1%
№13	9	1%
№14	1	0%
Не відповіли	141	14%
Всього	987	100%

Червоним кольором у таблиці позначено підрозділи, в яких виявилось занадто мало респондентів.
 Результати Дослідження за такими групами не можуть бути розраховані.

Зразок звіту про результати опитування щодо залученості, задоволеності та лояльності персоналу

Розподіл респондентів в залежності від терміну роботи



Термін роботи	Кількість респондентів, чол.	Доля, %
Менше трьох місяців	18	2%
Від 3 місяців до 1 року	88	9%
1-2 роки	49	5%
2-3 роки	48	5%
3-5 років	83	8%
5-10 років	168	17%
10 років і більше	476	48%
Не відповіли	57	6%
Всього	987	100%

Розподіл респондентів в залежності від віку



Вік	Кількість респондентів, чол.	Доля, %
Молодше 25 років	35	4%
25 років - 29 років	34	3%
30 років - 34 роки	92	9%
35 років - 44 роки	357	36%
45 років - 54 роки	250	25%
55 років і старше	117	12%
Не відповіли	102	10%
Всього	987	100%

Розподіл респондентів в залежності від статі



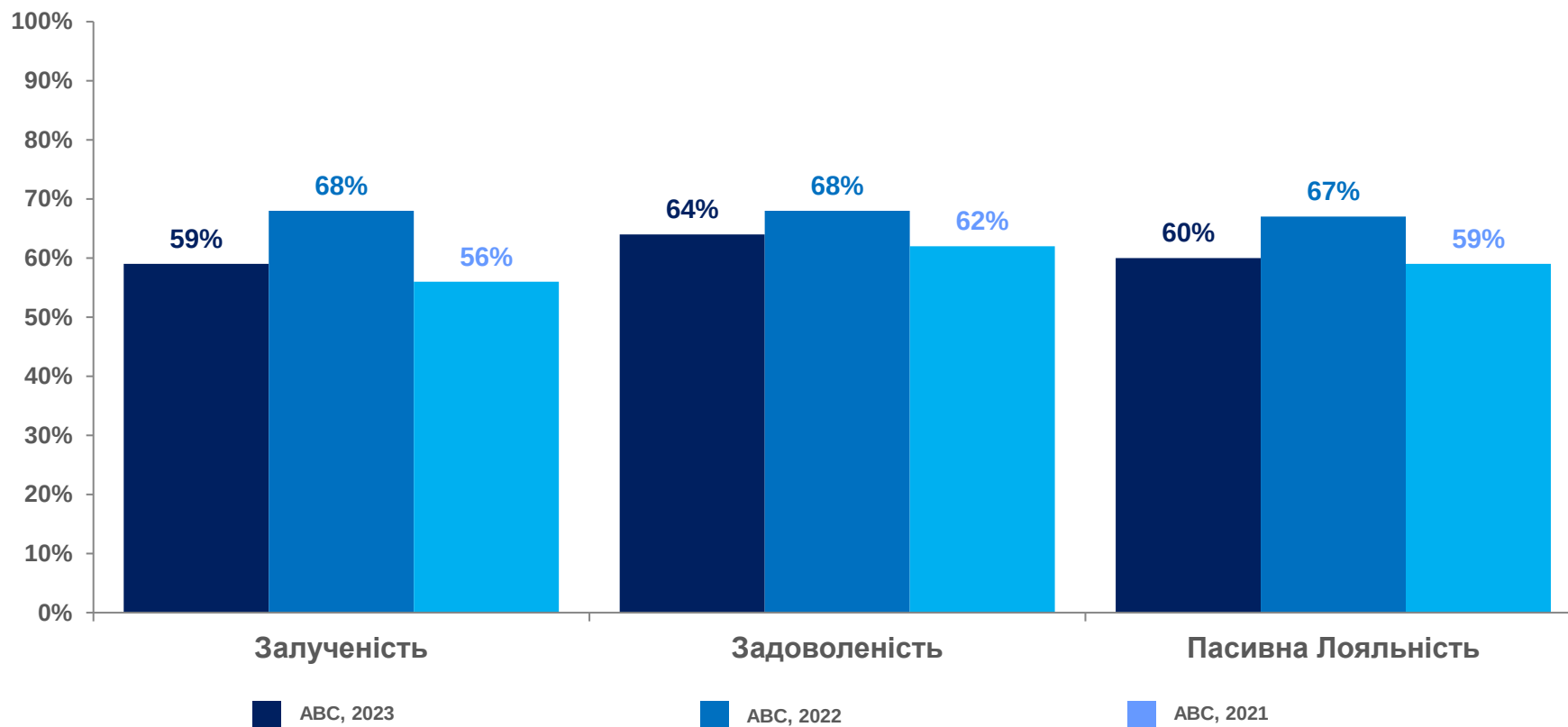
Стать	Кількість респондентів, чол.	Доля, %
Жіноча	365	37%
Чоловіча	495	50%
Не відповіли	54	9%
Всього	602	100%

2.2. Результати опитування думок

Основні показники: Залученість, Задоволеність, Пасивна Лояльність



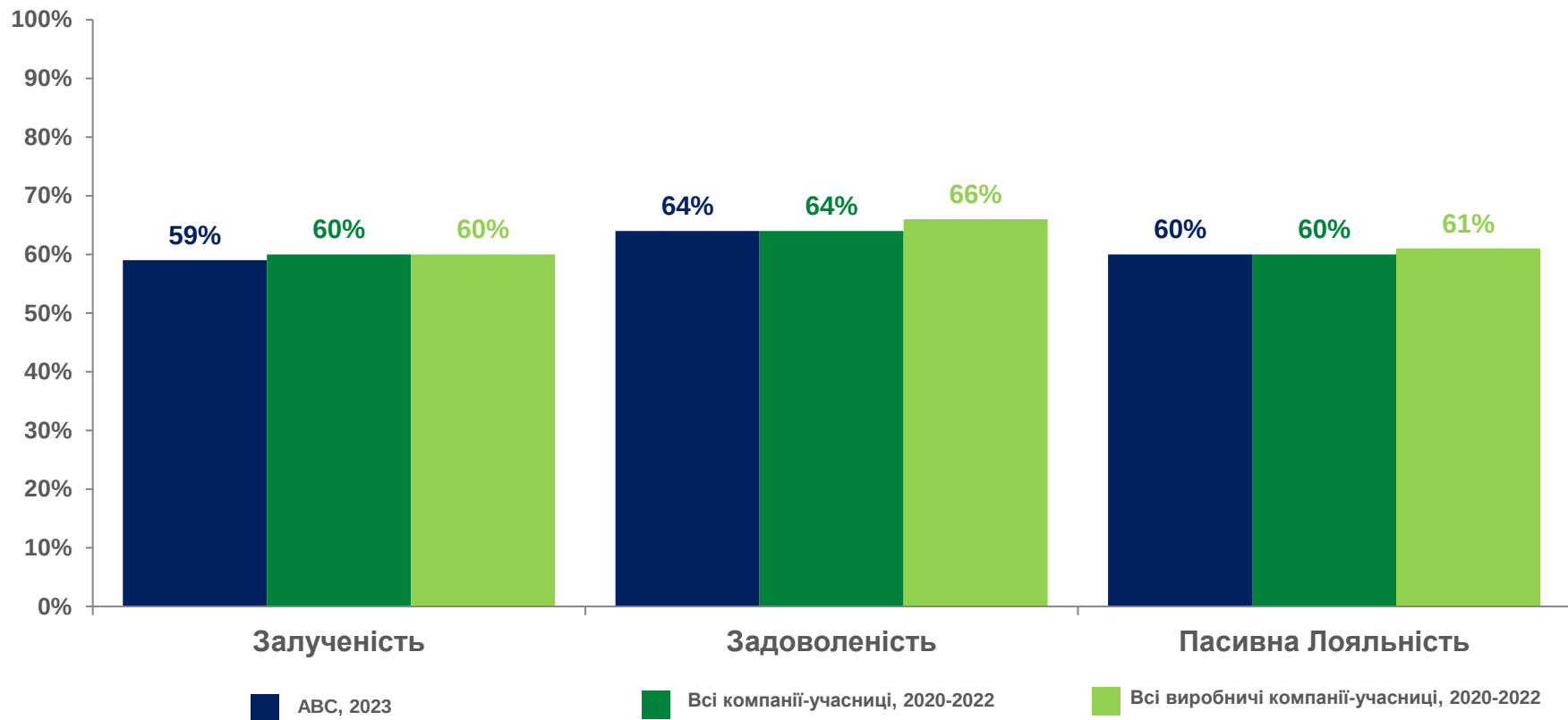
ABC (компанія в цілому), 2023, кількість респондентів	987
ABC (компанія в цілому), 2022, кількість респондентів	602
ABC (компанія в цілому), 2021, кількість респондентів	963



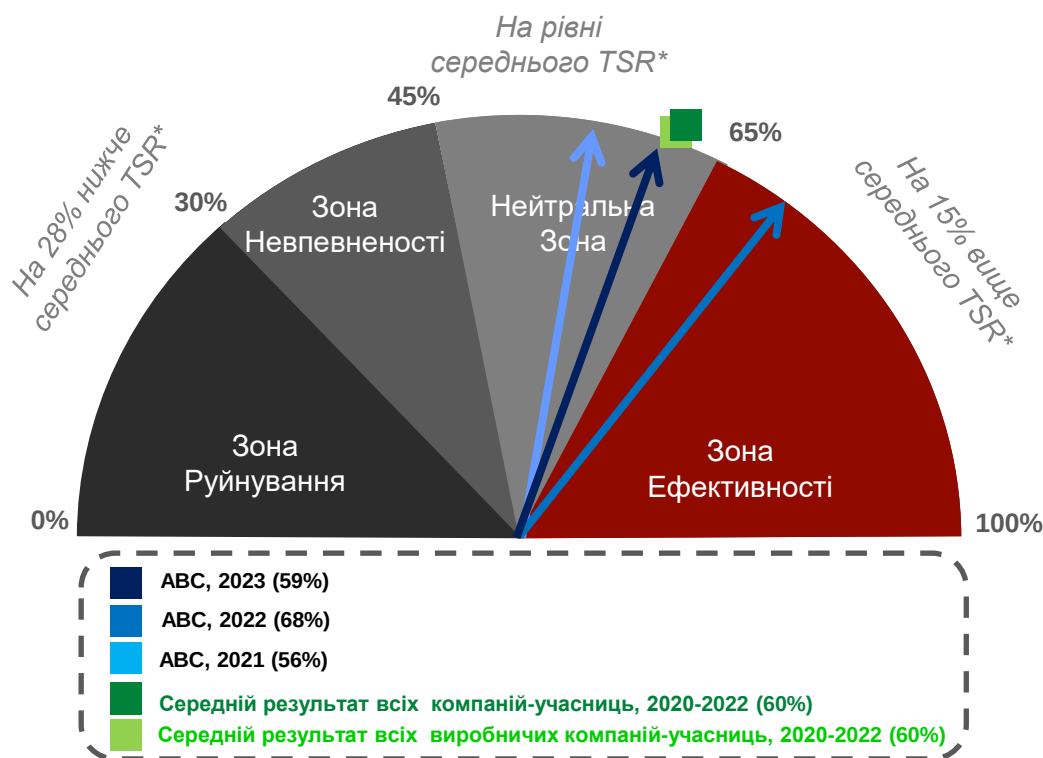
Основні показники: Залученість, Задоволеність, Пасивна Лояльність в порівнянні з іншими компаніями-учасниками Дослідження



ABC (компанія в цілому), 2023, кількість респондентів	987
Всі компанії-учасниці, 2020-2022, кількість респондентів	11257
Всі виробничі компанії-учасниці, 2020-2022, кількість респондентів	6930



Зв'язок Залученості і результатів бізнесу



TSR: Total Shareholder Return у відсотках: Загальний дохід власника (зростання ціни акції + виплачені дивіденди) ділений на ціну акції попереднього періоду.

За рівнем залученості Компанія потрапляє в **Нейтральну Зону** (результати компаній за рівнем залученості у цій зоні - від 45% до 65%).

Дана зона характерна тим, що компанії, які опинилися в ній, як правило, показують хороші результати.

У той же час, ці результати можна поліпшити. У такому випадку компанія має непогані шанси за кілька років «вирватися» в Зону Ефективності (тобто досягти і перевищити показник числа залучених співробітників, рівний 65%).

Характеристики різних зон представлені на стор. 7 Звіту, в розділі «Про Дослідження. Методологія».

Розподіл Залученості в Компанії



ABC (компанія в цілому), 2023, кількість респондентів	987
ABC (компанія в цілому), 2022, кількість респондентів	602
ABC (компанія в цілому), 2021, кількість респондентів	963
Всі компанії-учасниці, 2020-2022, кількість респондентів	11257
Всі виробничі компанії-учасниці, 2020-2022, кількість респондентів	6930



ABC, 2022	0%	8%	24%	68%
ABC, 2021	1%	13%	30%	56%
Всі компанії-учасниці, 2020-2022	1%	11%	28%	60%
Всі виробничі компанії-учасниці, 2020-2022	1%	10%	29%	60%

Частина респондентів, налаштованих повністю негативно щодо трьох вимірів залученості.

Частина респондентів, налаштованих швидше негативно щодо трьох вимірів залученості.

Частина респондентів, налаштованих швидше позитивно щодо трьох вимірів залученості.

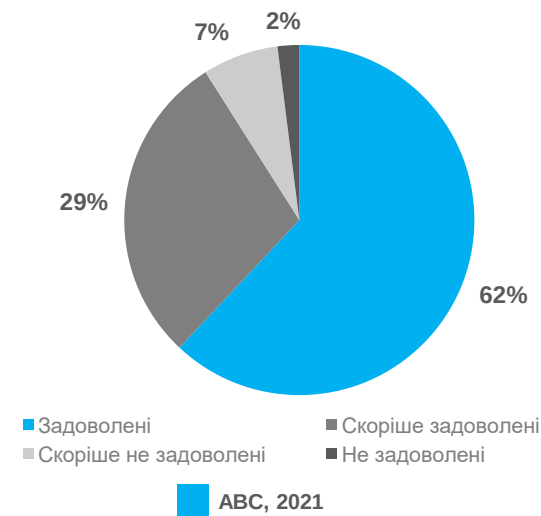
Частина респондентів, налаштованих позитивно щодо трьох вимірів залученості.

Загальна Задоволеність в Компанії



ABC (компанія в цілому), 2023, кількість респондентів	987
ABC (компанія в цілому), 2022, кількість респондентів	602
ABC (компанія в цілому), 2021, кількість респондентів	963

«Наскільки Ви в цілому задоволені роботою в цій компанії?»



Загальний рівень Задоволеності в Компанії в 2023 році дорівнює 64%. Як вже згадувалося, 64% - це загальна кількість «в цілому задоволених» співробітників і керівників, що працюють в Компанії на час проведення опитування думок. Важливо відзначити, що даний результат добре відображає ситуацію в Компанії в цілому, а не лише в групі респондентів – співробітників і керівників, які взяли участь в Дослідженні.

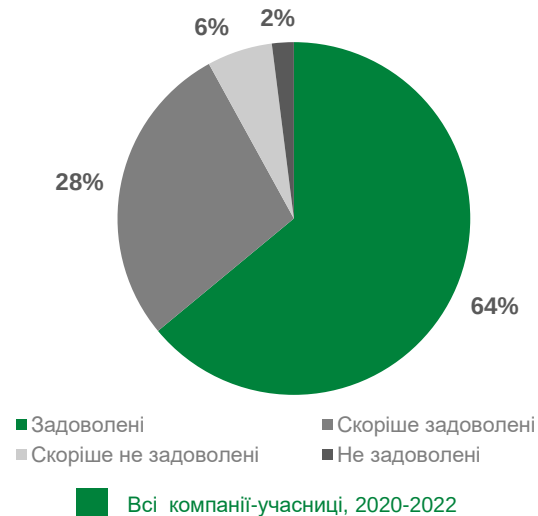
Приведене на діаграмі питання стоїть першим в Опитувальнику Залученості. Мета даного питання – зафіксувати перше (не заглиблене в подробиці) враження про Компанію. Під «загальною задоволеністю» ми розуміємо міру задоволеності співробітників своєю компанією як роботодавцем в цілому, до детального розгляду різних аспектів працевлаштування.

Загальна Задоволеність в Компанії у порівнянні з іншими учасниками Дослідження



ABC (компанія в цілому), 2023, кількість респондентів	987
Всі компанії-учасниці, 2020-2022, кількість респондентів	11257
Всі виробничі компанії-учасниці, 2020-2022, кількість респондентів	6930

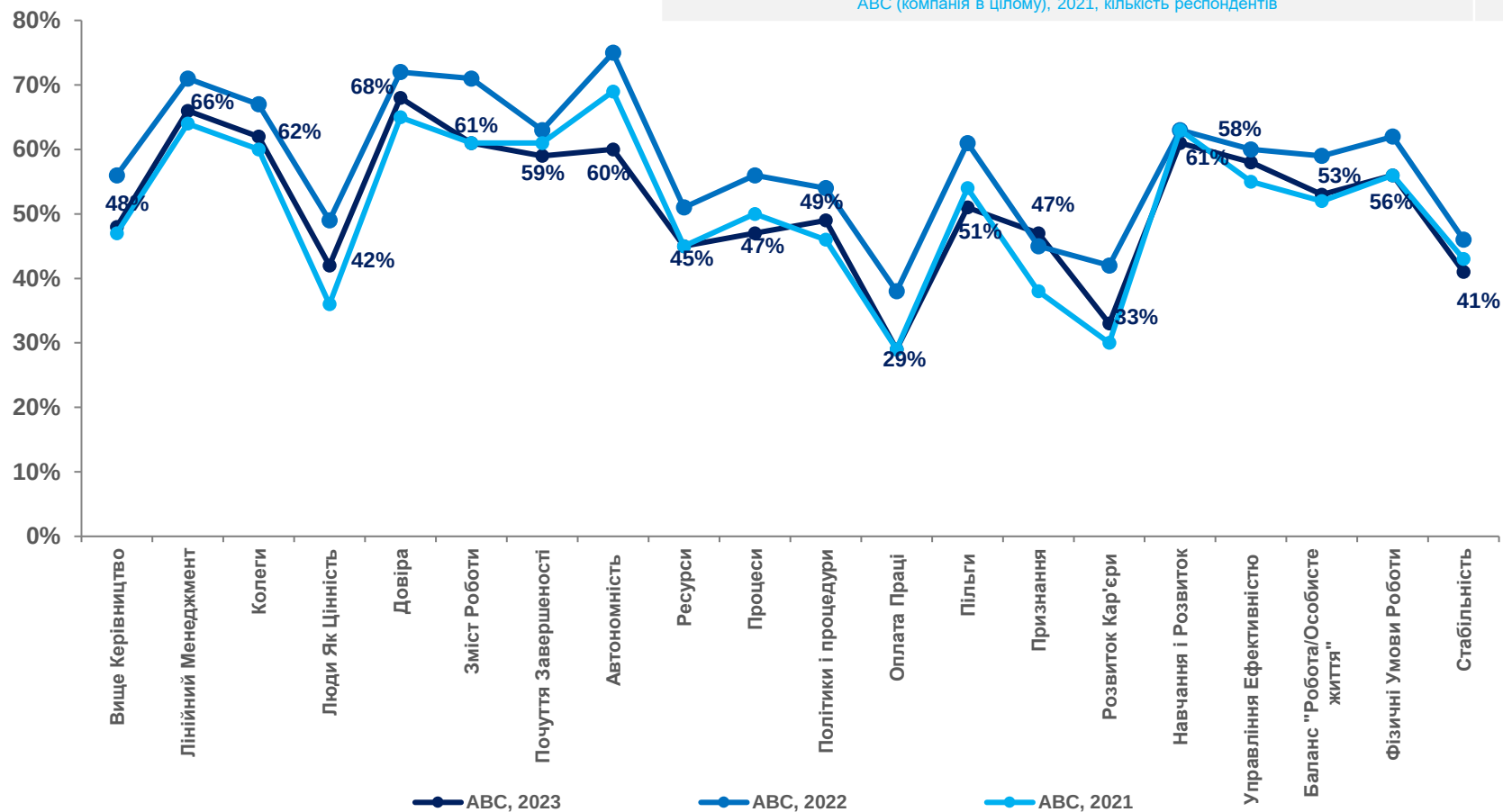
«Наскільки Ви в цілому задоволені роботою в цій компанії?»



Основні результати: Фактори Задоволеності



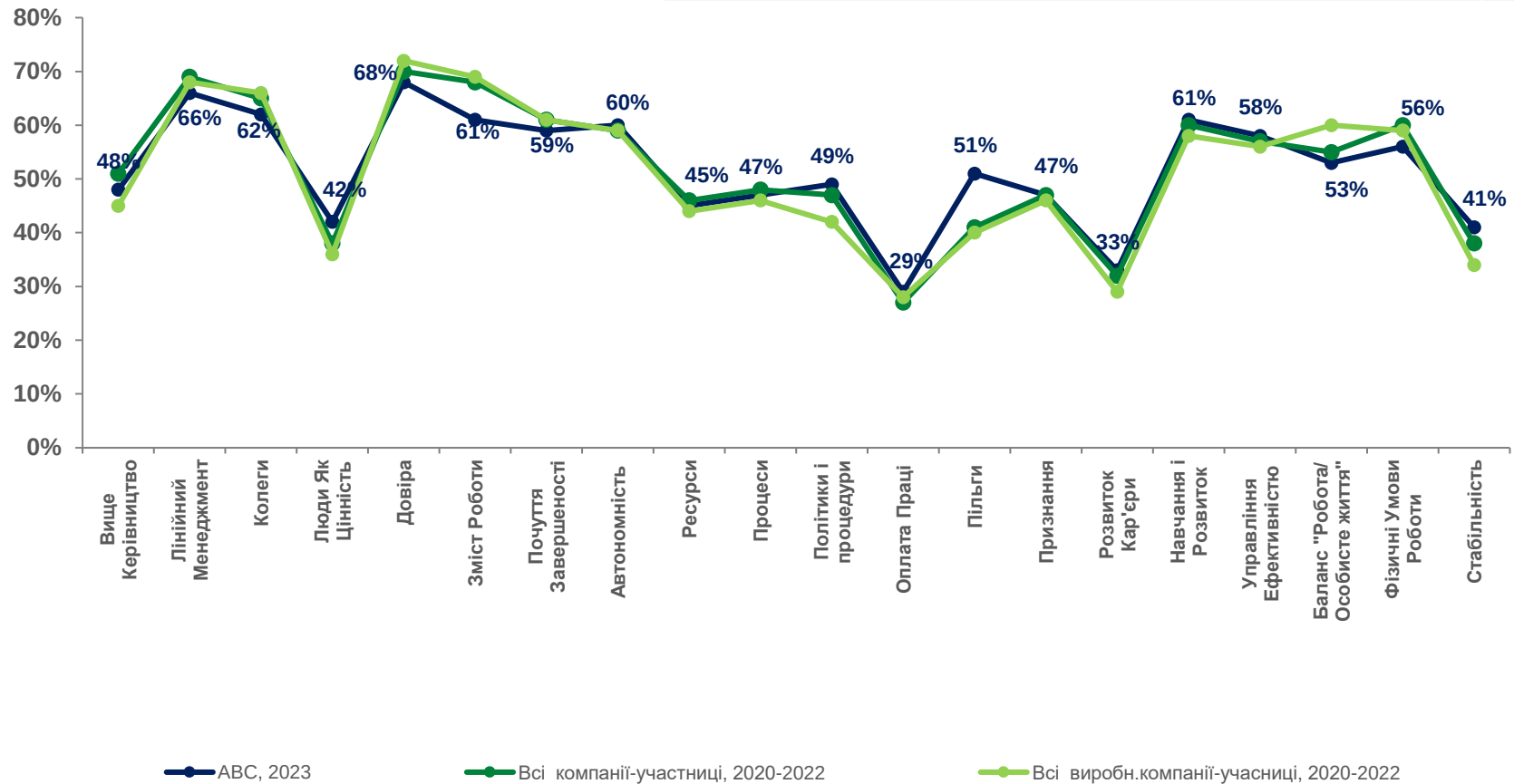
ABC (компанія в цілому), 2023, кількість респондентів	987
ABC (компанія в цілому), 2022, кількість респондентів	602
ABC (компанія в цілому), 2021, кількість респондентів	963



Основні результати: Фактори Задоволеності у порівнянні з іншими учасниками Дослідження



ABC (компанія в цілому), 2023, кількість респондентів	987
Всі компанії-учасниці, 2020-2022, кількість респондентів	11257
Всі виробничі компанії-учасниці, 2020-2022, кількість респондентів	6930

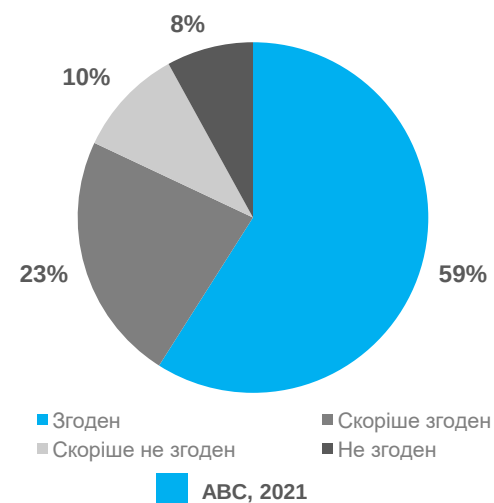
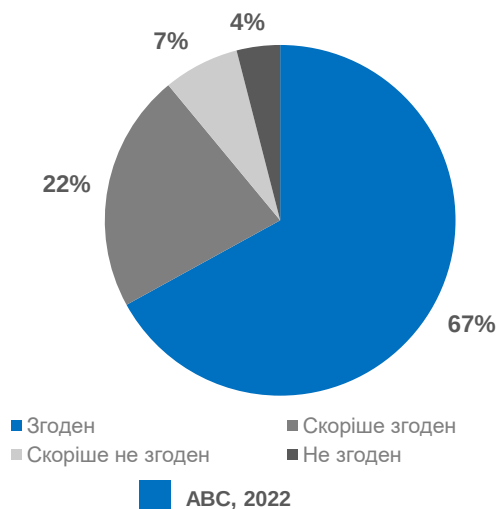
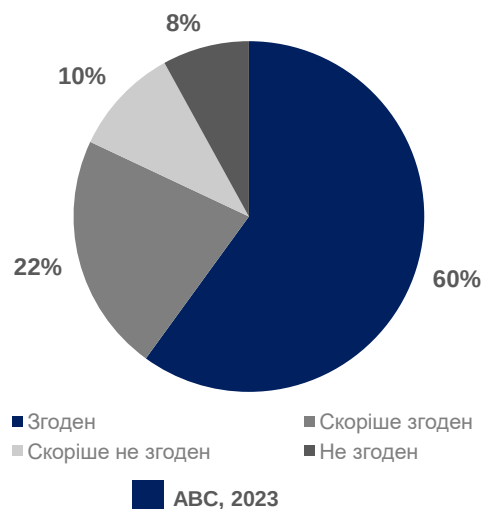


Пасивна Лояльність в Компанії



ABC (компанія в цілому), 2023, кількість респондентів	987
ABC (компанія в цілому), 2022, кількість респондентів	602
ABC (компанія в цілому), 2021, кількість респондентів	963

«Знадобляться серйозні причини для того, аби змусити мене піти з нашої компанії»



Показник Пасивної Лояльності співробітників і керівників Компанії в 2023 році досяг 60%. Як вже згадувалося вище, цей результат означає, що для 60% співробітників Компанії будуть потрібні дійсно серйозні причини, які можуть спонукати їх залишити Компанію і шукати роботу у іншому місці.

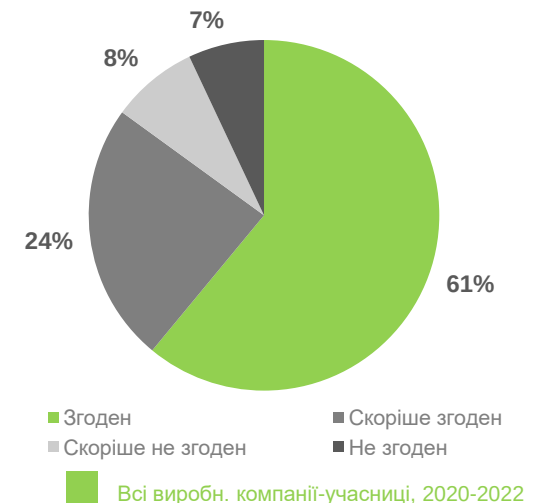
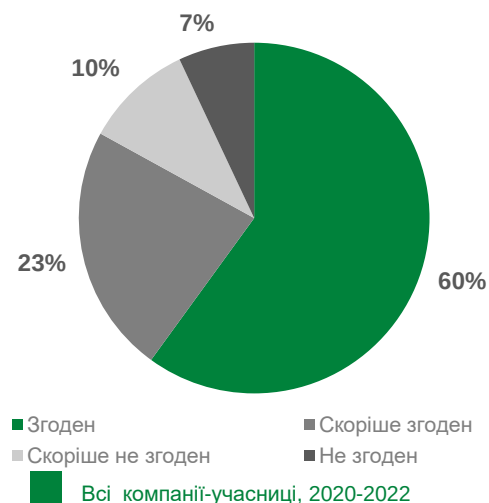
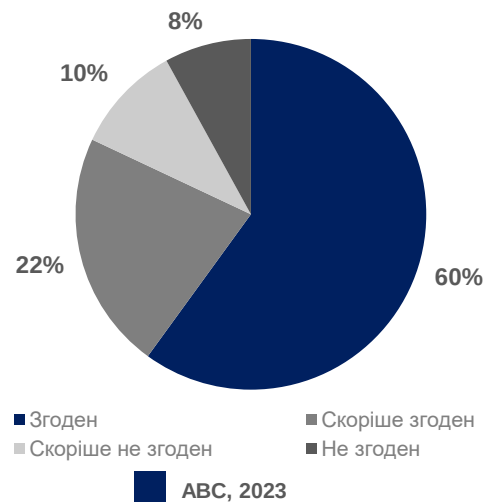
Наведене над діаграмою запитання відповідає за рівень Пасивної Лояльності по Компанії в цілому. При цьому, респонденти, які обрали відповідь «Не згоден» вважаються не лояльними. Таких співробітників в Компанії на час проведення опитування – 8%.

Пасивна Лояльність в Компанії у порівнянні з іншими учасниками Дослідження



АВС (компанія в цілому), 2023, кількість респондентів	987
Всі компанії-учасниці, 2020-2022, кількість респондентів	11257
Всі виробничі компанії-учасниці, 2020-2022, кількість респондентів	6930

«Знадобляться серйозні причини для того, аби змусити мене піти з нашої компанії»

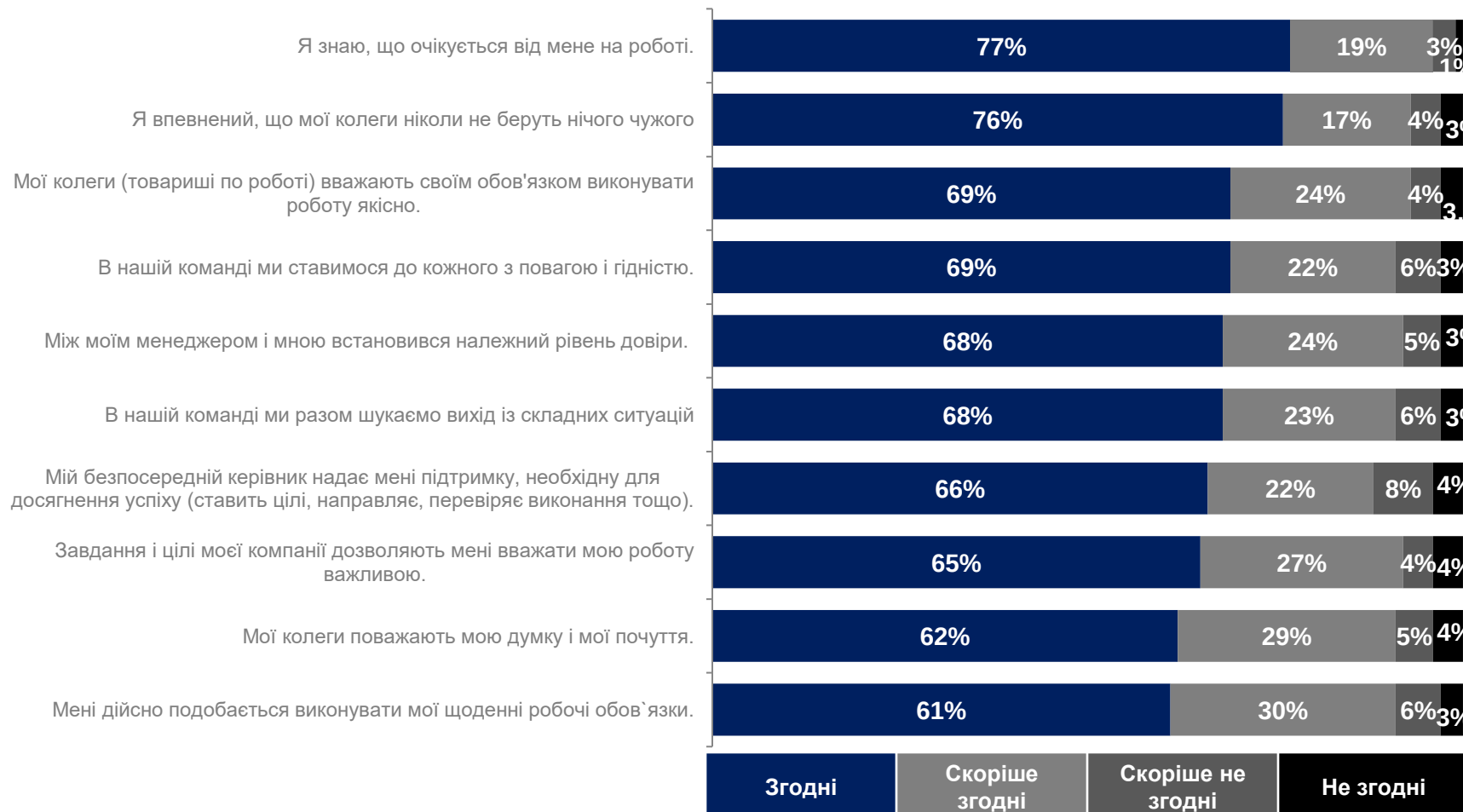


Зони найбільшої Задоволеності.

Найбільш позитивна реакція співробітників на запитання Дослідження



10 запитань, які отримали найбільшу підтримку з боку керівників і співробітників Компанії

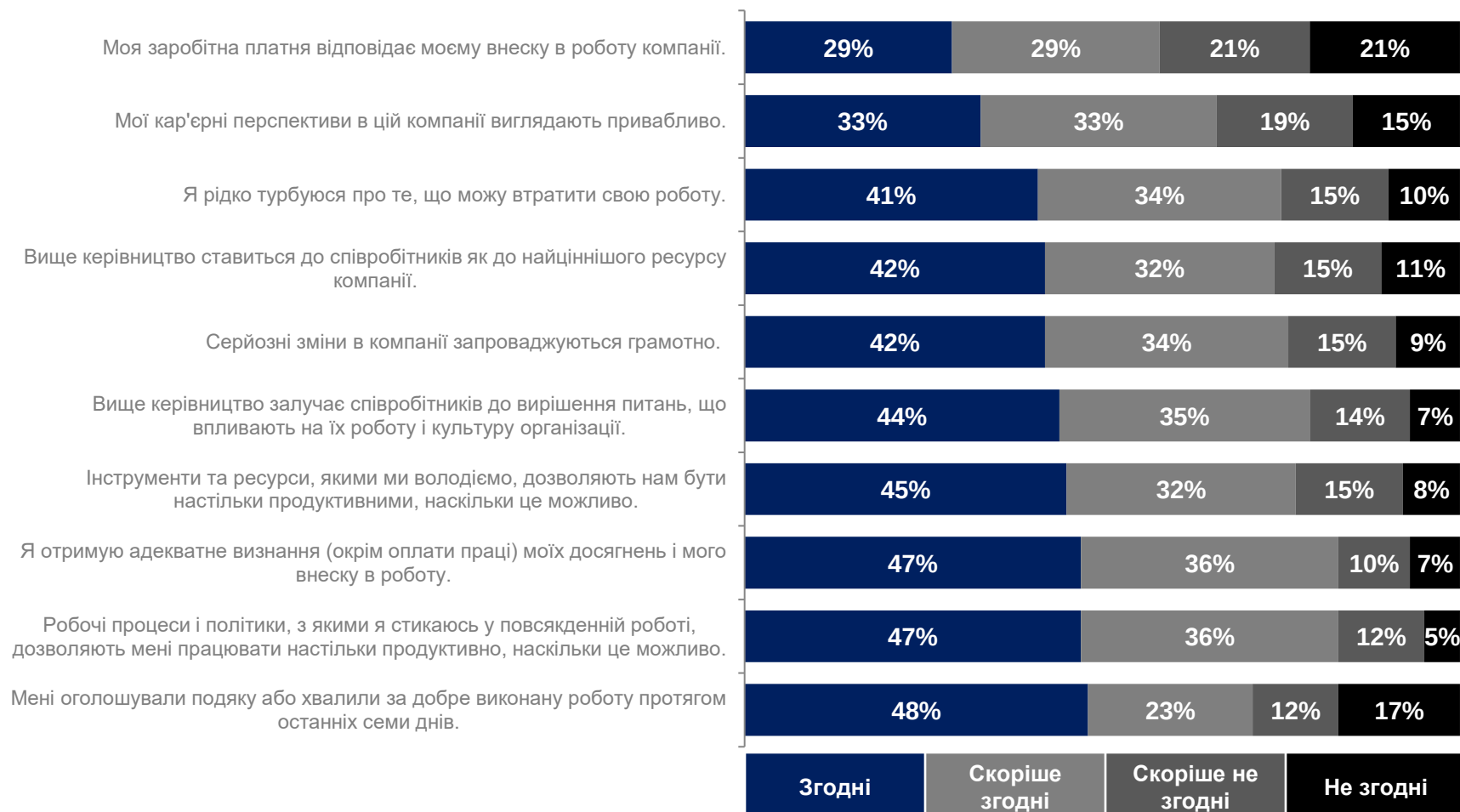


Зони найменшої Задоволеності.

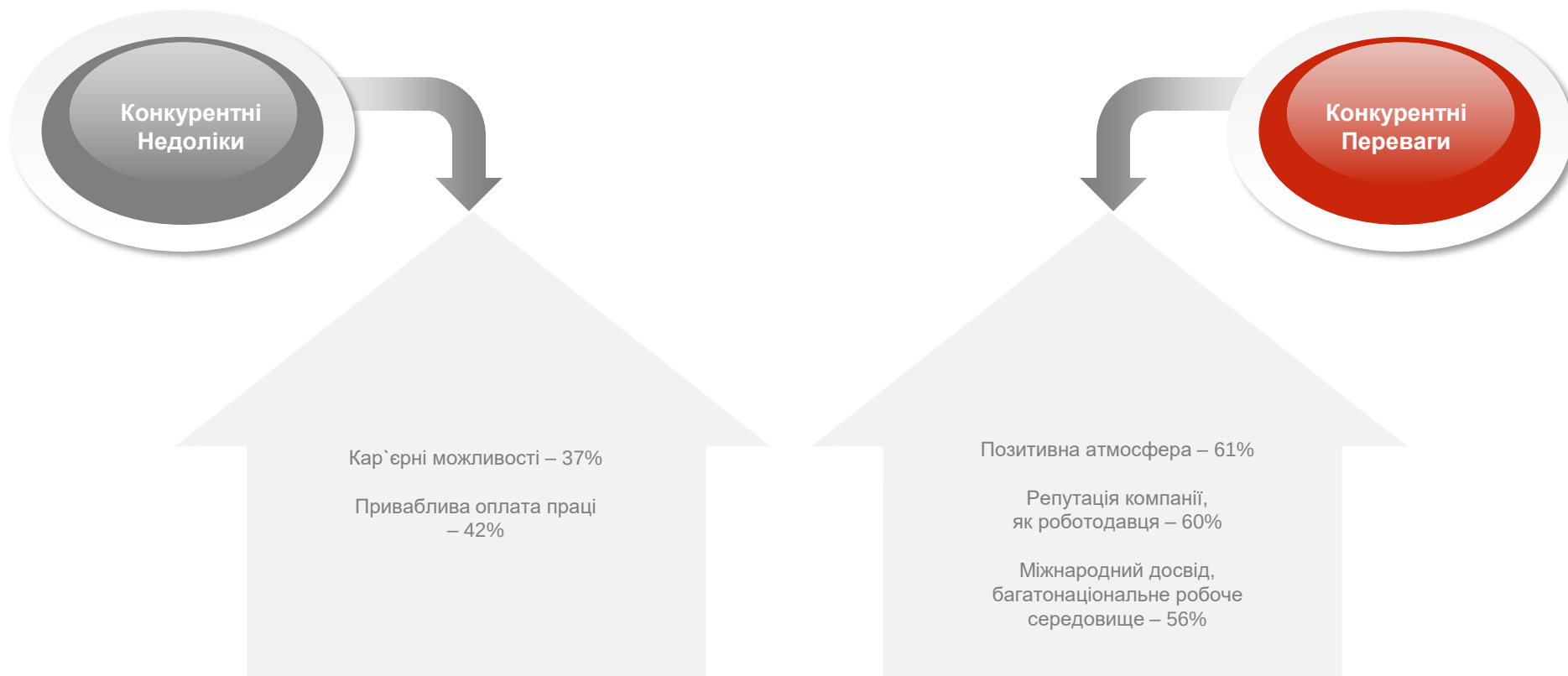
Найменш позитивна реакція співробітників на запитання Дослідження



10 запитань, які отримали найменшу підтримку з боку керівників і співробітників Компанії



Основні результати Дослідження в Компанії: Конкурентні переваги і недоліки Компанії як Роботодавця



Діаграма підготовлена на основі результатів відповідей респондентів на питання з блоку «Імідж Роботодавця». Порівняння відбувається між питаннями блоку.

3. Крос-Аналіз Залученості та Задоволеності

Крос-Аналіз Залученості та Задоволеності



У ході аналізу даних ми маємо можливість розділити всіх респондентів відповідно до їх рівня залученості та задоволеності.

В результаті ми отримуємо групи співробітників, яких легко ідентифікувати за їх назвами: від «Рухової Сили» до тих, хто «Подумки вже не в Компанії». Даний аналіз важливий для розуміння того, які людські ресурси має компанія, якою мірою вона може розраховувати на лояльну і залучену поведінку своїх співробітників, на підтримку змін і при реалізації тих чи інших стратегічних ініціатив.

Аналіз відповідей респондентів компанії **ABC**, які взяли участь у дослідженні, показав такі результати:



Крос-Аналіз Залученості та Задоволеності



Рушійна сила

«Рушійна Сила» - це співробітники і керівники, які, з одного боку, задоволені всіма умовами, створеними для них в Компанії, а з іншого - щиро захоплені своєю роботою, докладають додаткові зусилля для того, щоб якомога краще справлятися зі своїми обов'язками, допомагаючи Компанії досягати поставлених цілей. В компанії таких співробітників на даний момент близько 53% (важливо зазначити, що результати Крос-Аналізу застосовані до всієї Компанії в цілому).

Ослаблені

Співробітники з групи «Ослаблені» - виключно залучені в роботу, віддають Компанії всі сили. У той же час, є такі сфери з їх робочого життя, якими вони не цілком задоволені. Таких співробітників в компанії близько 7%.

Чи можуть ці люди стати ресурсом для поповнення групи «Рушійна Сила» - безумовно, так. Якщо будуть задоволені якісь їхні потреби, можливо, не такі вже значні і дорогі з точки зору Компанії. Для плідної роботи з групою Ослаблені слід вивчати сфери найбільш імовірної незадоволеності (які в цілому по Компанії є Слабкими сторонами). Варто також приділити увагу тим питанням з Опитувальника Дослідження, які отримали найменшу підтримку з боку співробітників Компанії. Таким чином вдасться зменшити незадоволеність співробітників Компанії в цілому, що позитивно позначиться на групі «Ослаблені» і вони продовжать поповнювати групу «Рушійна Сила».

Майбутній потенціал

Співробітники з групи «Майбутній Потенціал» не залучені і не задоволені. Тим не менш, вони все ще можуть бути корисні для Компанії, якщо звернути на них увагу, постаратися залучити їх до активної роботи. Для деяких співробітників (з числа новоприйнятих на роботу молодих фахівців, якими з тих чи інших причин не займаються належним чином) з групи «Майбутній Потенціал» корисним може бути наставництво, навчання в процесі роботи. Для інших співробітників можна спробувати підшукати роботу/обов'язки, яка/ї їм до душі - краще відповідає їх досвіду, знанням, особистісним установкам. Деякі співробітники добре відгукуються на підвищення кваліфікації, навчання нової, необхідної Компанії професії.

Великий вплив на залученість надає діяльність безпосередніх керівників. Бували випадки, коли заміна менеджера приводила до стабілізації ситуації в підрозділі, зростанні мотивації та залученості співробітників, хоча при цьому в подальшому може поступово змінюватися склад підрозділу - деякі зі старих співробітників можуть залишати організацію, не впоравшись зі змінами. Співробітників з групи «Майбутній Потенціал» в компанії на даний момент - 28%.

Крос-Аналіз Залученості та Задоволеності



Баласт

Співробітники з групи «Баласт» всім задоволені, часто - досить лояльні до Компанії, але при цьому ніколи не стануть докладати додаткові зусилля для досягнення поставлених перед командою, групою, підрозділом цілей. Доручення «спускаються на гальмах», накази не поспішають виконуватися, робота йде повільно, ліниво, і, врешті-решт, керівник змушений передоручити роботу іншому (чи іншим співробітникам). Найчастіше ж буває, що колеги, не чекаючи втручання керівника, самі виконують не свою роботу, оскільки їх власні завдання пов'язані із завданнями, які не виконуються.

Співробітники з групи «Баласт» небезпечні для Компанії. Вони викликають роздратування (найчастіше - тихе, приховане) у співробітників, що відносяться до своїх обов'язків з більшою ретельністю і відповідальністю. На жаль, при цьому керівники підрозділів далеко не відразу дізнаються, хто в їх структурі уникає «зайвого» навантаження. Часто співробітники такого роду з усіма «дружать» (особливо з керівництвом), говорять правильні речі, їх не одразу можна вірно оцінити. Стимулювати такого співробітника можна лише на дуже короткий період часу, а «переробити» його неможливо.

Таких співробітників в Компанії компанії близько 11%. Очищення Компанії від баласту - кропітка, важка і відповідальна робота, перш за все, безпосередніх керівників всіх рівнів, пов'язана з постановкою чітких цілей, підтримкою в ході виконання завдань/виконання роботи, наданням грамотного зворотного зв'язку всім співробітникам і справедливою оцінкою діяльності кожного підлеглого.

Мученики

Співробітники з групи «Мученики» всім незадоволені. У той же час, це залучені співробітники. Їх девіз - «Робота на знос!». До цієї групи, як правило, можуть відноситися ті співробітники, які, наприклад, через нераціональність робочого навантаження виявилися на початку періоду т.зв. «Професійного вигорання». Це також можуть бути «старожили» Компанії, які пам'ятають колишні часи, правила, умови, стандарти діяльності і не можуть адаптуватися до нових умов і правил, але продовжують бездоганно виконувати свою роботу, оскільки інакше просто не можуть. «Мученики» можуть тривалий час перебувати в своєму стані, а можуть переміщатися в інші групи, як правило, в групу «Подумки вже не в Компанії» або (це в кращому випадку) - в групу «Ослаблені». Співробітників, що відносяться до цієї групи в 2023 році не виявлено.

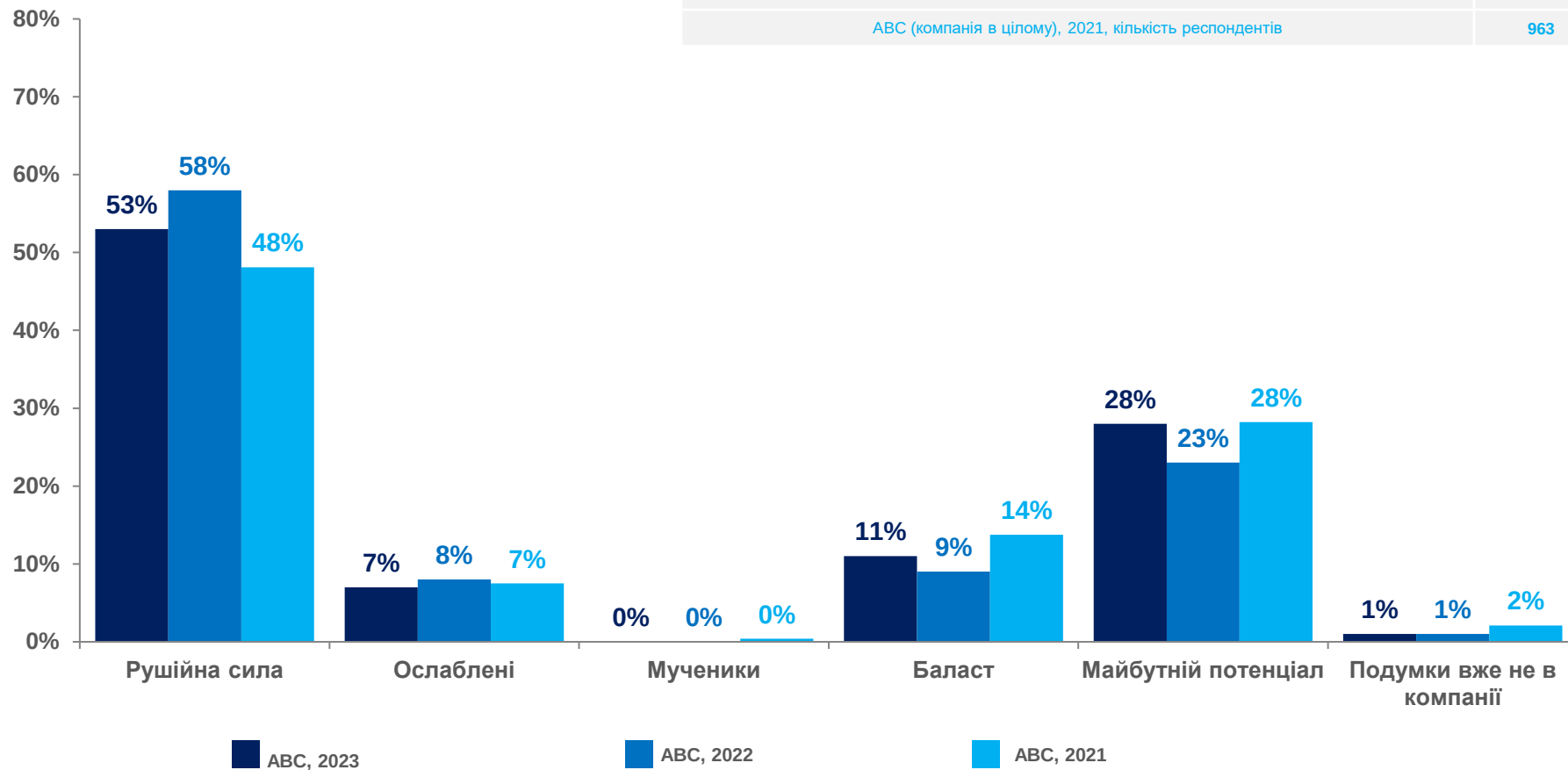
Подумки вже не в Компанії

Назва цієї групи говорить сама за себе. Співробітники з цієї групи готові залишити Компанію при першій вдалій можливості. У той же час, практика показує, що такі співробітники можуть продовжувати залишатися в організації протягом багатьох років, наприклад в регіонах з високим рівнем безробіття. Таких співробітників в 2023 році близько 1%.

Крос-Аналіз Залученості та Задоволеності в порівнянні з минулими роками



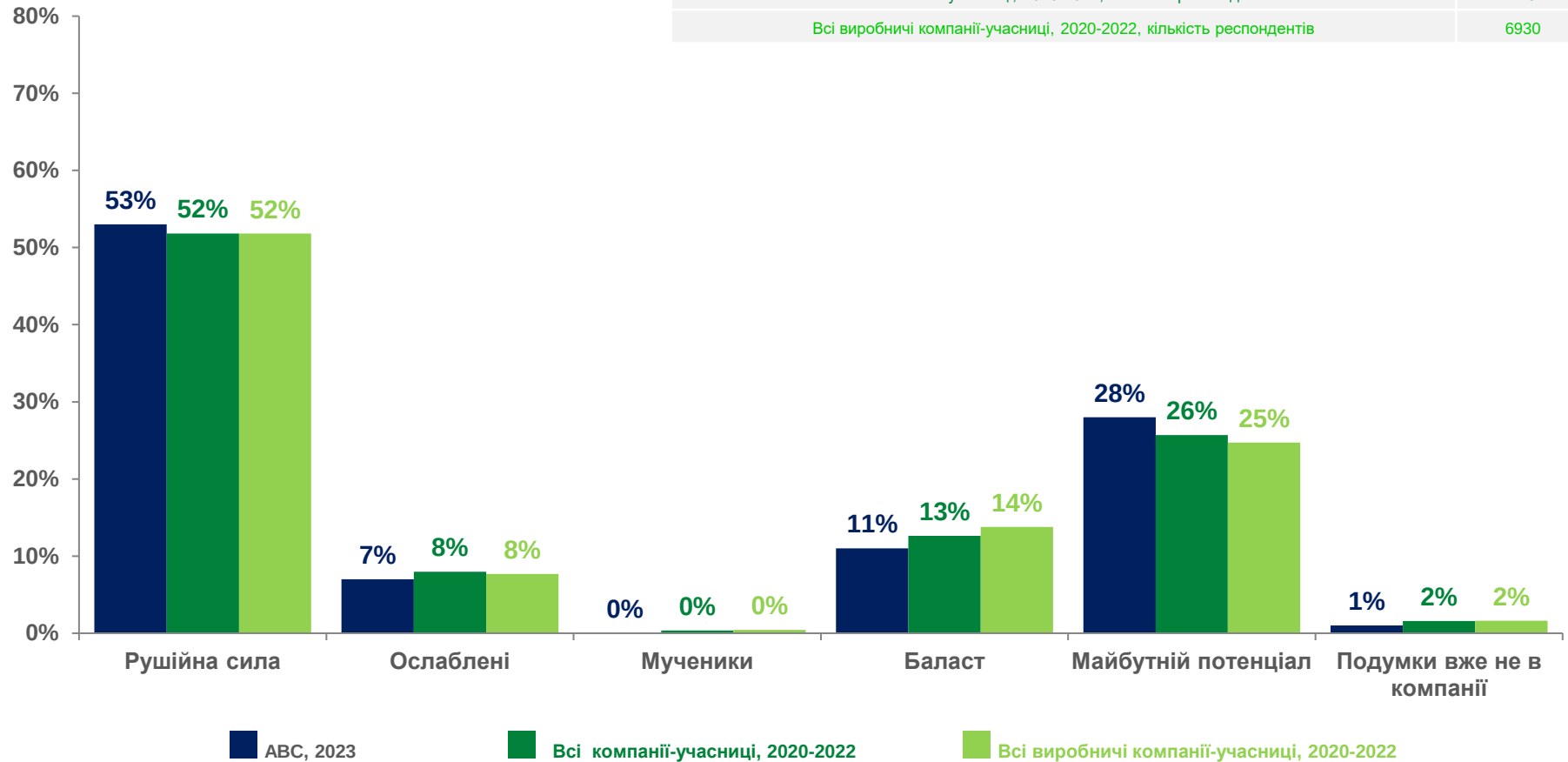
ABC (компанія в цілому), 2023, кількість респондентів	987
ABC (компанія в цілому), 2022, кількість респондентів	602
ABC (компанія в цілому), 2021, кількість респондентів	963



Крос-Аналіз Залученості і Задоволеності в порівнянні з іншими компаніями-учасниками Дослідження



АВС (компанія в цілому), 2023, кількість респондентів	987
Всі компанії-учасниці, 2020-2022, кількість респондентів	11257
Всі виробничі компанії-учасниці, 2020-2022, кількість респондентів	6930



4. Аналіз впливу факторів Задоволеності на Залученість в Компанії

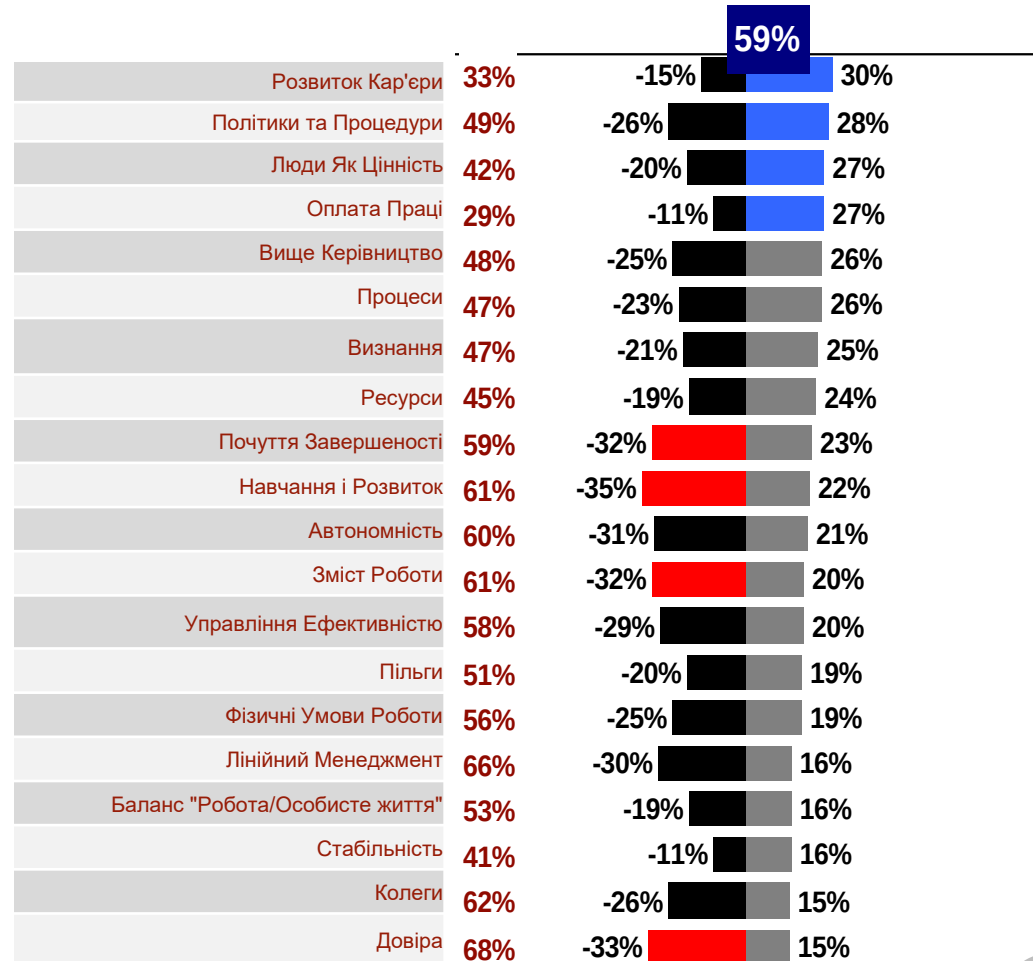
Аналіз впливу факторів Задоволеності на майбутню ситуацію з Залученістю в Компанії



Для збільшення кількості вмотивованих, зацікавлених і активних співробітників, компанії повинні фокусувати зусилля на тих факторах Задоволеності, які дадуть найбільший приріст Залученості в майбутньому - замість розтрати сил і засобів на роботу з факторами з низькою задоволеністю, але і низьким позитивним впливом.

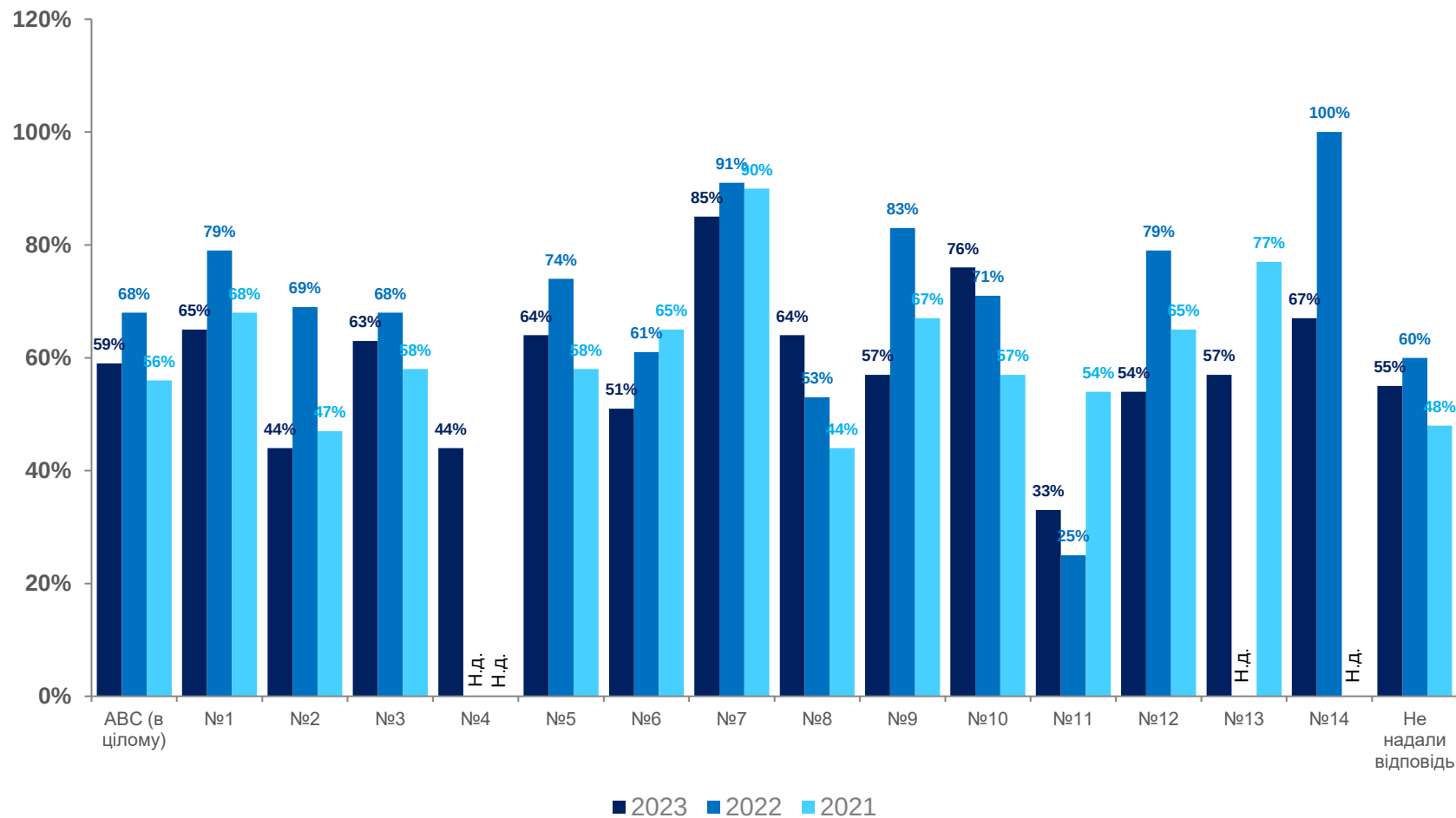
Аналіз дозволяє виділити наступні зони:

- **Червоним кольором** позначені фактори з найбільшим можливим негативним впливом на розвиток залученості в компанії в майбутньому. Ці фактори повинні стати зонами ризику або зонами постійної уваги.
- **Синім кольором** відзначені фактори з найбільшим можливим позитивним впливом на розвиток Залученості в компанії в майбутньому. Ці фактори повинні стати зонами потенціалу або зонами активних дій.

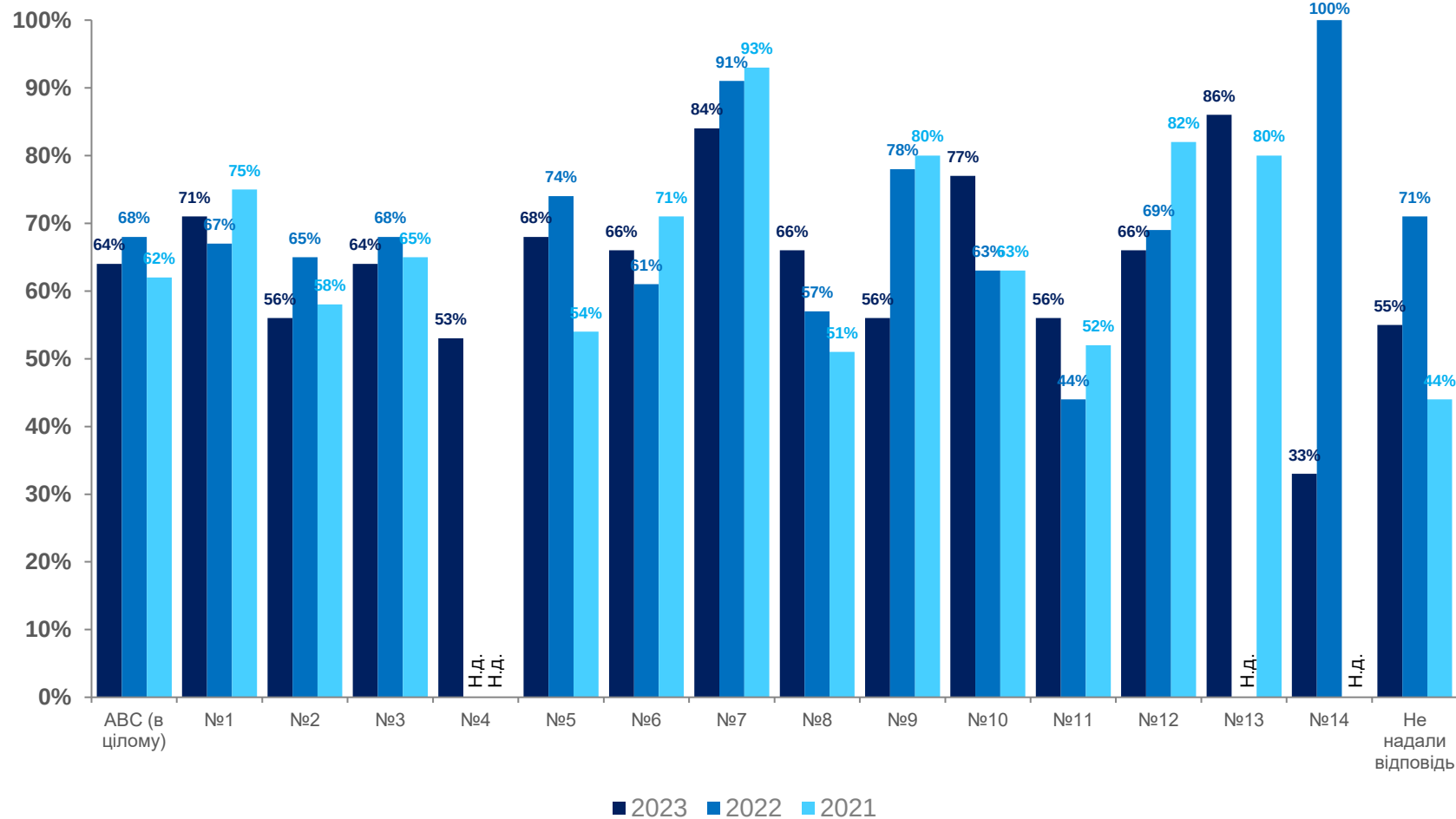


5. Детальні результати в залежності від підрозділу

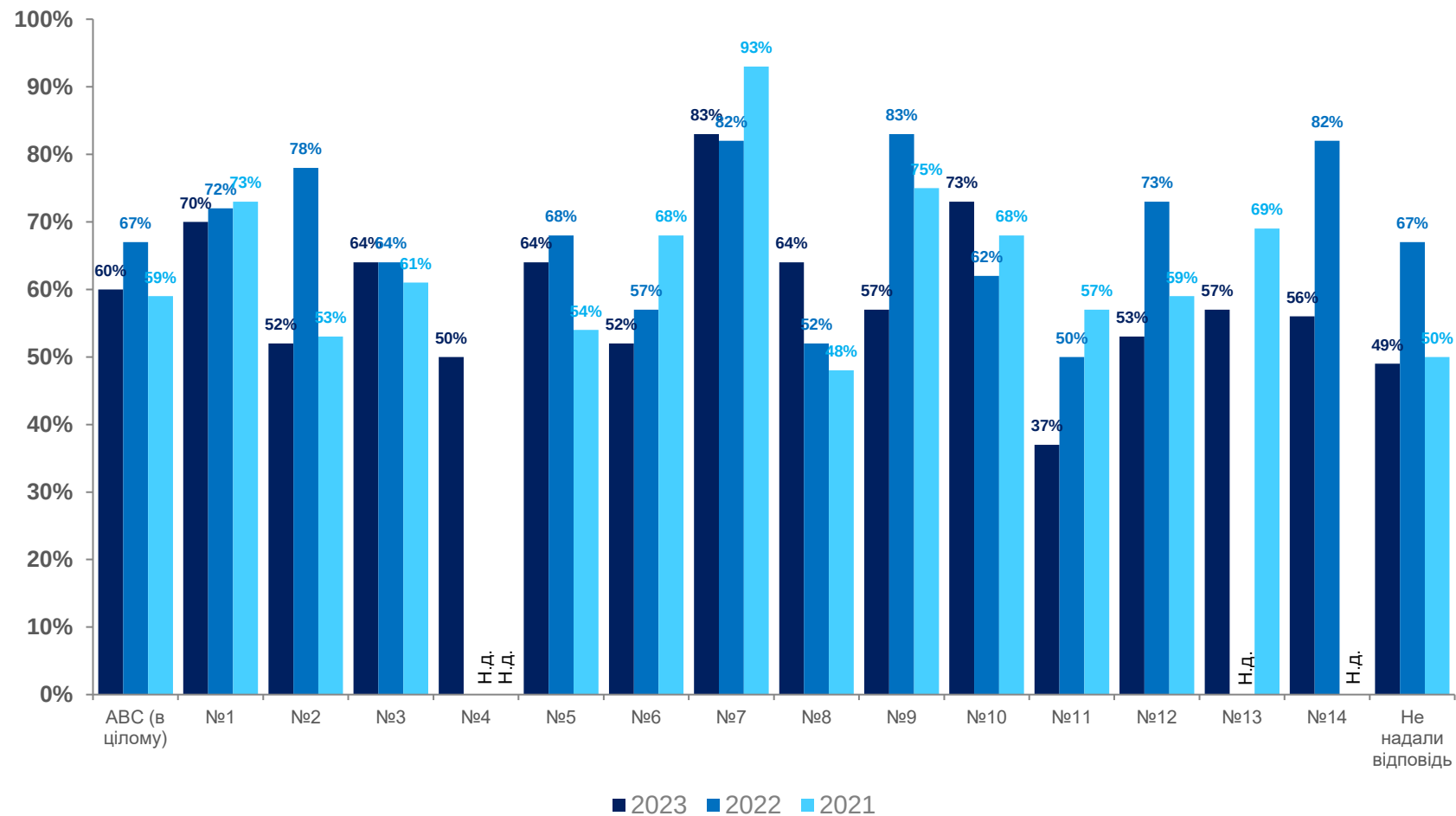
Розподіл Залученості в залежності від підрозділу



Розподіл Задоволеності в залежності від підрозділу



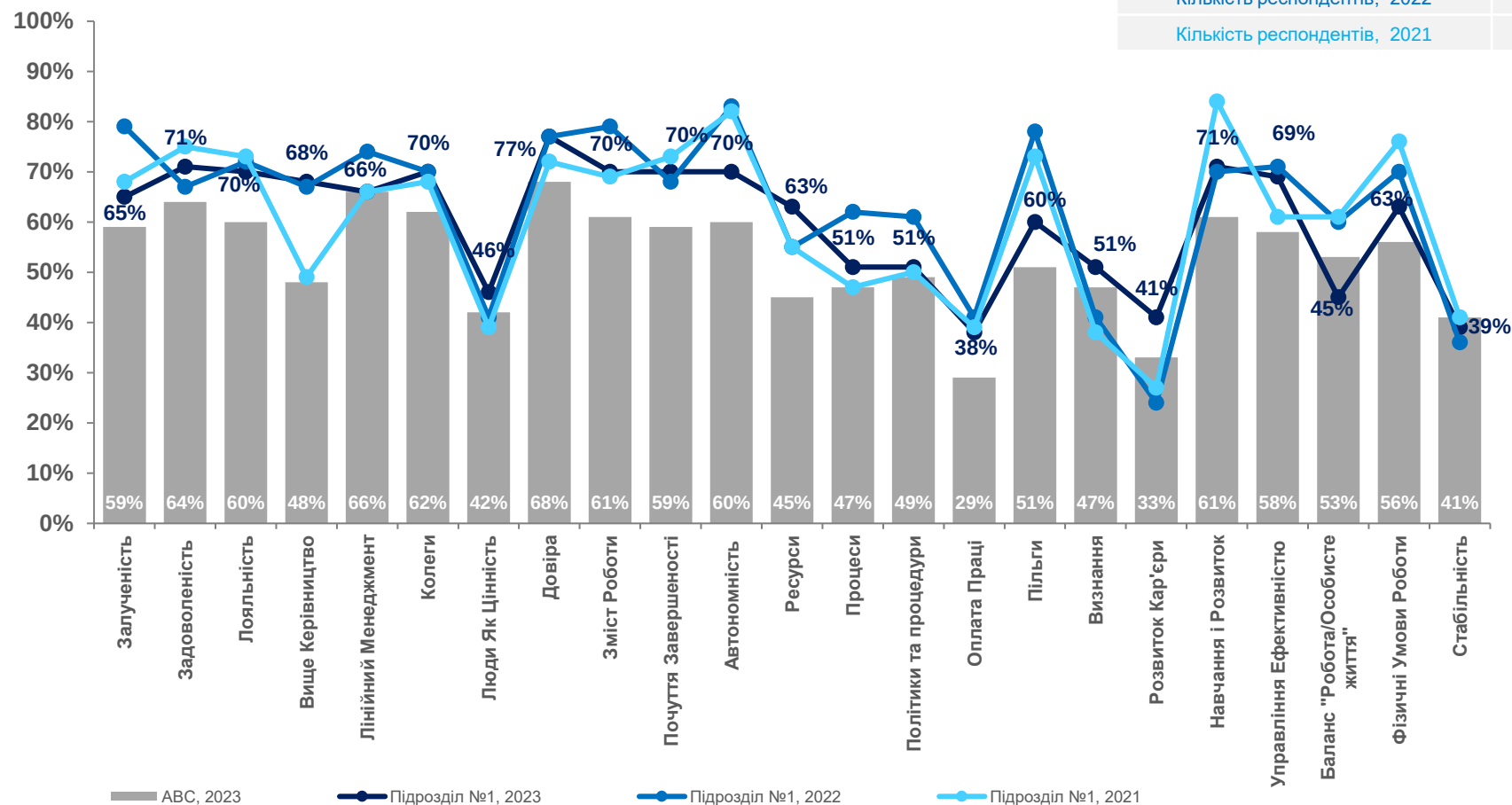
Розподіл Пасивної Лояльності в залежності від підрозділу



Детальні результати в залежності від підрозділу. №1

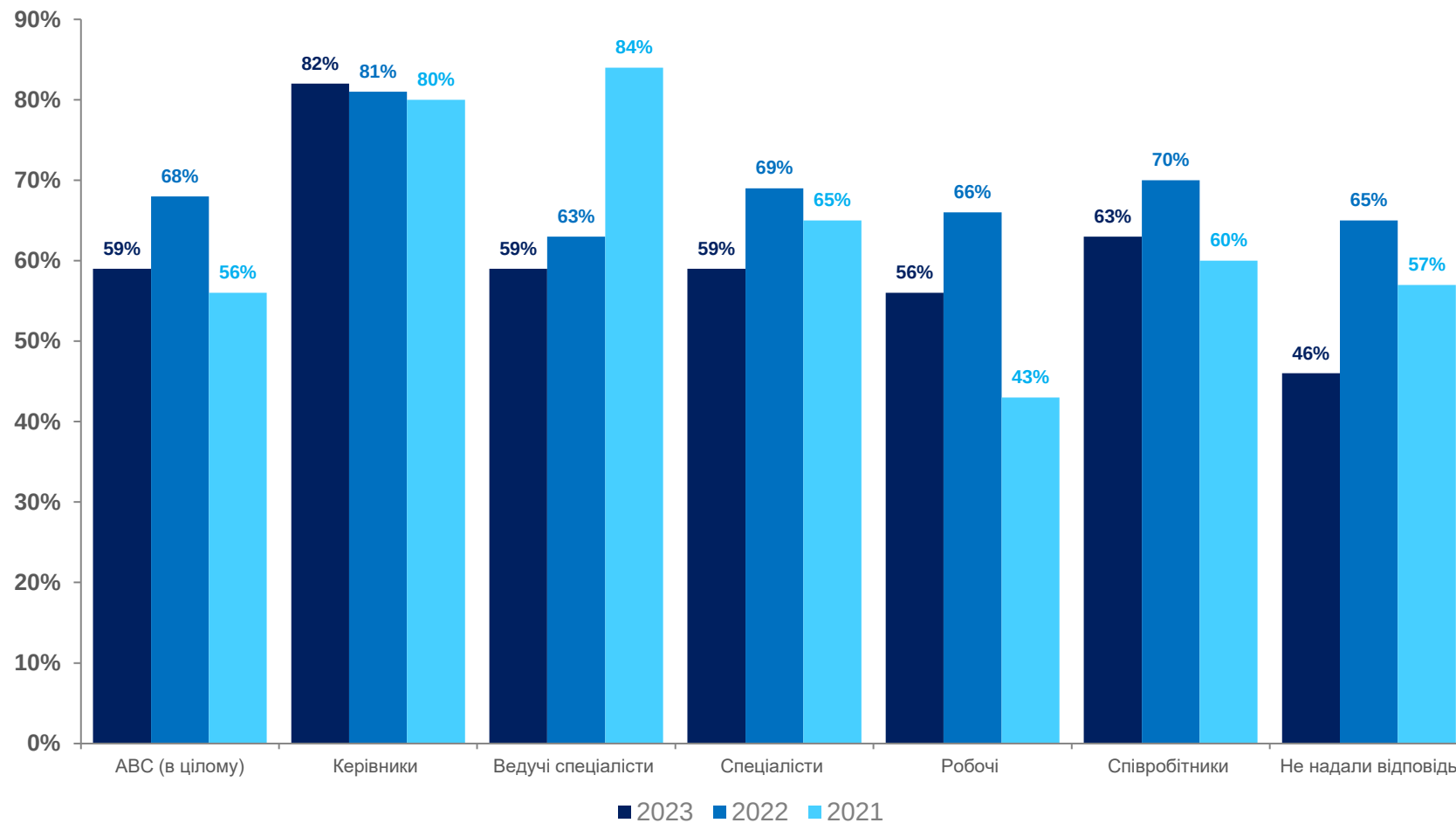


Кількість респондентів, 2023	54
Кількість респондентів, 2022	47
Кількість респондентів, 2021	62

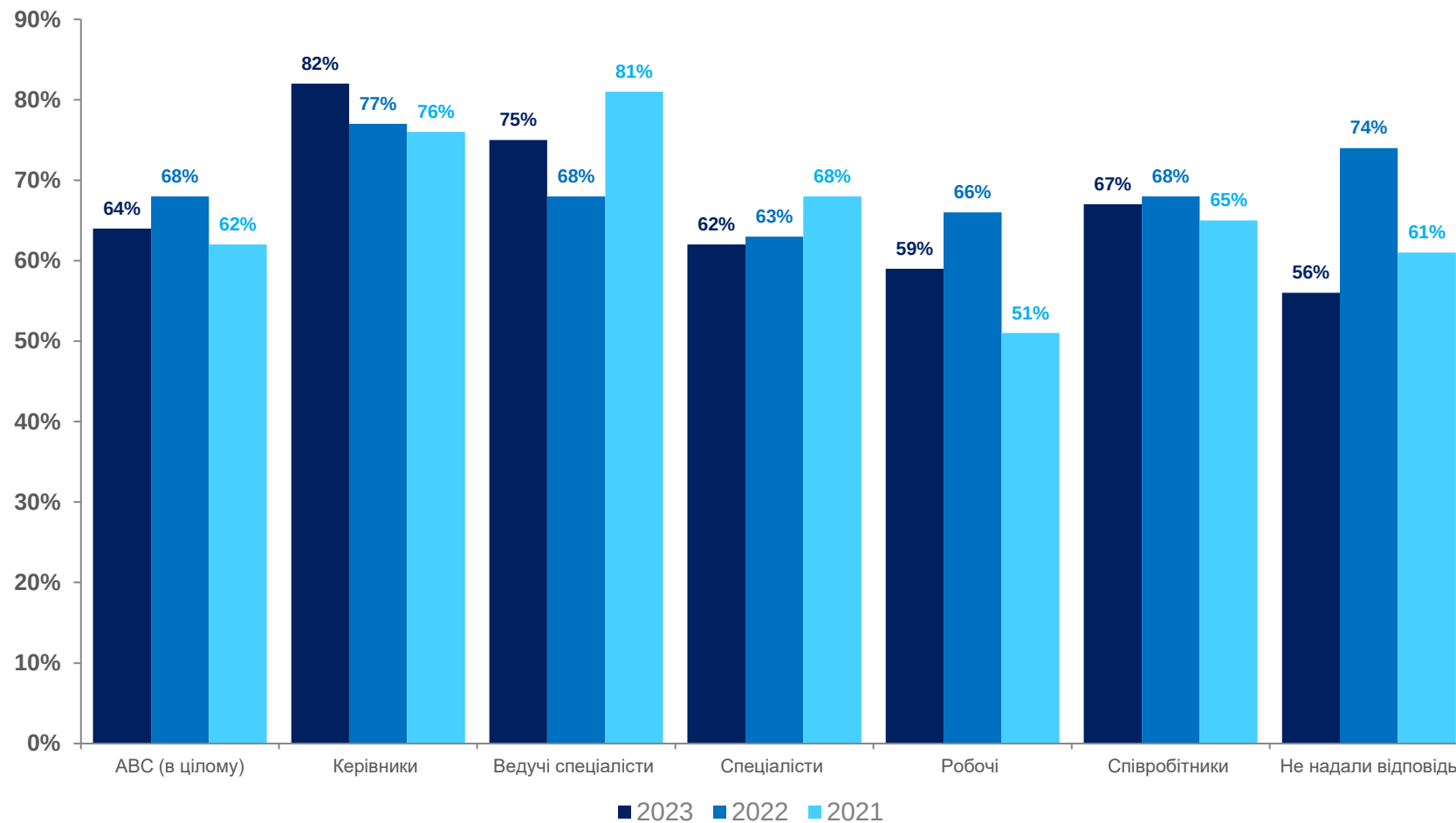


6. Детальні результати в залежності від рівня посади

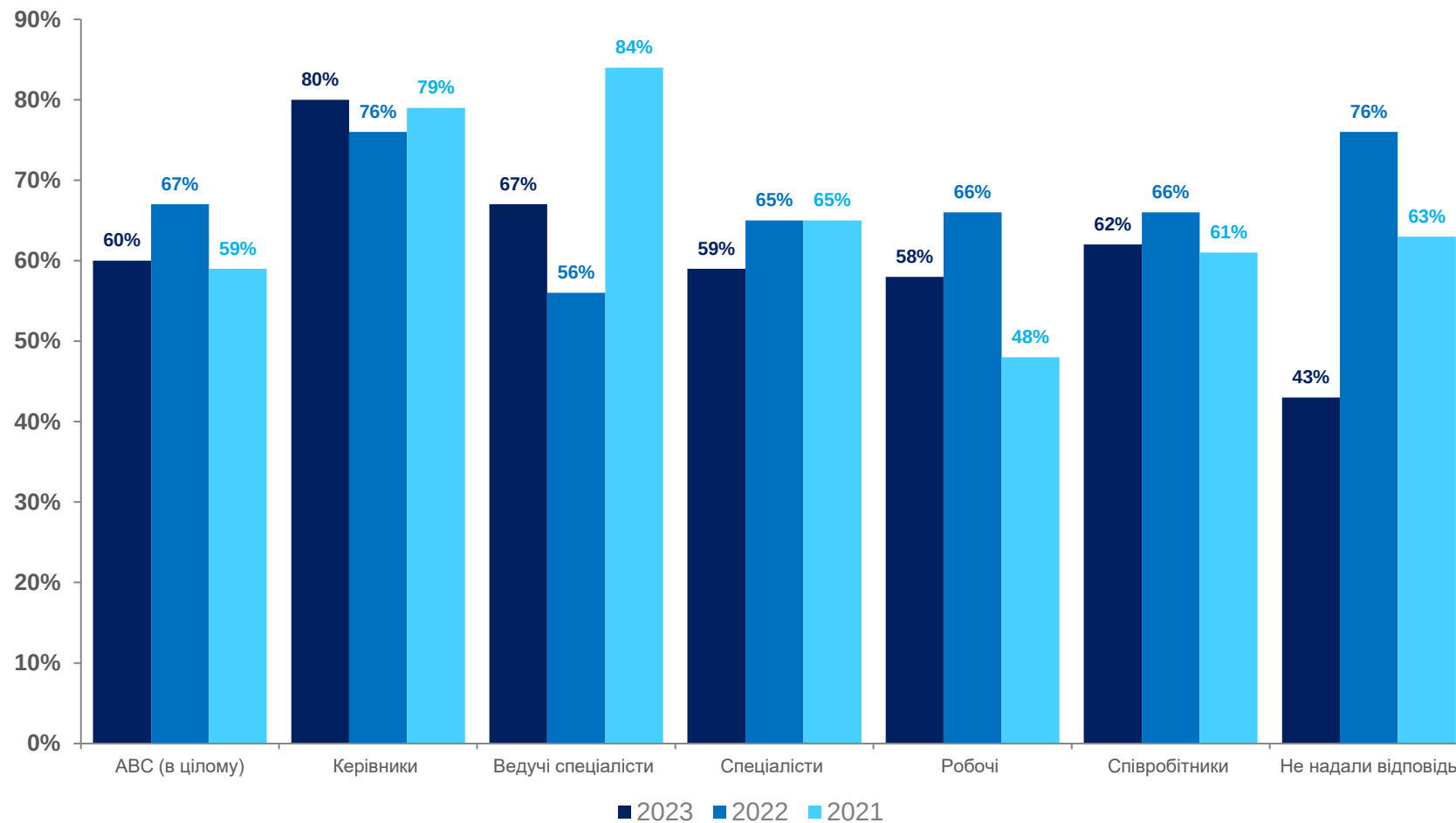
Розподіл Залученості в залежності від рівня посади



Розподіл Задоволеності в залежності від рівня посади



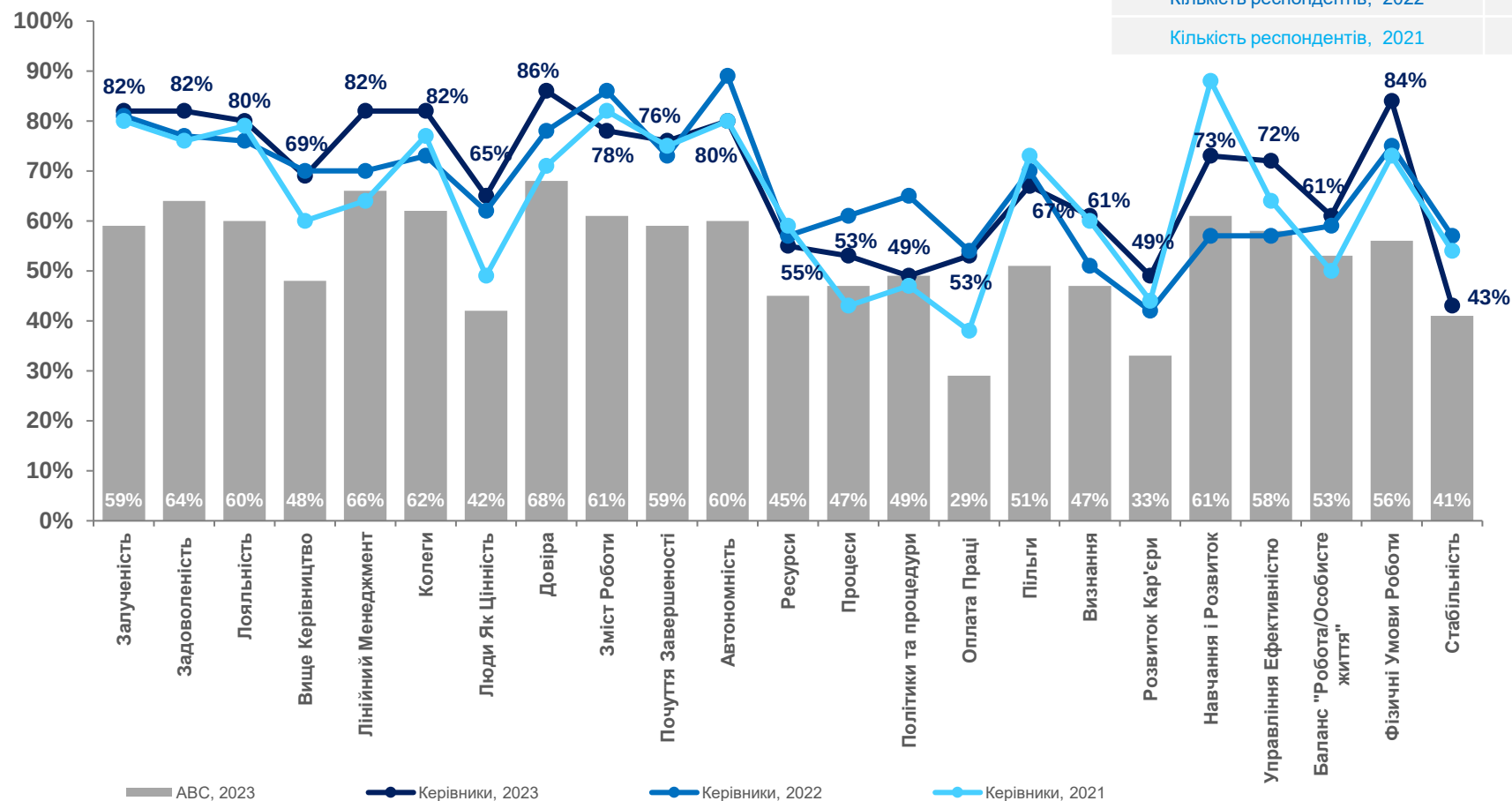
Розподіл Пасивної Лояльності в залежності від рівня посади



Детальні результати в залежності від рівня посади. Керівники



Кількість респондентів, 2023	51
Кількість респондентів, 2022	37
Кількість респондентів, 2021	56

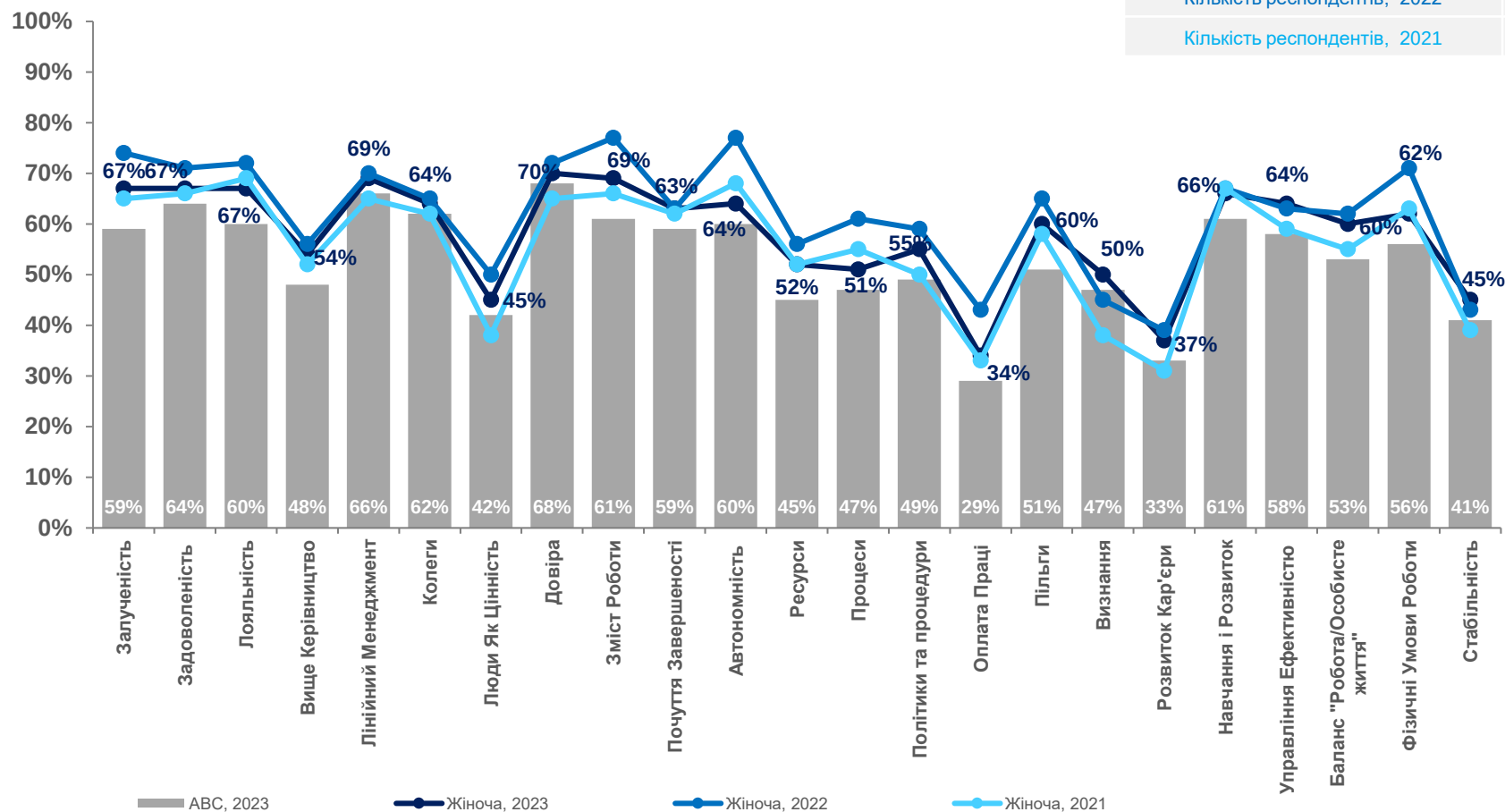


7. Детальні результати в залежності від статі

Детальні результати в залежності від статі. Жіноча



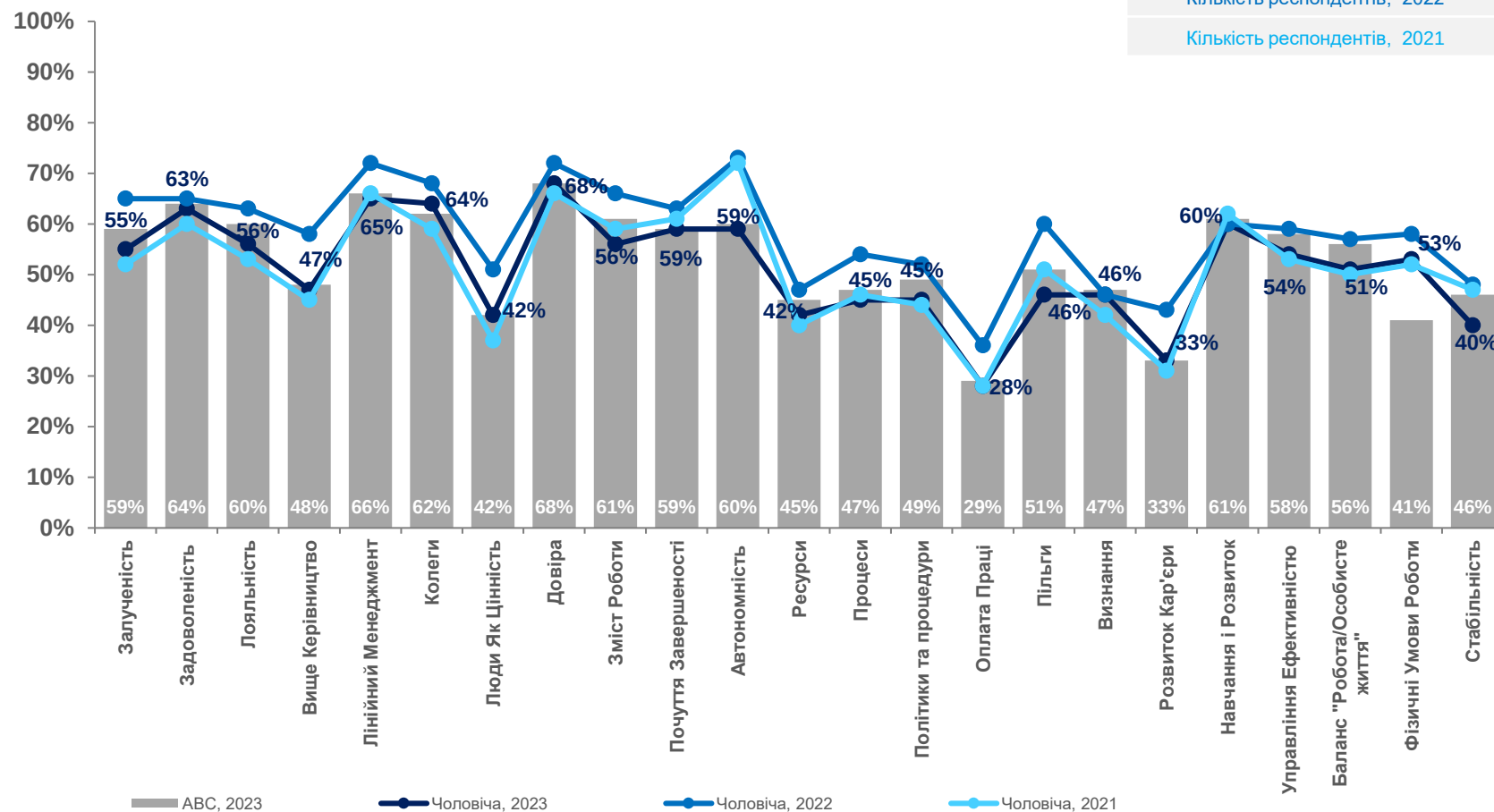
Кількість респондентів, 2023	365
Кількість респондентів, 2022	221
Кількість респондентів, 2021	380



Детальні результати в залежності від статі. Чоловіча



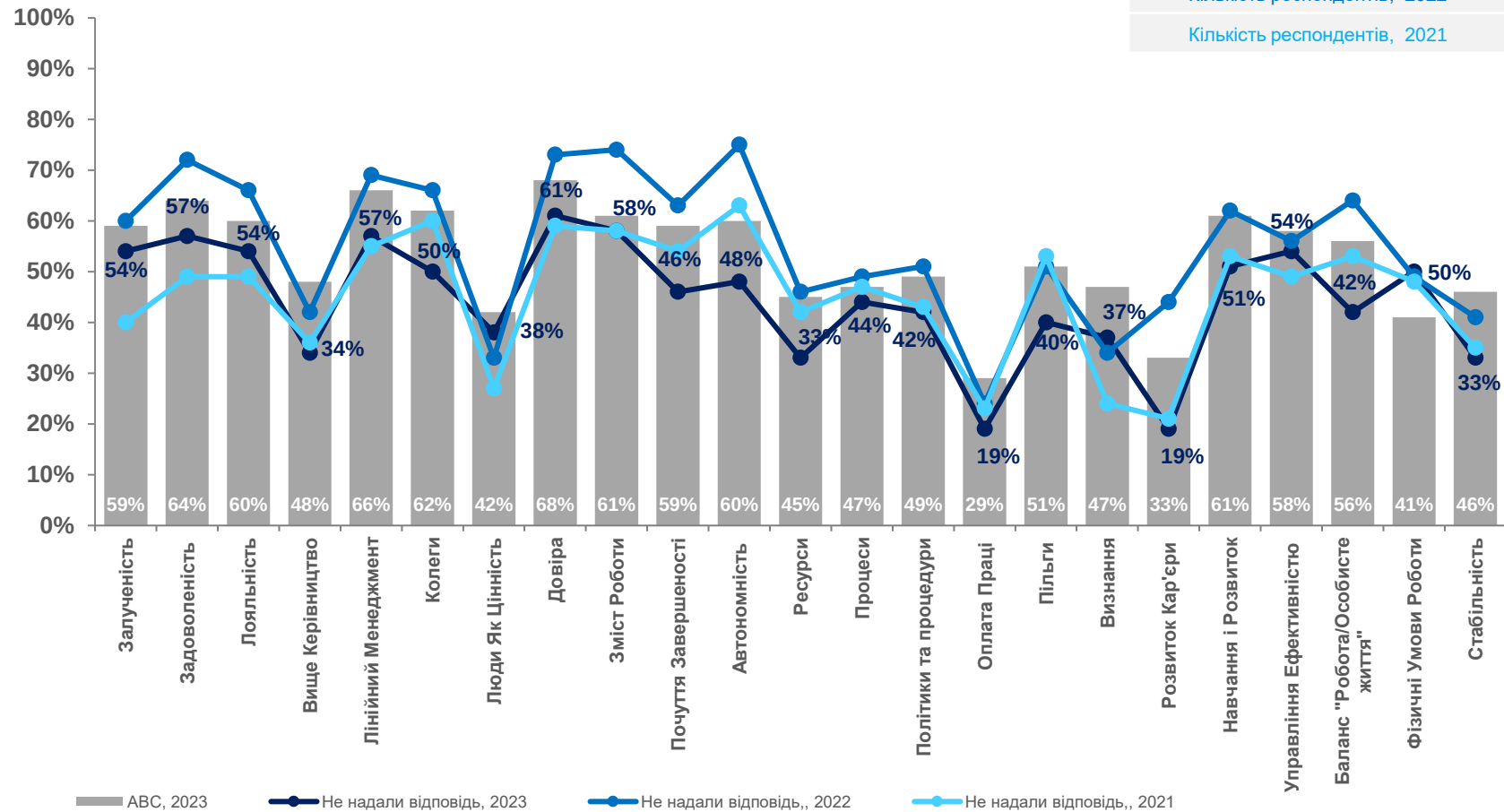
Кількість респондентів, 2023	495
Кількість респондентів, 2022	326
Кількість респондентів, 2021	484



Детальні результати в залежності від статі.
Не надали відповідь



Кількість респондентів, 2023	127
Кількість респондентів, 2022	55
Кількість респондентів, 2021	99

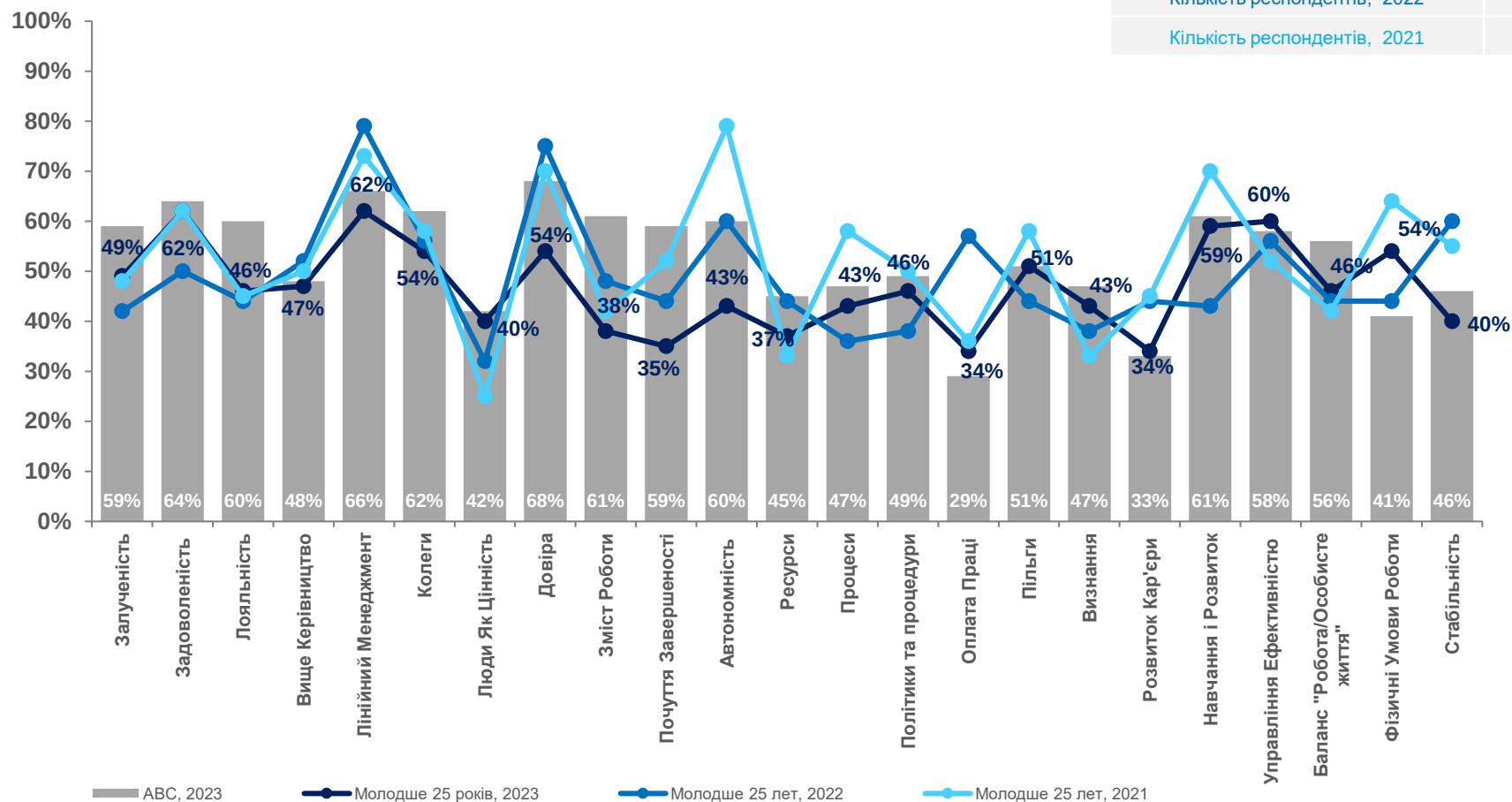


8. Детальні результати в залежності від віку

Детальні результати в залежності від віку. Молодше 25 років



Кількість респондентів, 2023	35
Кількість респондентів, 2022	25
Кількість респондентів, 2021	33

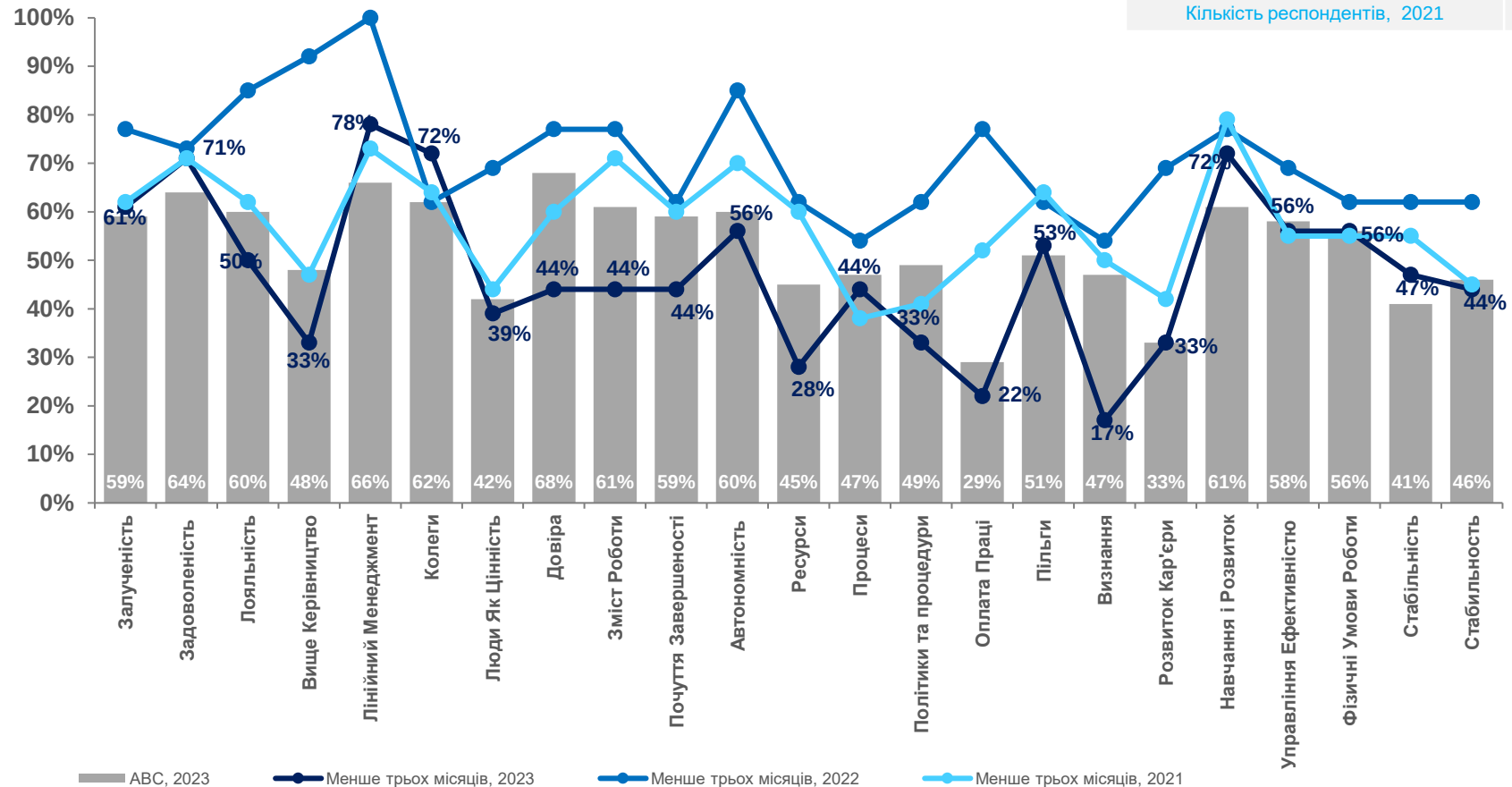


9. Детальні результати в залежності від терміну роботи

Детальні результати в залежності від терміну роботи. Менше трьох місяців



Кількість респондентів, 2023	18
Кількість респондентів, 2022	13
Кількість респондентів, 2021	22



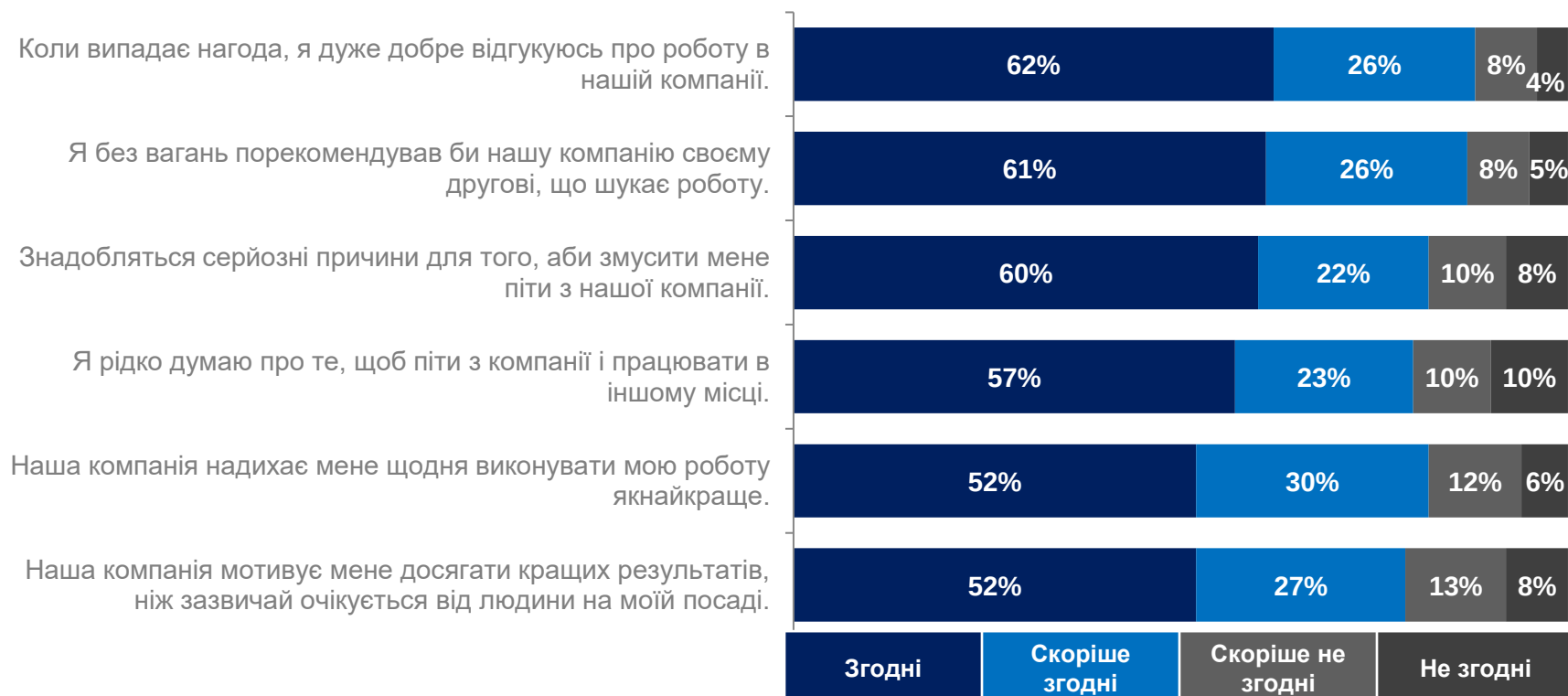
10. Відповіді респондентів на всі питання Дослідження

10.1. Відповіді респондентів на питання основного Опитувальника

Відповіді респондентів на всі питання Дослідження



ЗАЛУЧЕНІСТЬ



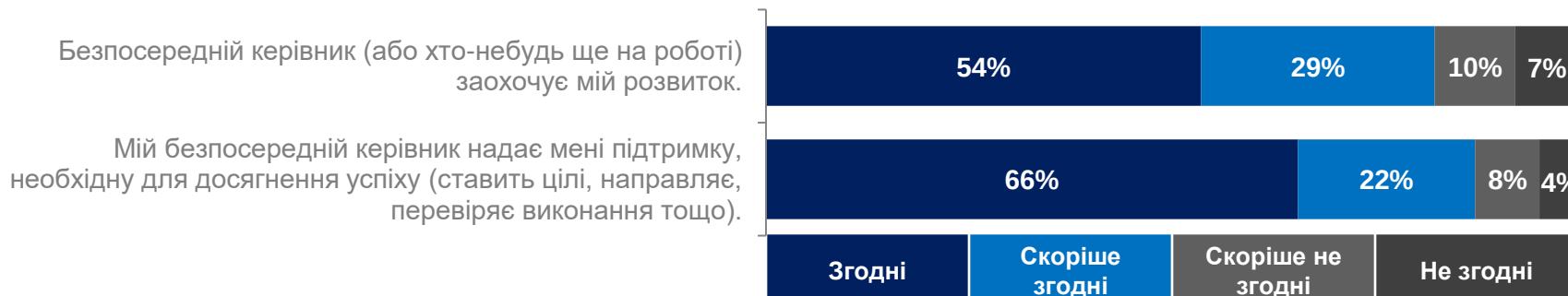
Відповіді респондентів на всі питання Дослідження



ВИЩЕ КЕРІВНИЦТВО



ЛІНІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ



Відповіді респондентів на всі питання Дослідження



ЛЮДИ ЯК ЦІННІСТЬ



КОЛЕГИ



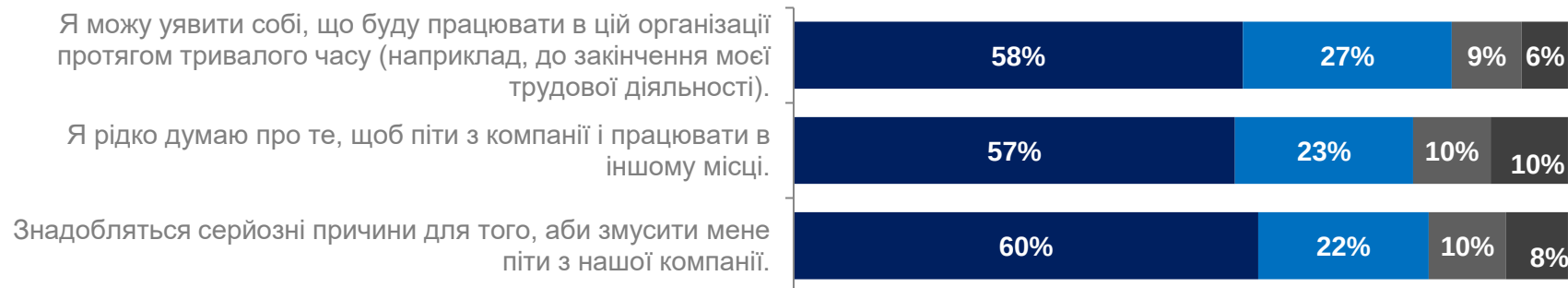
ДОВІРА



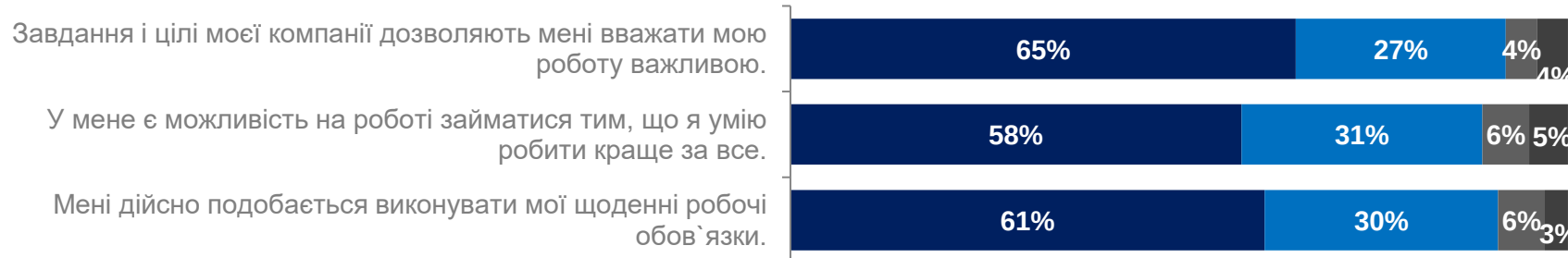
Відповіді респондентів на всі питання Дослідження



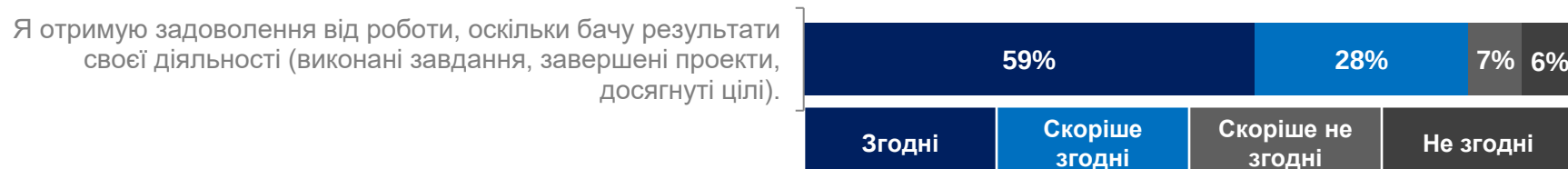
ЛОЯЛЬНІСТЬ



ЗМІСТ РОБОТИ



ПОЧУТТЯ ЗАВЕРШЕНОСТІ



Відповіді респондентів на всі питання Дослідження



АВТОНОМНІСТЬ

В мене достатньо повноважень приймати рішення, необхідні для того, аби добре виконувати мою роботу.



РЕСУРСИ

В мене є матеріали і обладнання, необхідні для належного виконання моєї роботи.

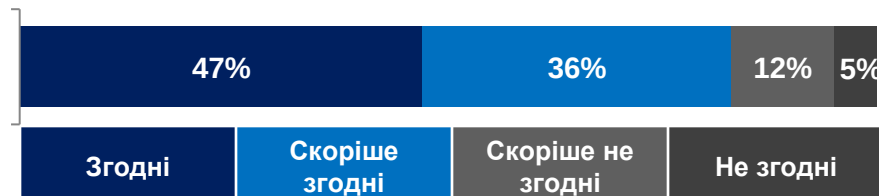


Інструменти та ресурси, якими ми володіємо, дозволяють нам бути настільки продуктивними, наскільки це можливо.



ПРОЦЕСИ

Робочі процеси і політики, з якими я стикаюсь у повсякденній роботі, дозволяють мені працювати настільки продуктивно, наскільки це можливо.



Відповіді респондентів на всі питання Дослідження



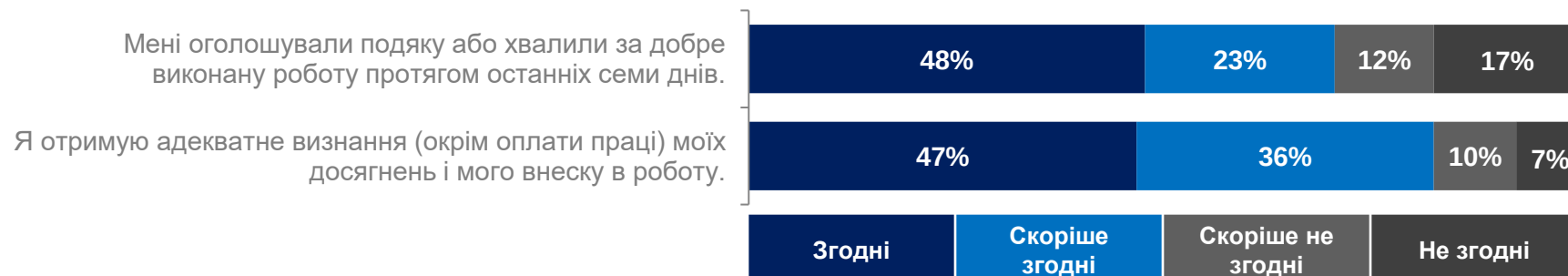
ПОЛІТИКИ ТА ПРОЦЕДУРИ



ОПЛАТА ПРАЦІ



ВИЗНАННЯ



Відповіді респондентів на всі питання Дослідження



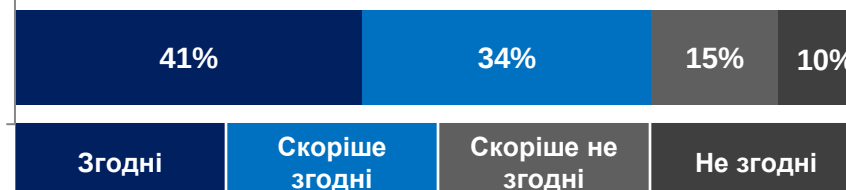
ПІЛЬГИ ТА КОМПЕНСАЦІЇ

В цілому, мої компенсації і пільги (наприклад, витрати на транспорт, харчування, спецодяг, медичне обслуговування, мобільний зв'язок тощо) цілком відповідають моїм потребам.



СТАБІЛЬНІСТЬ

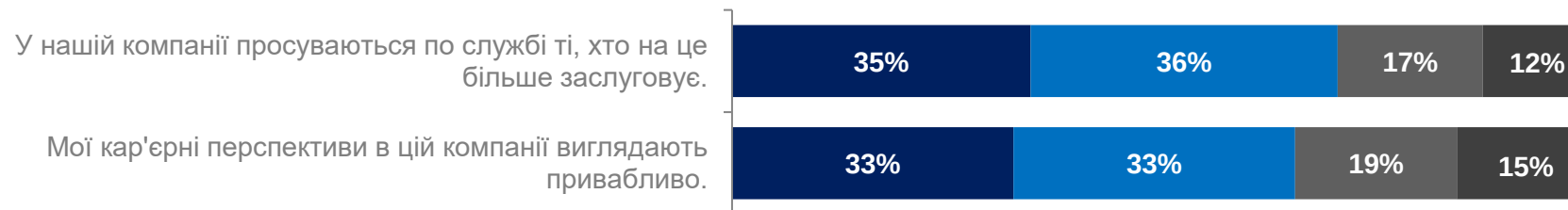
Я рідко турбуюся про те, що можу втратити свою роботу.



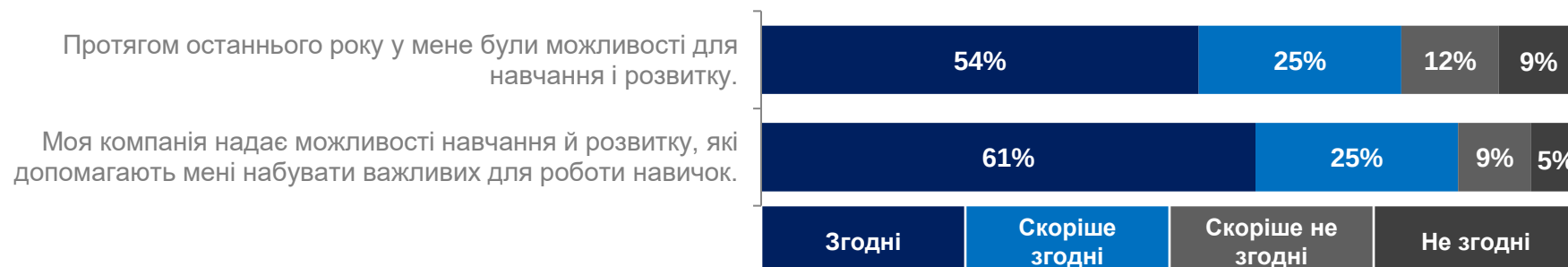
Відповіді респондентів на всі питання Дослідження



РОЗВИТОК КАР'ЄРИ



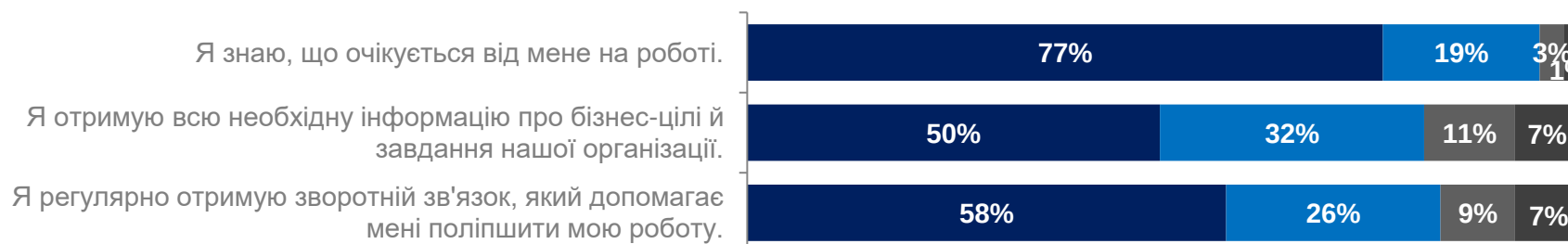
НАВЧАННЯ ТА РОЗВИТОК



Відповіді респондентів на всі питання Дослідження



УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ



БАЛАНС «РОБОТА/ОСОБИСТЕ ЖИТТЯ»



ФІЗИЧНІ УМОВИ ПРАЦІ



10.2. Відповіді на питання з блоку «Імідж Роботодавця»

Відповіді респондентів на питання з блоку «Імідж Роботодавця»



11. Рекомендації для Плану Дій за результатами Дослідження

Основні напрямки плану дій. Рекомендації консультантів



Основні результати проведеного опитування в Компанії хоча і нижчі за результати попереднього року, але доволі високі, як для виробничої компанії. У порівнянні з бенчмарками «Всі компанії-учасниці 2020-2022» та «Всі виробничі компанії 2020-2022» результати компанії також не поступаються. Разом з тим, консультанти пропонують звернути увагу на наступні моменти:

В порівнянні з минулими роками зі сторони респондентів найпомітніше зменшилася підтримка факторів «Почуття Завершеності», «Автономність», «Ресурси», «Процеси» та «Стабільність». А у порівнянні з бенчмарками «Всі компанії-учасниці 2020-2022» та «Всі промислові компанії 2020-2022» найпомітніше зменшилася підтримка факторів «Зміст Роботи», «Почуття Завершеності» і «Баланс Робота/Життя».

За даними розділу «Крос-Аналіз Залученості та Задоволеності» видно, що ABC погіршив свої результати за важливими розрізами аналізу, а саме зменшились показники «Рушійна сила» на 5% та збільшився показник «Баласт» на 3%. Консультанти розглядають таке погіршення як природне і зрозуміле, з урахуванням поточної ситуації в Україні і місті.

Аналіз впливу показав, що найбільших результатів у розвитку майбутньої Залученості можна очікувати, працюючи з факторами «Розвиток Кар'єри», «Політики і Процедури» та «Люди як Цінність».

Аналіз результатів у розрізі посад та підрозділів показав, що є відділи із відносно низькими показниками за факторами задоволеності співробітників. З урахуванням важливості поточного моменту, це має стати джерелом для аналізу ситуації та прийняття управлінських рішень.

Так само гарні ідеї для плану дій може надати Звіт про відповіді співробітників на відкрите питання Дослідження (див. додатковий Звіт «Відповіді на відкрите питання Дослідження»).

Контакти



HR Center

www.hrc.com.ua

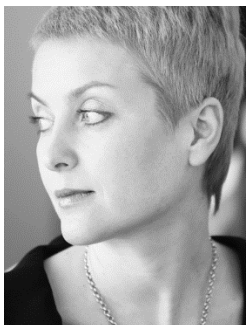
+ 38 044 361 98 86

Микола Осейко
Керуючий партнер
n.oseyko@hrc.com.ua
+ 38 050 358 2614



Вікторія Гараніна
Старший консультант
v.garanina@hrc.com.ua
+ 38 067 147 6226

Анжеліка Шмідт
Партнер
a.shmidt@hrc.com.ua
+ 38 050 311 2333



Ольга Булатова
Консультант
o.bulatova@hrc.com.ua
+ 38 050 34 12012