

Результати опитування e-NPS | Грудень 2020

Компанія «АІС»

Україна, Київ, 2020

Зміст



1.	Методологія. Що таке e-NPS і EBNF? Як представлені результати?	3
2.	Статистика опитування. Кількість респондентів і вибірка	12
3.	Результати опитування по компанії в цілому	18
4.	Результати опитування по демографічних розрізах	24
4.1.	Результати в залежності від рівня посади	25
4.2.	Результати в залежності від підрозділу	32
5.	Рекомендації для підготовки Плану Дій з розвитку e-NPS	39

1. Методологія. Що таке e-NPS і EBNF? Як представлені результати?

Методологія. Що таке e-NPS?



Класичний e-NPS, або employee Net Promoter Score – це простий індекс, який використовується для визначення лояльності співробітників компанії.

Алгоритм проведення:

Співробітникам ставлять запитання: **«Я без вагань порадив би нашу компанію своєму другові, який шукає роботу».**

Респонденти вибирають відповідь за 11-бальною шкалою (від 0 – «В жодному разі не пораджу» до 10 — «Обов'язково пораджу»).

На основі отриманих відповідей співробітників розділяють на 3 групи:



Далі індекс e-NPS розраховується за формулою:

$$\text{e-NPS} = \% (\text{ПРОМОУТЕРИ}) - \% (\text{КРИТИКИ})$$

Отриманий результат для e-NPS може знаходитися в інтервалі від -100% до +100%.

Методологія.

Шкала, що застосовується



Традиційна історична **11-бальна (від 0 до 10)** шкала NPS виникла в XX столітті в США як шкала для телефонних опитувань і тому не позбавлена недоліків. Добре відомо, що чим коротша шкала, тим вища валідність проведеного опитування, а також що валідність будь-якої шкали з назвами точок (labeled scale) завжди вища, ніж валідність такої ж абстрактної шкали без підписів (non-labeled scale).

Грунтуючись на цьому, в методології е-NPS компанії HR CENTER з 2012 року для розрахунку індексу е-NPS застосовується **6-бальна шкала з назвами точок** (від «Повністю не згоден» до «Повністю згоден»).

Ілюстрація відповідності традиційної (0-10) і застосовується (1-6) шкал для е-NPS:



Методологія. Як представлені результати e-NPS?

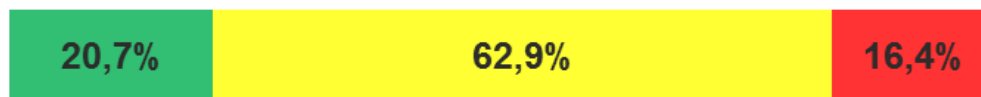
e-NPS може розраховуватися як для компанії в цілому, так і для будь-якого її підрозділу (див діаграму нижче), а також порівнюватися як з результатами попередніх опитувань, так і з показниками ринку.

N=5328

промоутери

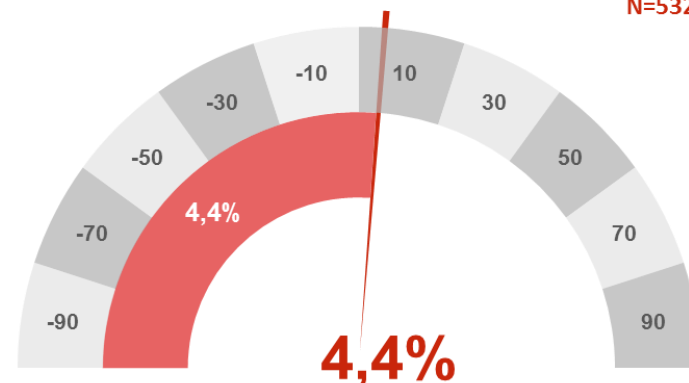
нейтралі

критики



e-NPS = %% (ПРОМОУТЕРИ) - %% (КРИТИКИ)

$$\text{e-NPS} = 20,7\% - 16,4\% = 4,4\%$$



4,4%

Приклад розрахунку e-NPS показаний вище, а приклад візуалізації результату - показаний на діаграмі праворуч.

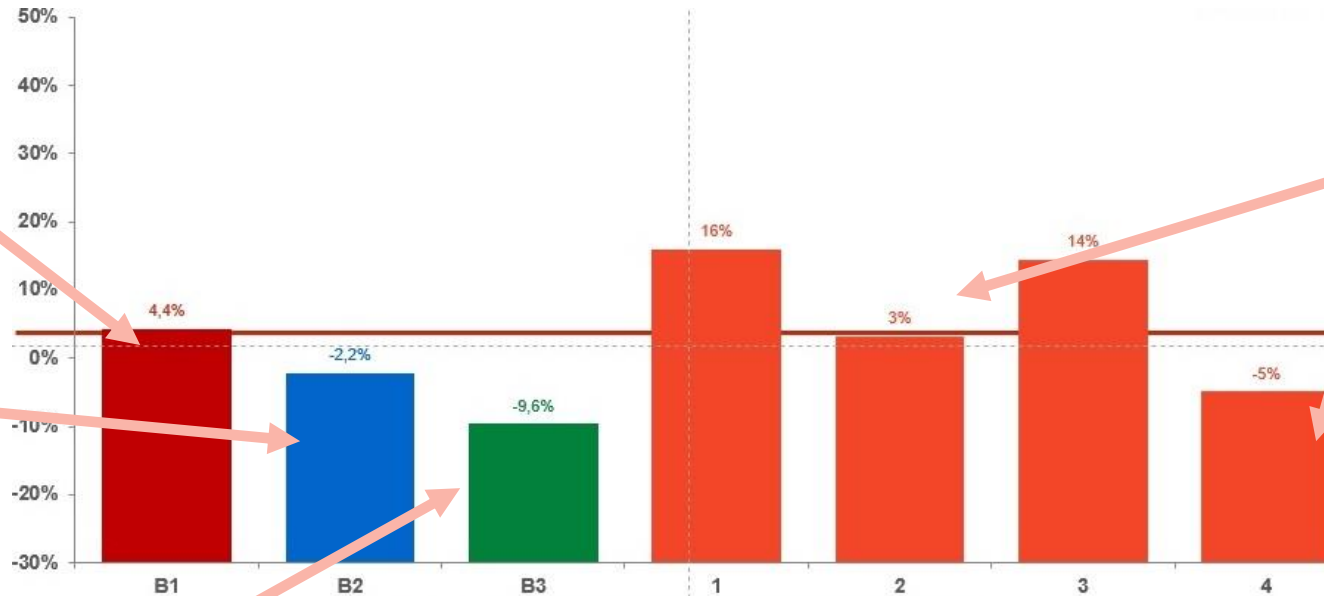
Поряд з кожною діаграмою e-NPS завжди показано кількість респондентів, на підставі відповідей яких розраховане дане значення e-NPS (в форматі **N = (кількість респондентів)**).

Методологія. Як представлені результати підрозділів?

Бенчмарк –
 середнє по
 компанії

Бенчмарк –
 середнє по
 компанії за
 минулий рік

Бенчмарк –
 середнє по
 ринку за 2017-
 2019 роки



Результати
 підрозділів

Назви
 підрозділів

B1	ABC 2020
B2	ABC 2019
B3	UA 1K+ 2017-19
1	Підрозділ 1
2	Підрозділ 2
3	Підрозділ 3
4	Не вказали підрозділ

Приклад представлення результату **e-NPS** для підрозділів (для інших розрізів - аналогічно) ілюстративно показаний вище. Поруч з ілюстрацією на виносках дані пояснення всіх важливих елементів візуалізації. В якості бенчмарка в даному звіті використано середнє значення e-NPS для великих (понад 1000 співробітників) українських компаній, чиї співробітники відповідали на питання анкети з 2017 по 2019 роки. Загальна кількість респондентів у вибірці – 36 216 осіб.

Методологія Що таке EBNF?

EBNF, або Employer Brand Net Factors – це нетто-фактори бренду роботодавця, які допомагають зрозуміти причини отримання того чи іншого значення e-NPS для компанії або підрозділу.

Алгоритм проведення:

Співробітникам ставлять одне запитання: «Моя компанія: краща / така ж / гірша, ніж інші компанії» в розрізі 14 факторів бренду роботодавця:

1. Позитивна атмосфера
2. Взаємодія підрозділів
3. Приваблива оплата праці
4. Надійне, стабільне місце роботи
5. Розумний баланс роботи і особистого життя
6. Стимулююча робота з викликом
7. Репутація компанії як роботодавця
8. Професійний розвиток
9. Найкращі продукти/послуги
10. Розвиток кар'єри
11. Успішна, динамічна, зростаюча компанія
12. Міжнародний досвід, багатонаціональне робоче середовище
13. Командна робота
14. Роботодавець, який піклується про співробітників

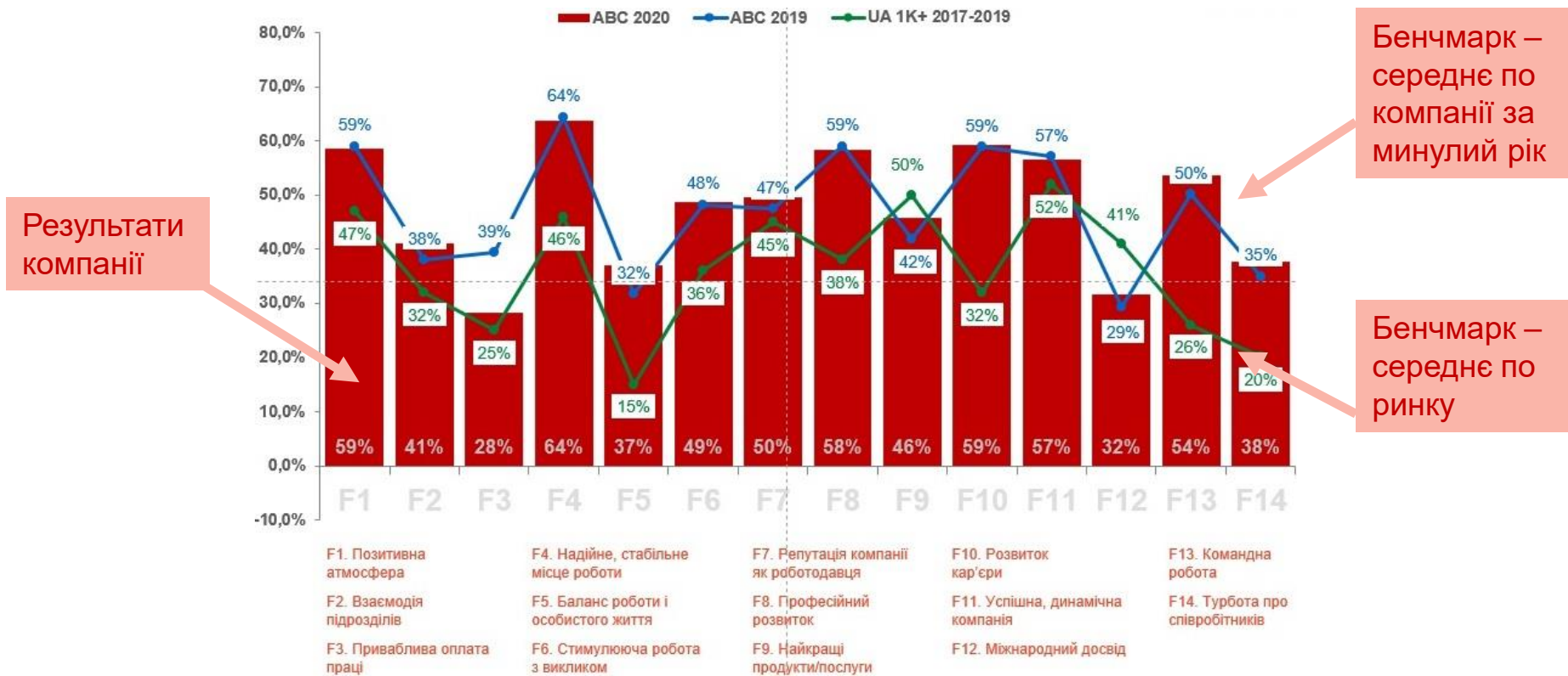
Респонденти вибирають відповідь по 3-бальній шкалі (від «Краща, ніж інші» до «Гірша, ніж інші»). Далі кожен з 14 нетто-факторів бренду роботодавця розраховується за формулою:

$$\text{EBNF} = \% \% (\text{КРАЩА, НІЖ ІНШІ}) - \% \% (\text{ГІРША, НІЖ ІНШІ})$$

Отриманий результат для кожного нетто-фактора E-BNF може знаходитися в інтервалі від -100% до +100%.

Методологія. Як представлені результати по факторах EBNF?

EBNF може розраховуватися як для компанії в цілому, так і для будь-якого її підрозділу, а також порівнюватися з іншими результатами - попередніх опитувань, середніми по компанії, з показниками ринку. Приклад візуалізації результатів показаний нижче.



Методологія. Що таке загальна задоволеність?

Опитування для визначення задоволеності співробітників (**Satisfaction Surveys**) проводяться великими компаніями з **50-60-х** років минулого століття. В Україні компанія HR CENTER проводить опитування задоволеності (в рамках досліджень залученості) з **2007** року. За цей час проведено понад 300 проєктів, накопичені порівняльні дані високої якості.

Алгоритм проведення:

Учасникам опитування задають питання: **«В цілому, я задоволений роботою в цій компанії»**. Співробітники вибирають відповідь за 6-бальною шкалою (від 1 - «Повністю не задоволений» до 6 - «Повністю задоволений»).

На основі отриманих відповідей співробітників проводиться підрахунок загальної задоволеності за формулою:

$$\text{Satisfaction (\%)} = (\text{кількість задоволених}) / (\text{розмір вибірки})$$

Отриманий результат може знаходитися в інтервалі від 0% до +100%.

0% - означає, що немає задоволених співробітників.

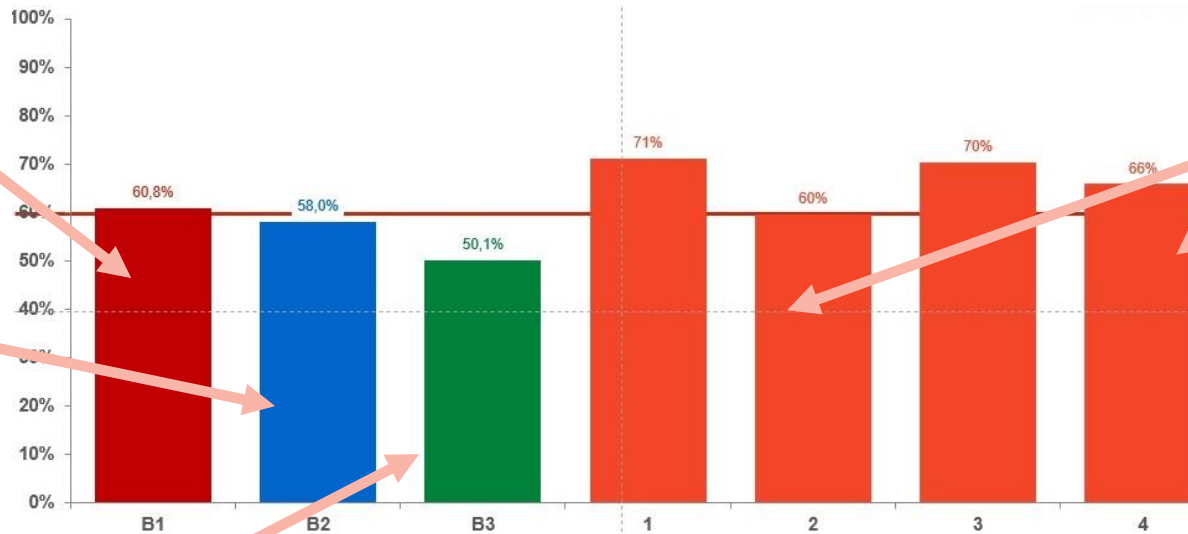
100% - означає, що всі співробітники задоволені.

Методологія. Задоволеність. Як представлені результати?

Бенчмарк –
середнє по
компанії

Бенчмарк –
середнє по
компанії за
минулий рік

Бенчмарк –
середнє по
ринку за 2017-
2019 роки



Результати
підрозділів

Назви
підрозділів

B1	ABC 2020
B2	ABC 2019
B3	UA 1K+ 2017-19
1	Підрозділ 1
2	Підрозділ 2
3	Підрозділ 3
4	Не вказали підрозділ

Приклад представлення результатів **загальної задоволеності** для підрозділів (для інших розрізів - аналогічно) ілюстративно показаний вище. Поруч з ілюстрацією на виносках дані пояснення всіх важливих елементів візуалізації.

В якості бенчмарка в даному звіті використано середнє значення e-NPS для великих (понад 1000 співробітників) українських компаній, чиї співробітники відповідали на питання анкети з 2017 по 2019 роки. Загальна кількість респондентів у вибірці – 36 216 осіб.

2. Статистика опитування. Кількість респондентів і вибірка

Вступна і статистична інформація



Звіт ґрунтується на результатах відповідей співробітників і керівників Компанії «ABC» в рамках опитування e-NPS, проведеного у грудні 2020 року.

Опитувальник e-NPS підготовлений консультантами HR CENTER (м.Київ, Україна) спеціально для проведення опитувань лояльності співробітників в Україні і інших країнах.

Методологія проекту e-NPS враховує весь досвід дослідницької команди, отриманий у співпраці з більш ніж 300 українськими та міжнародними компаніями за період з 2007 по 2020 рр.

Про проект e-NPS в Компанії «ABC»

Опитування було організовано за допомогою паперових опитувальників і в режимі online (українською мовою).

В опитуванні, проведеному в Компанії в грудні 2020 року (далі - опитування 12-2020), взяли участь 5730 респондентів. Після перевірки та аналізу всіх анкет, консультанти **визнали придатними 5328 опитувальників**.

Згідно з даними, якими володіють консультанти, на момент початку опитування думок в Компанії працювало **10000 осіб**.

Таким чином, **вибірка опитування склала 53,28%**.

Вибірка 12-2020 – статистика прийнятих опитувальників



При отриманні анкет (як онлайн так і паперових) консультанти проводять 2 стадії перевірки якості даних:

- **попередня** (при вхідному підрахунку анкет) - відсіваються очевидно браковані опитувальники: порожні, майже порожні і т.п.
- **контентна** (при вбиванні / перевірці змісту відповідей респондентів) відсіваються опитувальники з ідентичними відповідями, неповні, заповнені ідентичним почерком і т.п.

У таблиці наведено кількість прийнятих анкет після контентної перевірки опитувальників.

Вид опитувальника	Кількість респондентів
Заповнили анкету online	698
Заповнили анкету на папері	5032
Всього взяли участь	5730
Всього прийнято опитувальників	5328

Кількість респондентів в залежності від рівня посади



Посада	Респондентів 12-2020	Доля, %%
Керівник	140	3%
Менеджер	296	6%
Робочий	4673	88%
Не вказали посаду	219	4%
Всього	5328	100%

Кількість респондентів в залежності від терміну роботи



Термін роботи	Респондентів 12-2020	Доля, %%
Менше трьох місяців	489	9%
Від 3 до 6 місяців	633	12%
Від 6 місяців до 1 року	758	14%
1-2 роки	1042	20%
2-3 роки	696	13%
3-5 років	632	12%
5-10 років	671	13%
10 років і більше	317	6%
Не вказали термін роботи	90	2%
Всього:	5328	100%

Кількість респондентів в залежності від підрозділу

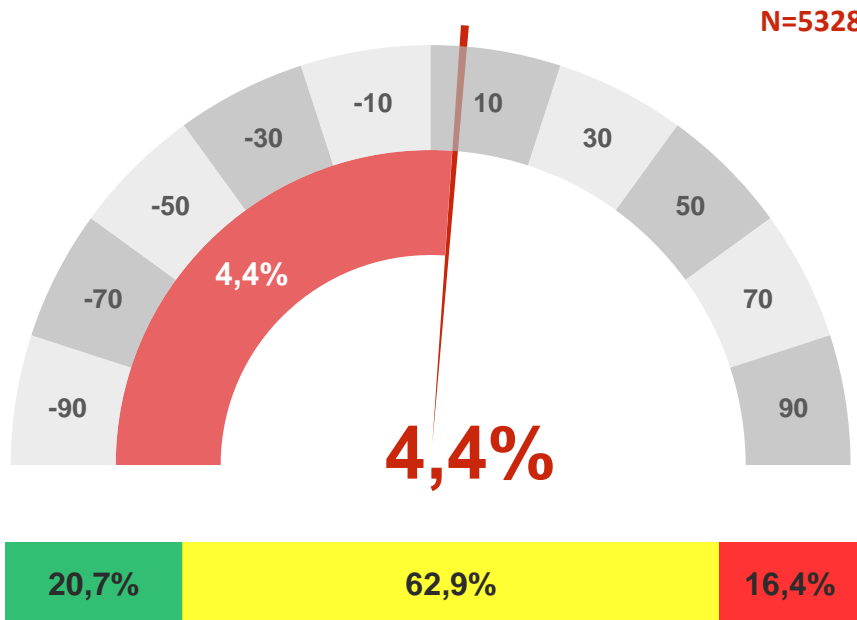


Підрозділ	Респондентів 12-2020	Доля, %%
Підрозділ 1	362	7%
Підрозділ 2	4644	87%
Підрозділ 3	201	4%
Не вказали підрозділ	121	2%
Всього	5328	100%

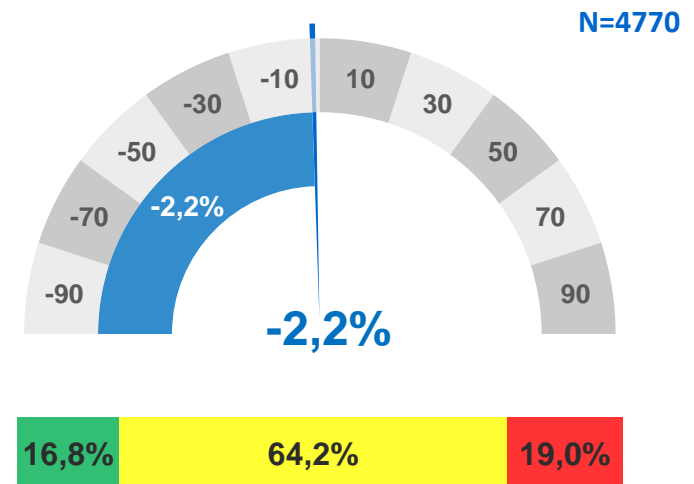
3. Результати опитування по компанії в цілому

е-NPS по компанії в цілому В порівнянні з результатами минулого року

Я без вагань порекомендую роботу в ABC своєму другові, що шукає роботу.



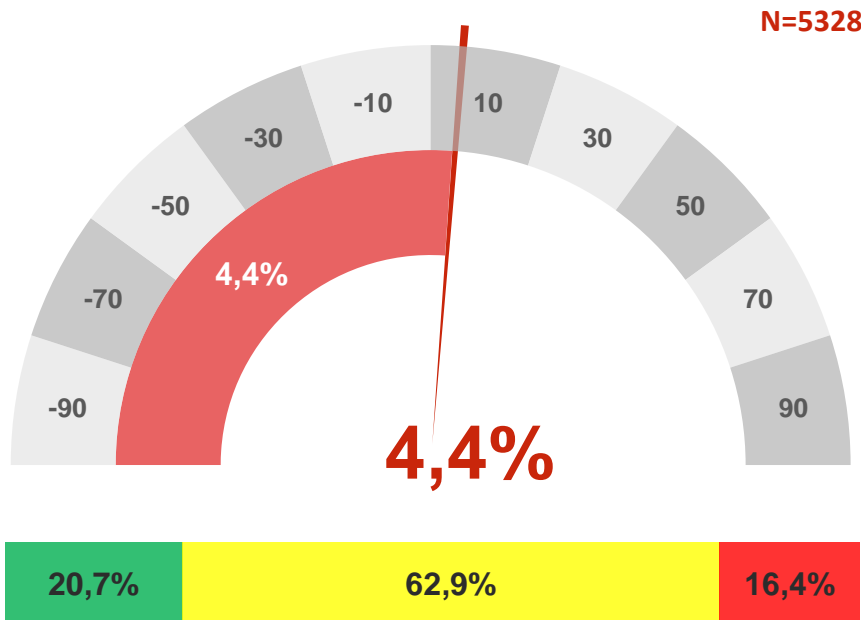
ABC 2020



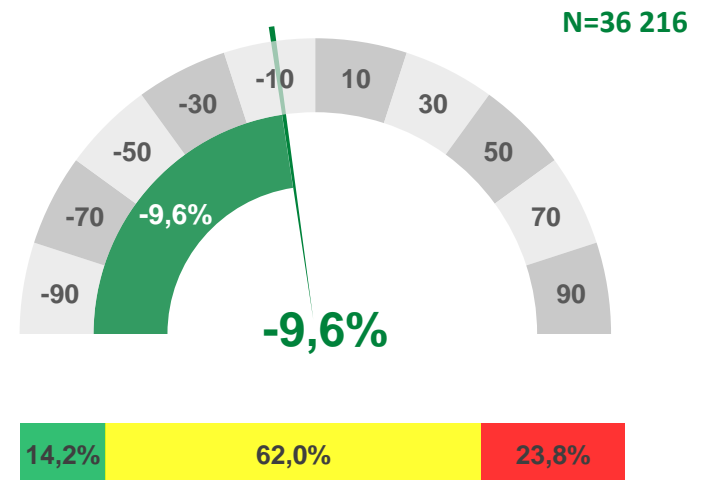
ABC 2019

е-NPS по компанії в цілому В порівнянні з результатами по ринку

Я без вагань порекомендую роботу в ABC своєму другові, що шукає роботу.



ABC 2020

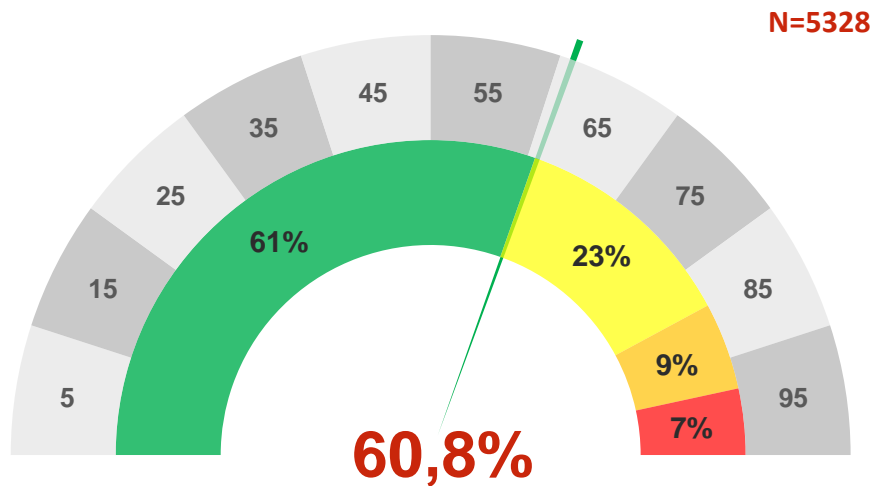


UA 1K+ 2017-19

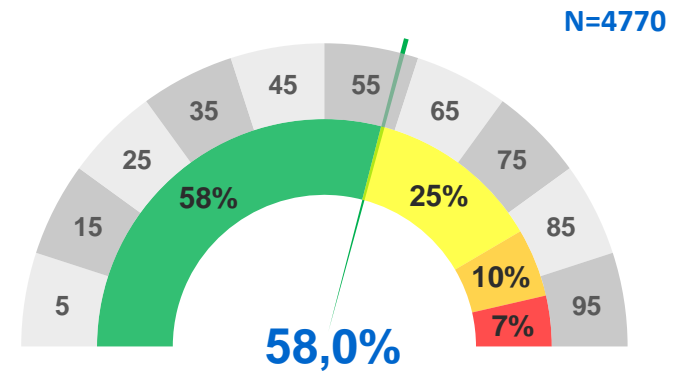
Задоволеність по компанії в цілому В порівнянні з результатами минулого року



Наскільки Ви задоволені роботою в ABC?



ABC 2020



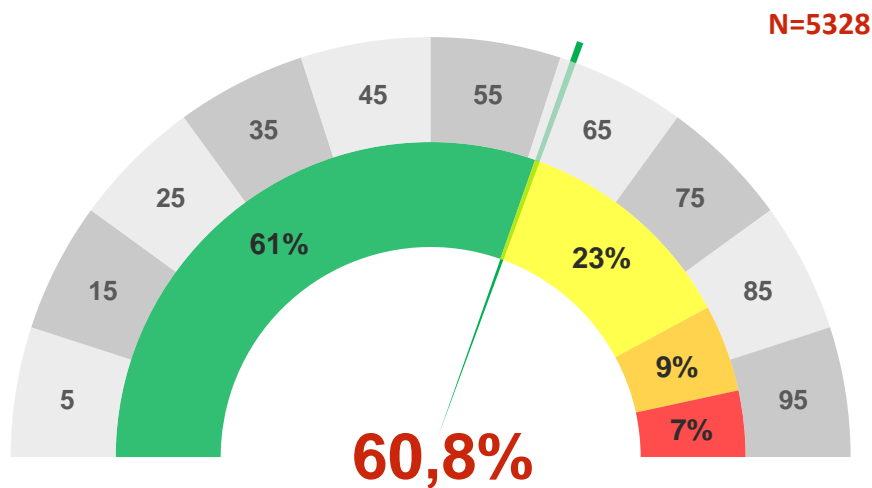
ABC 2019



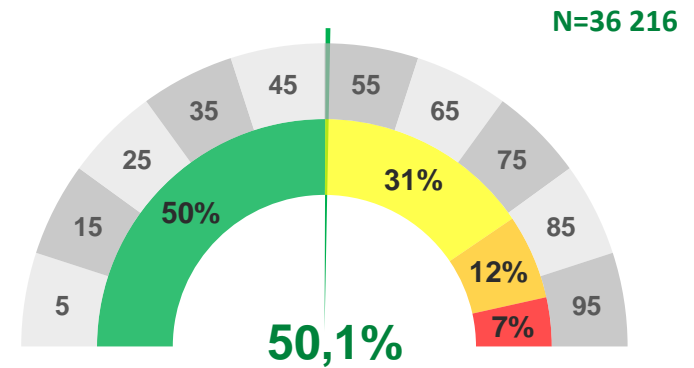
Задоволеність по компанії в цілому В порівнянні з результатами по ринку



Наскільки Ви задоволені роботою в ABC?



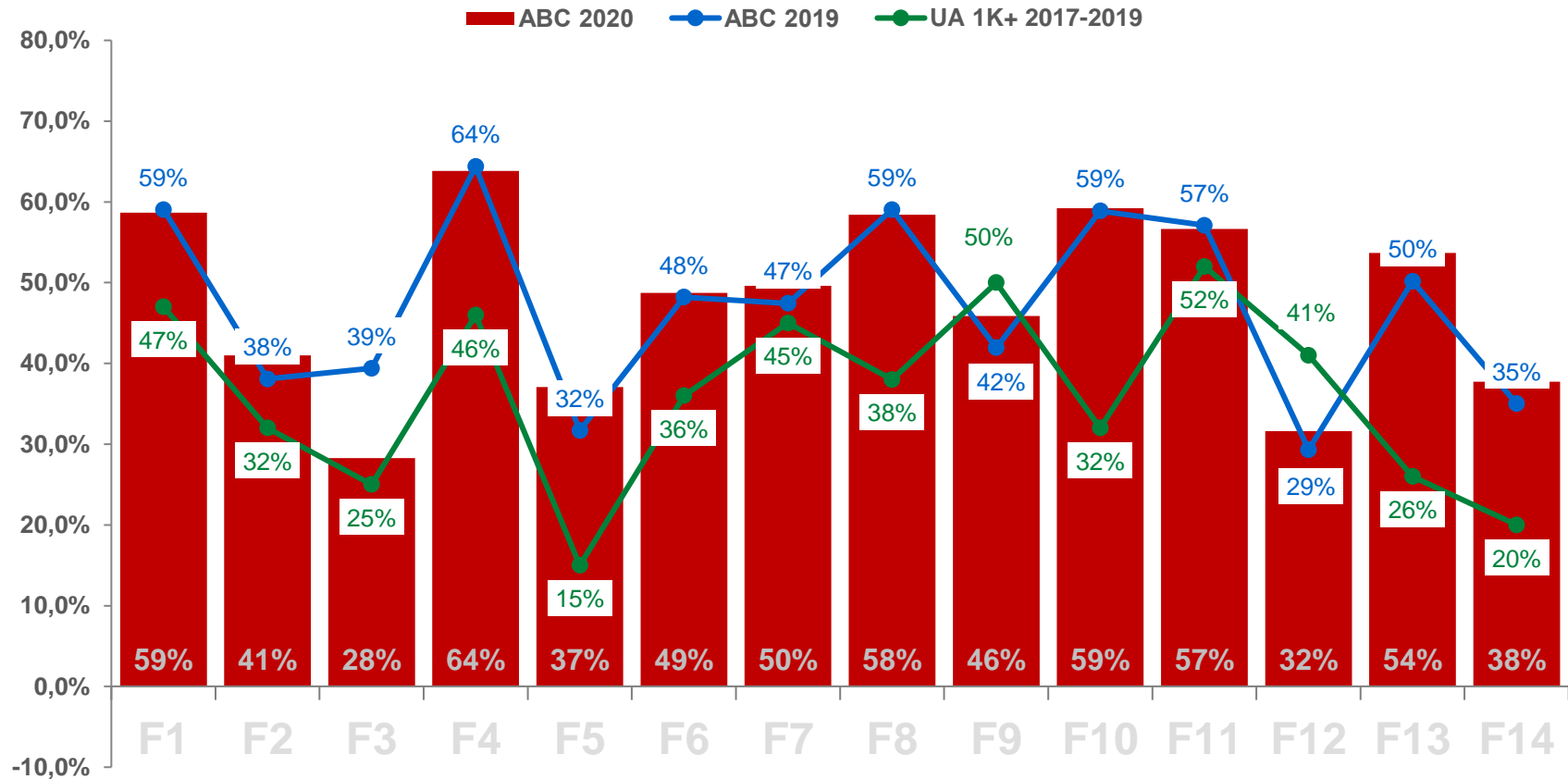
ABC 2020



UA 1K+ 2017-19



Нетто-фактори бренда роботодавця. Компанія в цілому



F1. Позитивна атмосфера

F2. Взаємодія підрозділів

F3. Приваблива оплата праці

F4. Надійне, стабільне місце роботи

F5. Баланс роботи і особистого життя

F6. Стимулююча робота з викликом

F7. Репутація компанії як роботодавця

F8. Професійний розвиток

F9. Найкращі продукти/послуги

F10. Розвиток кар'єри

F11. Успішна, динамічна компанія

F12. Міжнародний досвід

F13. Командна робота

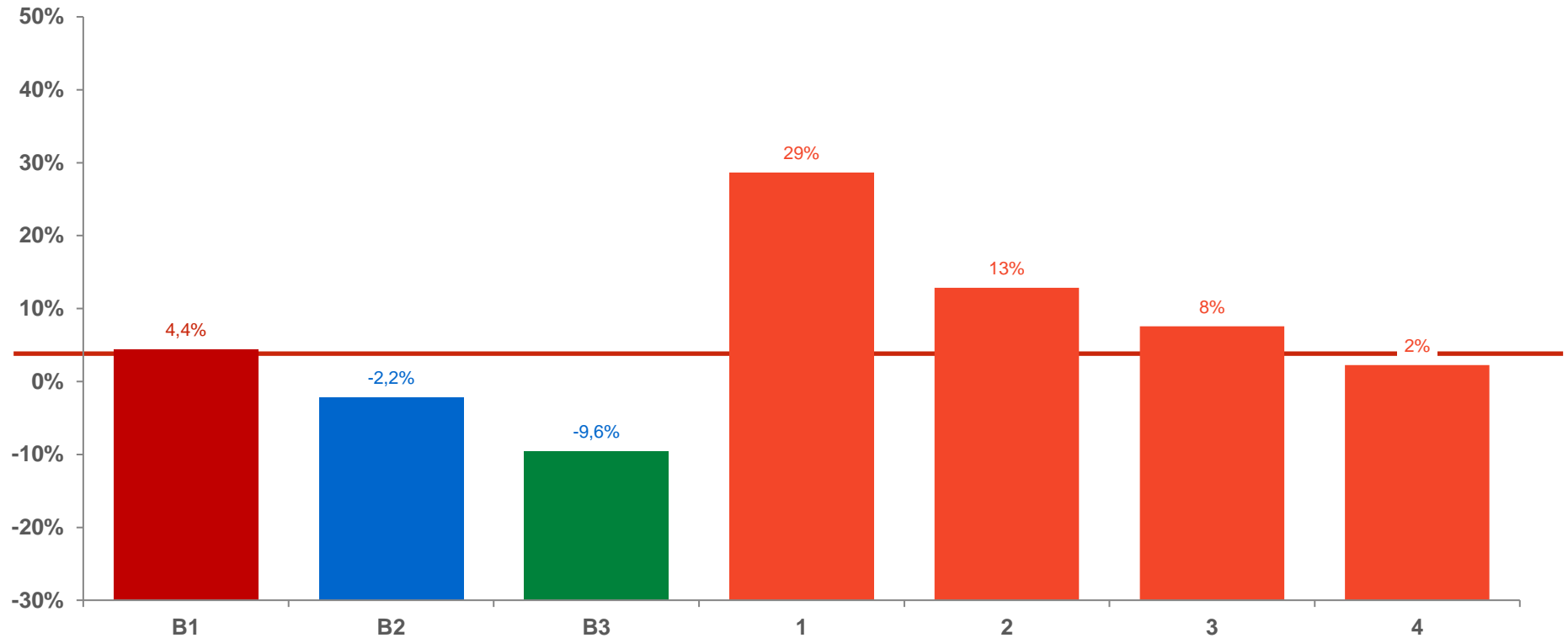
F14. Турбота про співробітників

4. Результати по розрізах

4.1. Результати в залежності від рівня посади

e-NPS

В залежності від рівня посади

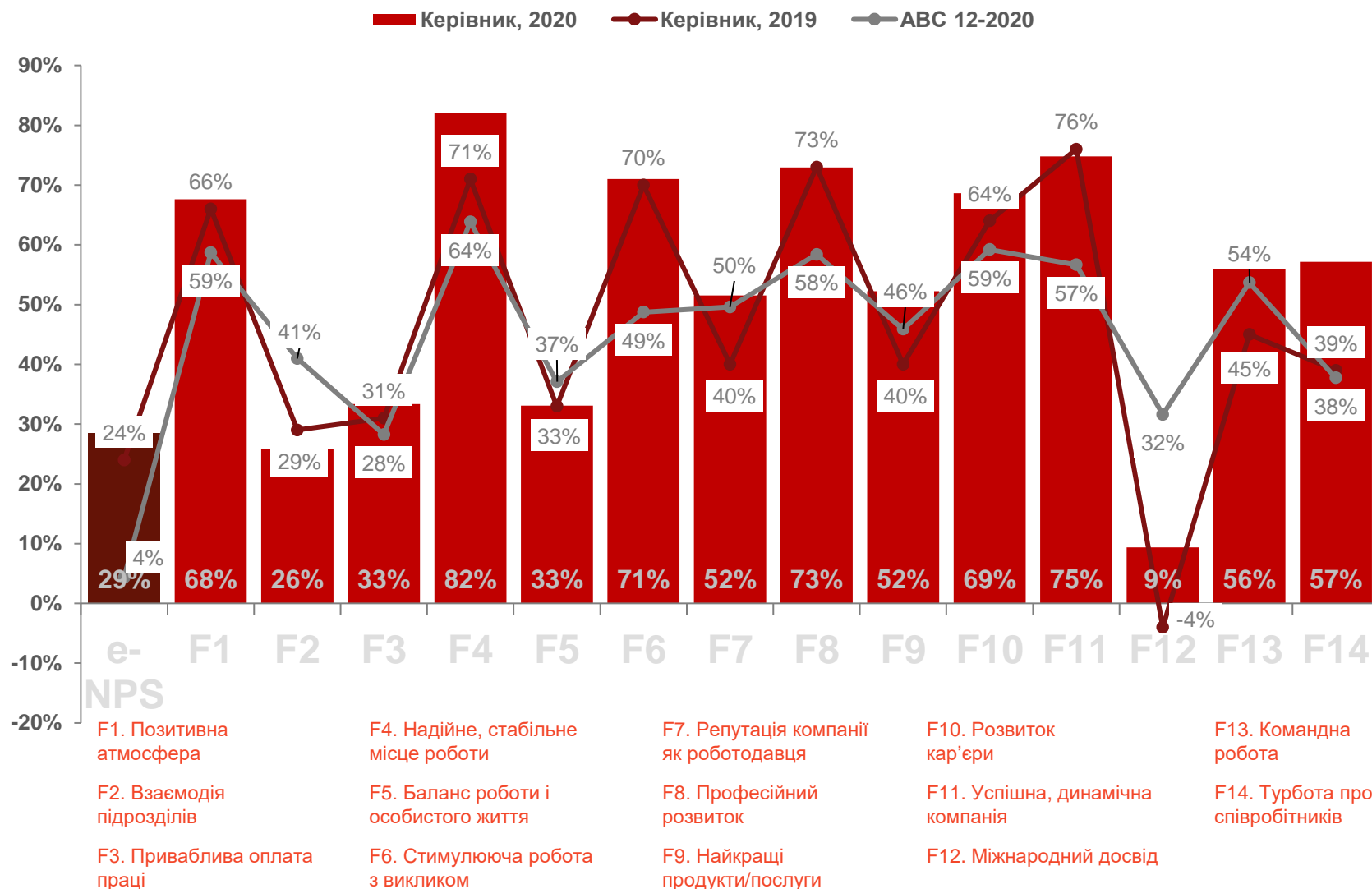


B1	ABC 2020
B2	ABC 2019
B3	UA 1K+ 2017-19
1	Керівник
2	Менеджер
3	Робочий
4	Не вказали посаду

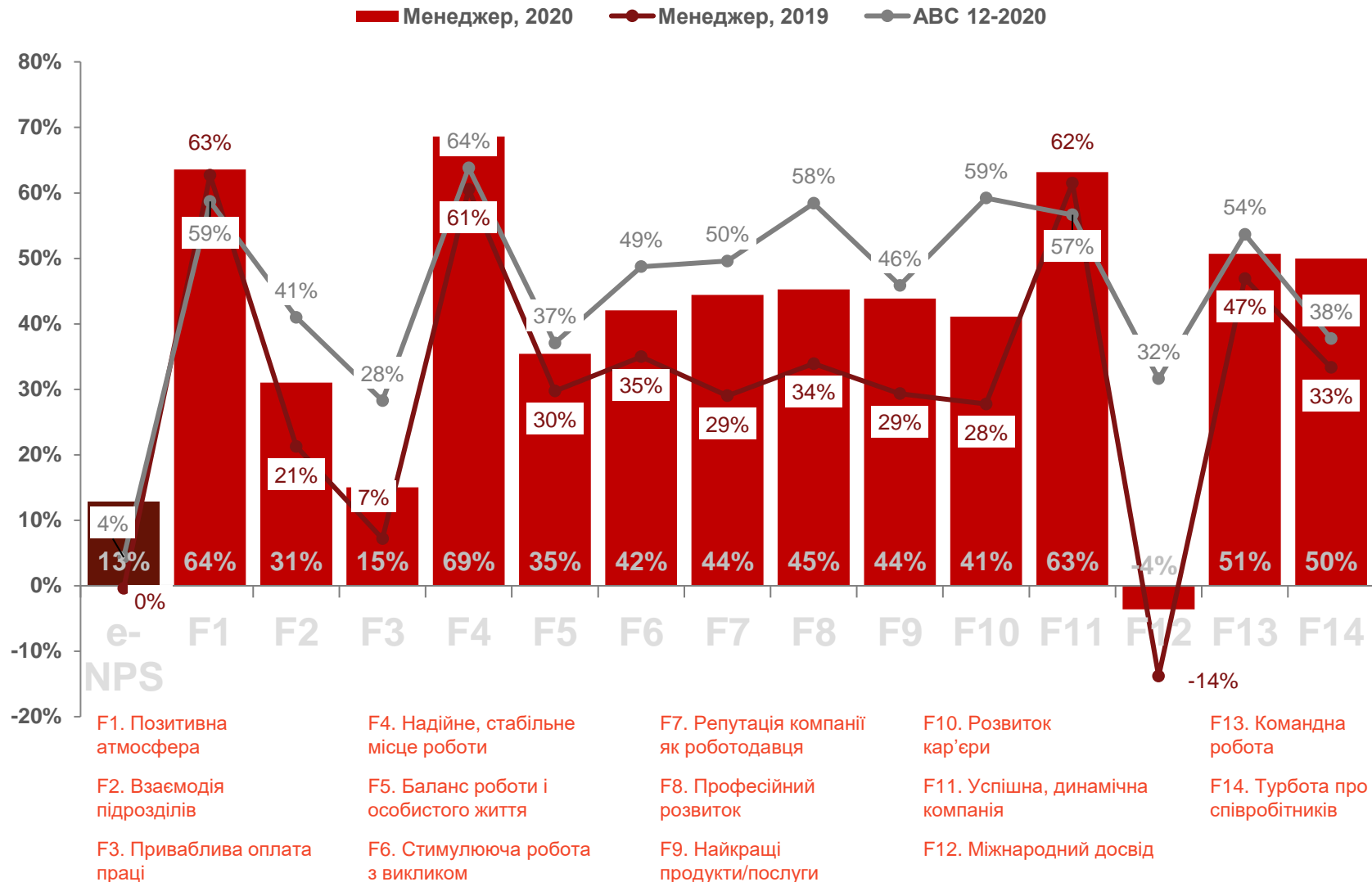
Задоволеність В залежності від рівня посади



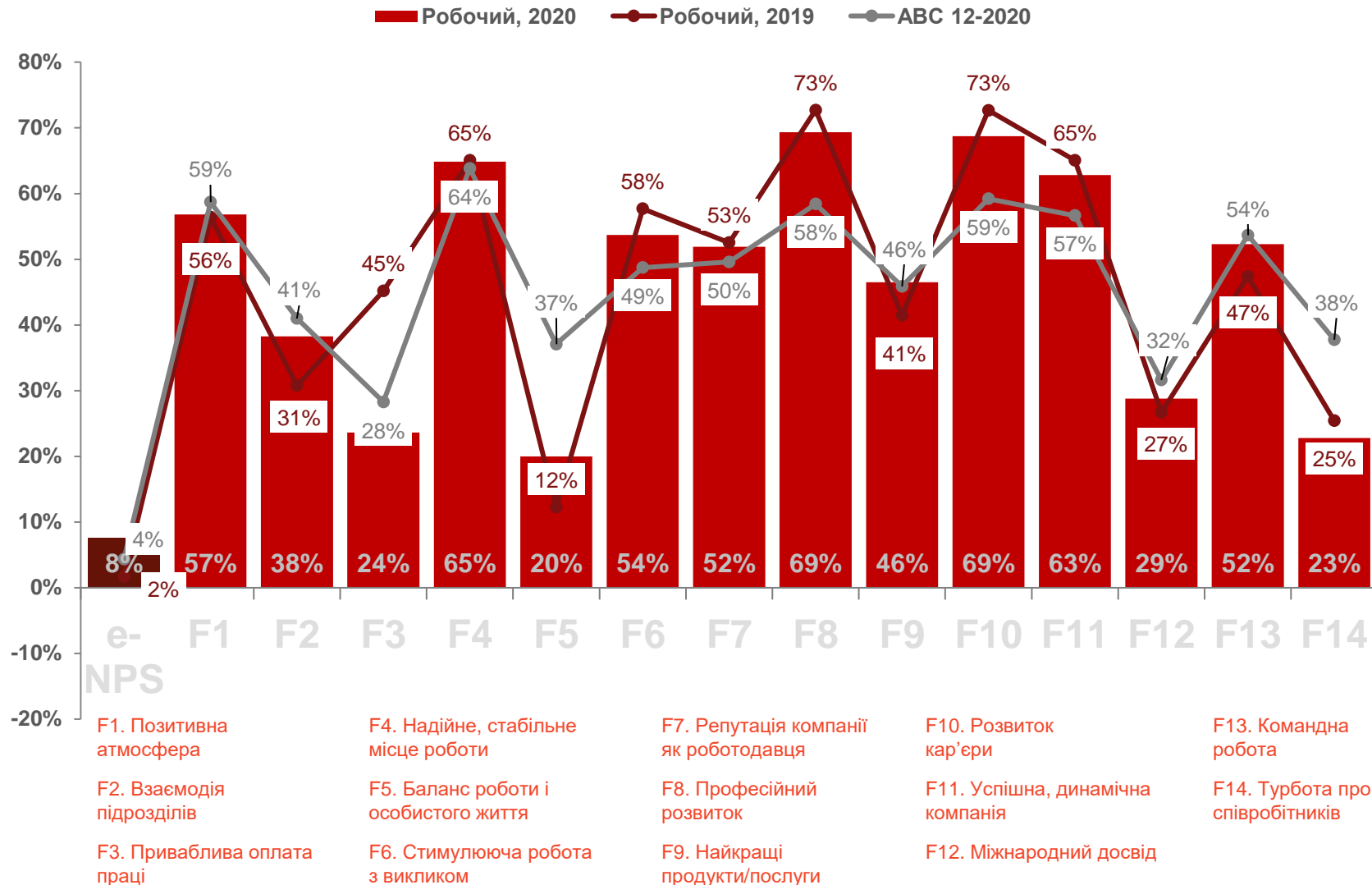
е-NPS і нетто-фактори бренду роботодавця В залежності від рівня посади



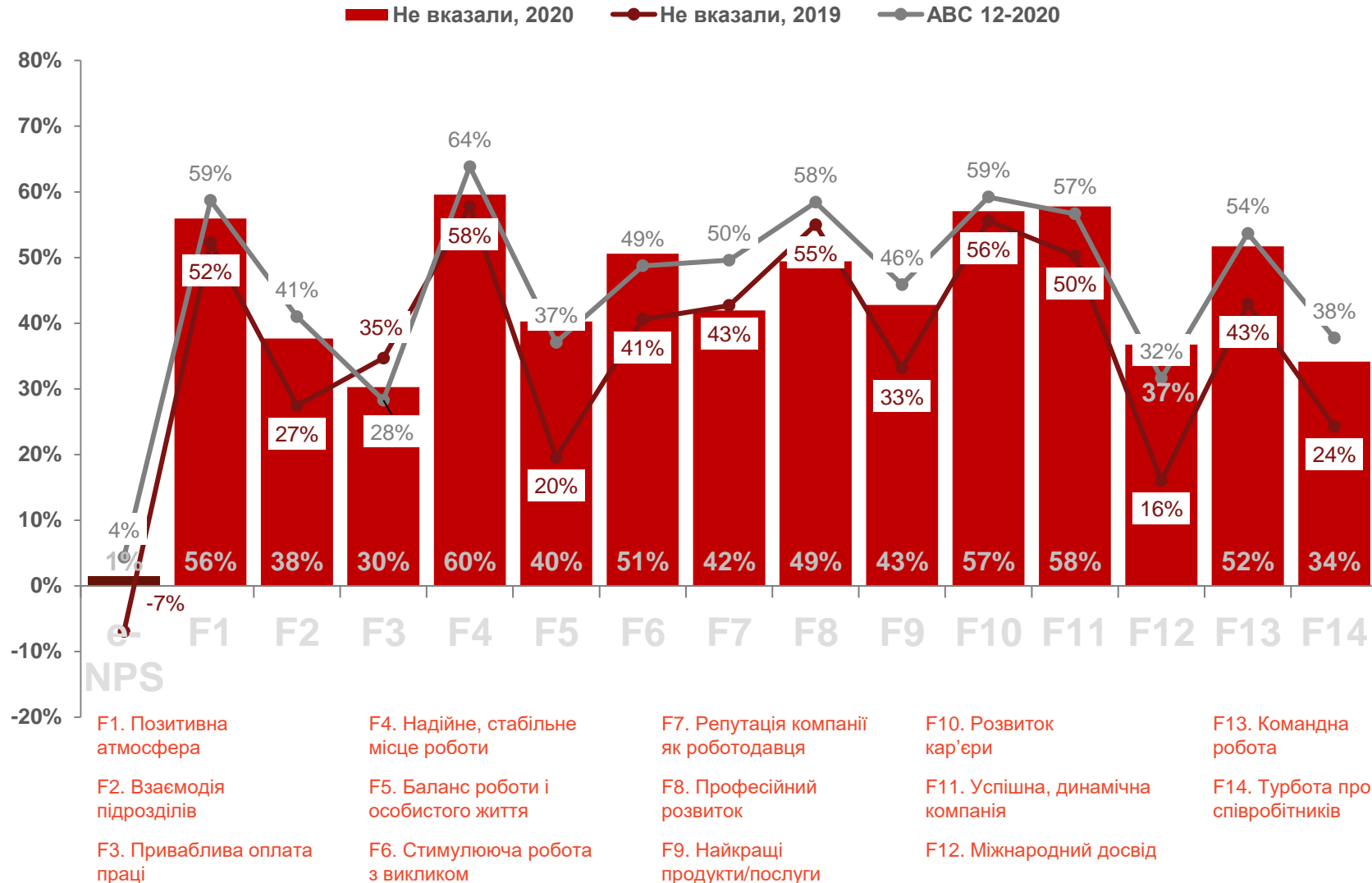
е-NPS і нетто-фактори бренду роботодавця В залежності від рівня посади



е-NPS і нетто-фактори бренду роботодавця В залежності від рівня посади



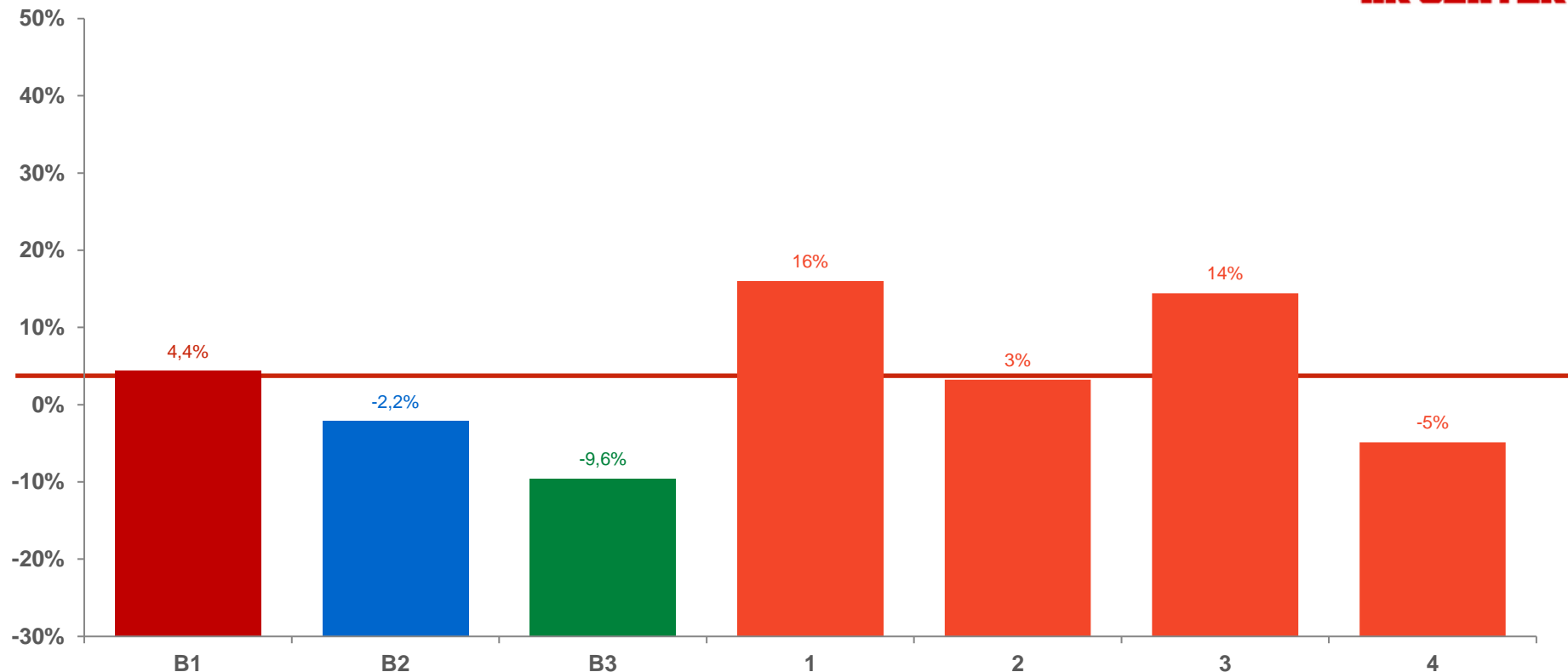
е-NPS і нетто-фактори бренду роботодавця В залежності від рівня посади



4.2. Результати в залежності від підрозділу

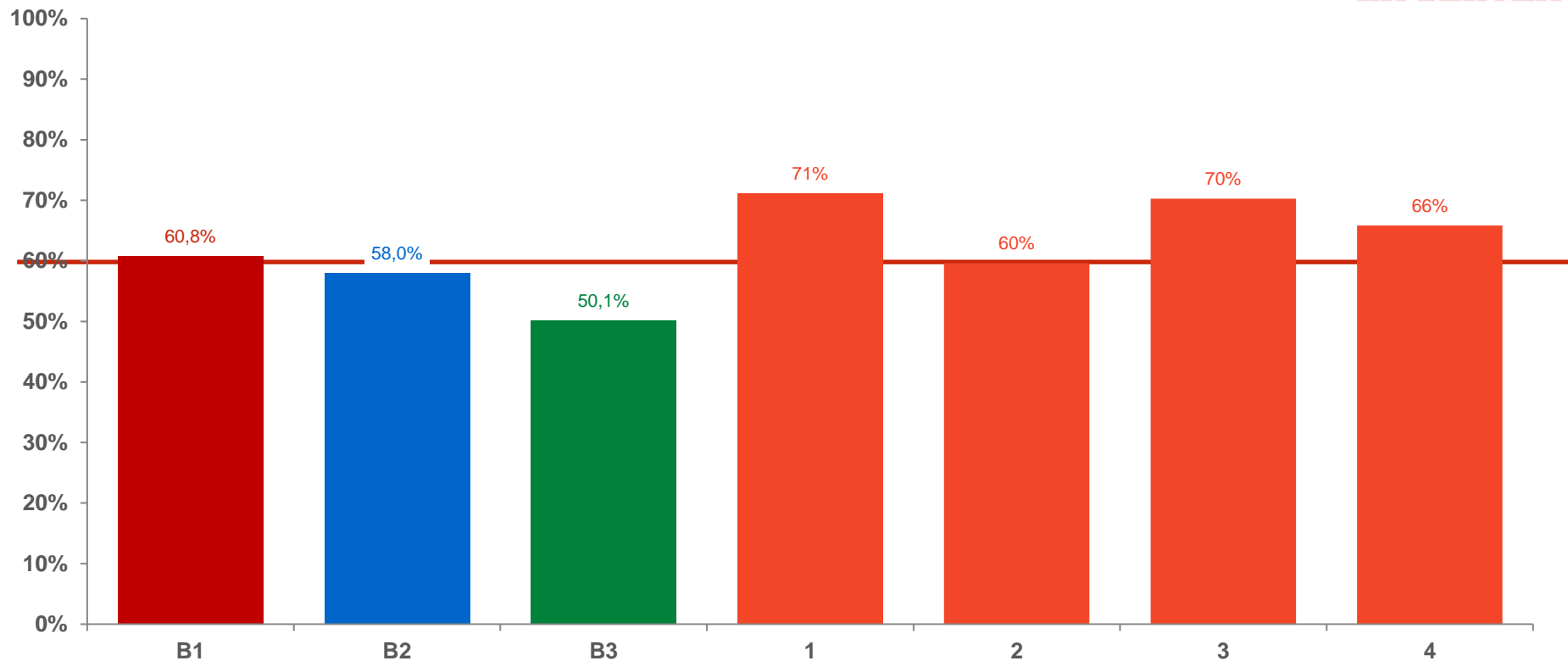
e-NPS

В залежності від підрозділу



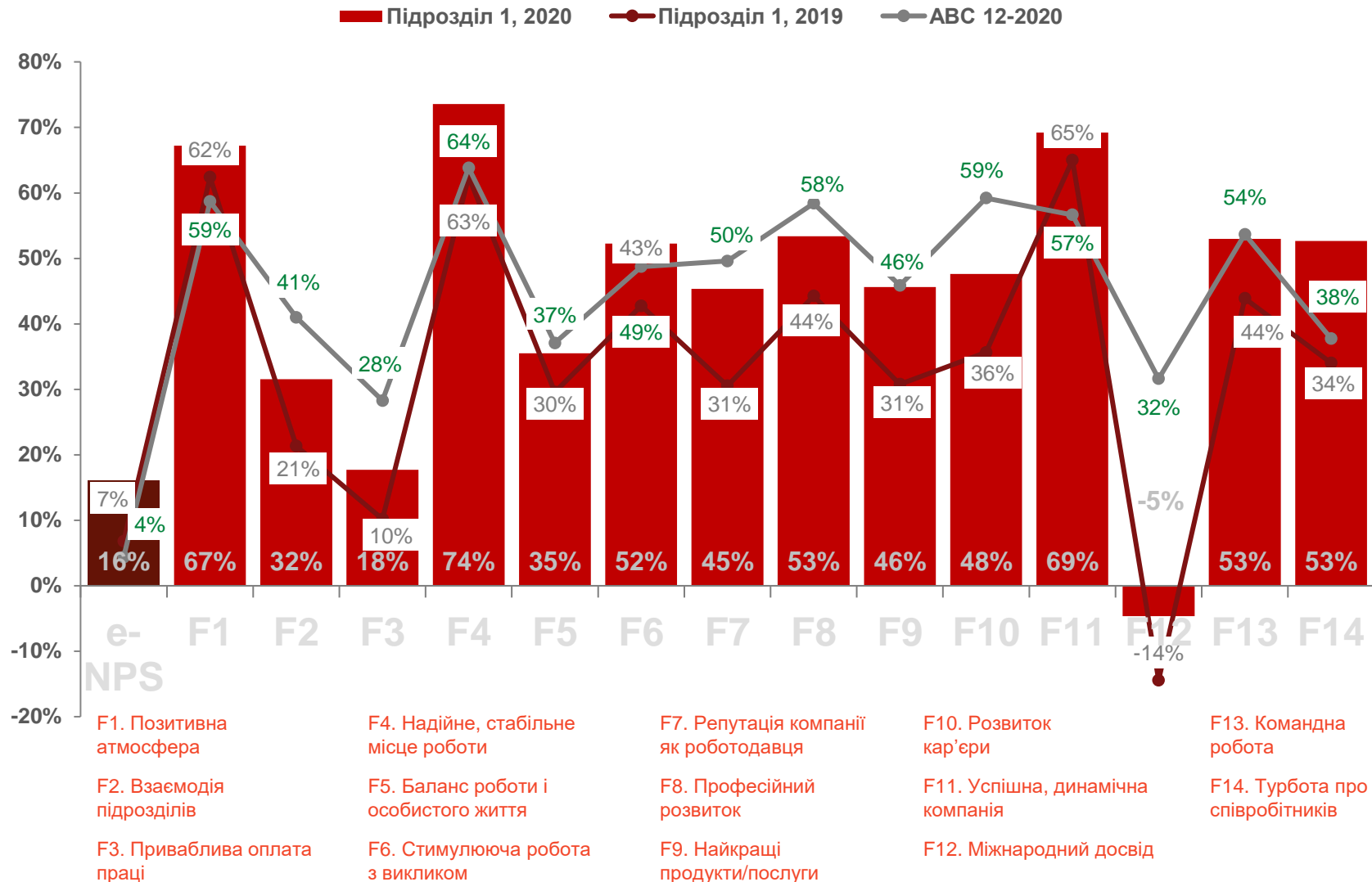
B1	ABC 2020
B2	ABC 2019
B3	UA 1K+ 2017-19
1	Підрозділ 1
2	Підрозділ 2
3	Підрозділ 3
4	Не вказали підрозділ

Задоволеність В залежності від підрозділу

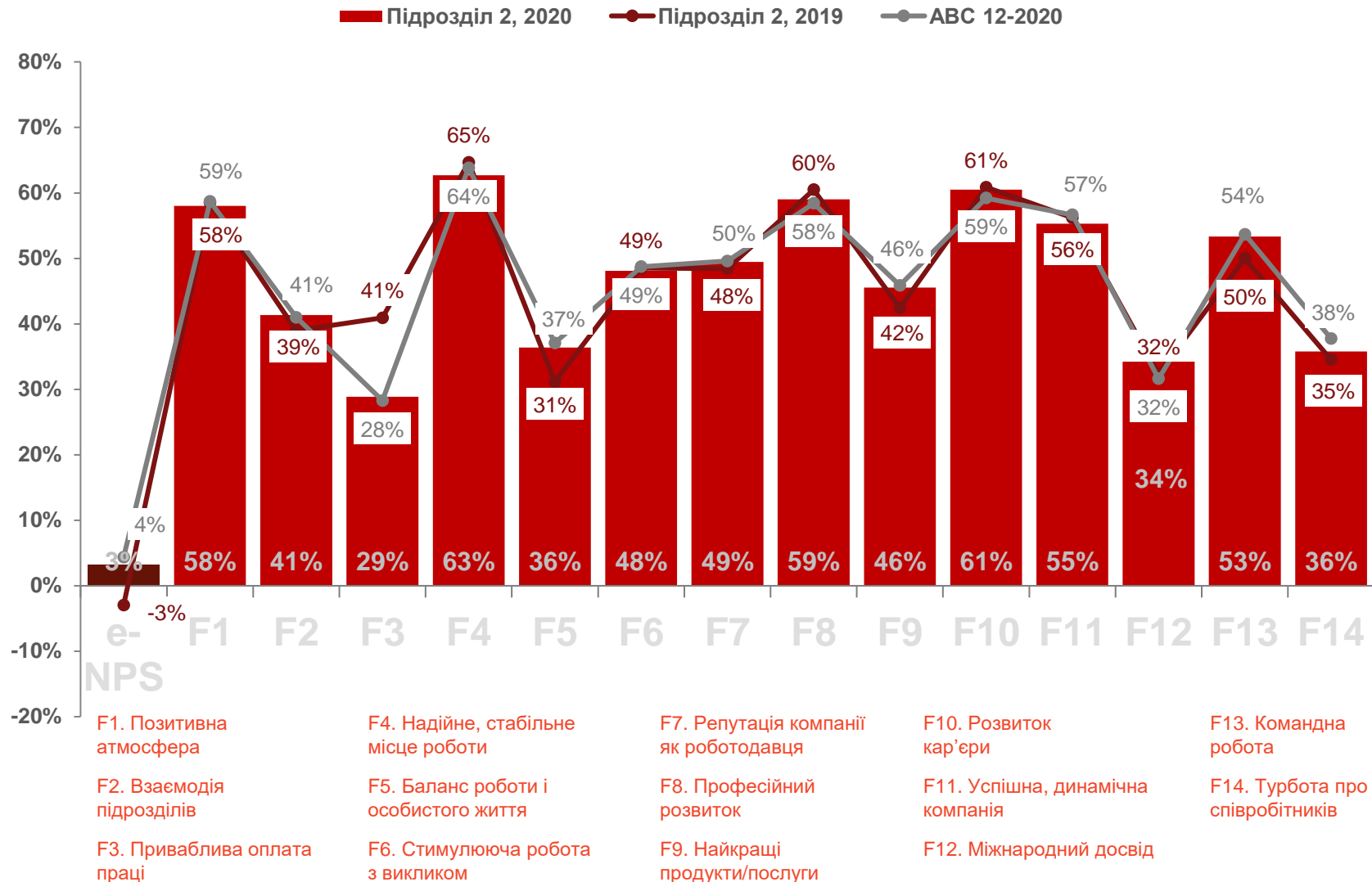


B1	ABC 2020
B2	ABC 2019
B3	UA 1K+ 2017-19
1	Підрозділ 1
2	Підрозділ 2
3	Підрозділ 3
4	Не вказали підрозділ

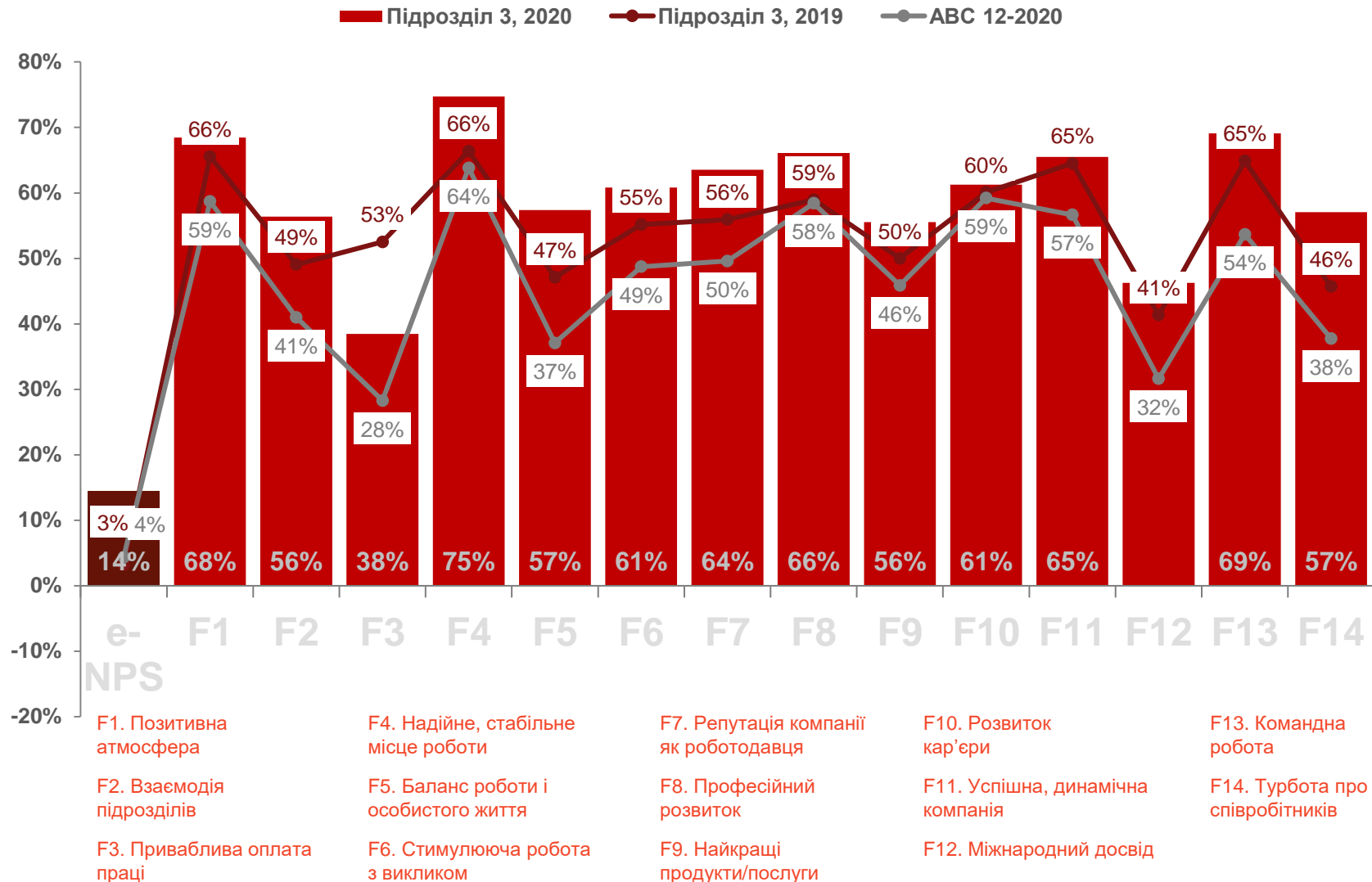
е-NPS і нетто-фактори бренду роботодавця В залежності від підрозділу



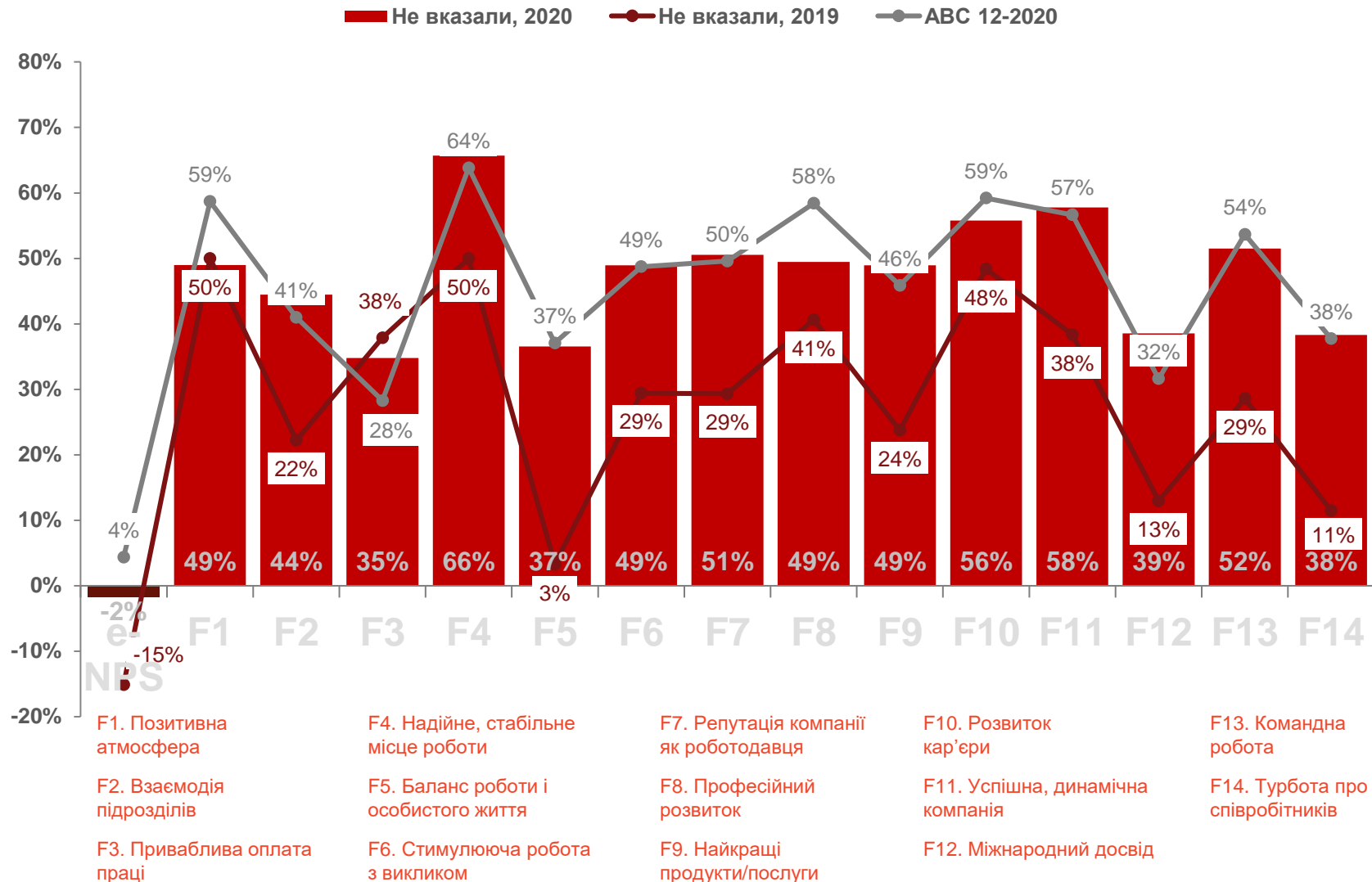
е-NPS і нетто-фактори бренду роботодавця В залежності від підрозділу



е-NPS і нетто-фактори бренду роботодавця В залежності від підрозділу



е-NPS і нетто-фактори бренду роботодавця В залежності від підрозділу



5. Рекомендації для підготовки Плану Дій з розвитку e-NPS

Висновки і рекомендації консультантів (1)



Опитування 2020 року пройшло із досить високою вибіркою (53% запрошених, що суттєво вище рекомендованого рівня у 25%). Показник e-NPS дорівнює **4,4%**. Цей показник помітно вищий за результат компанії в минулому році (-2,2%) і за середньо-ринковий показник для компаній такого ж розміру в Україні (більше 1000 респондентів, -9,6%). І результат по загальній задоволеності (60,8%) вищий за результат минулого року (58,0%), а також значно вищий за середньо ринковий показник (50,1%).

Аналіз факторів бренду роботодавця по компанії в цілому показує, що результати по більшості факторів вищі за відповідні ринкові. Тільки за факторами F9 «Найкращі продукти/послуги» (46) і F12 «Міжнародний досвід» (32) результати компанії ABC в 2020 році нижчі за середні результати по ринку. Також по більшості факторів результати досить близькі до рівня минулого року. Проте звертають на себе увагу значно нижчі, ніж у минулому році результати по фактору F3 «Приваблива оплата праці» - на 11% нижче в порівнянні з минулим роком.

Для розробки плану дій, рекомендуємо ретельно вивчити отримані результати за розрізами. Так, аналізуючи результати в розрізі за рівнем посади, бачимо типове зниження результатів від Керівників до більш низьких посад. Однак, залишається досить великий розрив між рівнем e-NPS Керівників (+29%) і Менеджерів (+13%). В той же час зазначимо, що в минулому році цей розрив був ще більшим, тому можемо зробити висновок, що заходи, які проводить компанія для росту показника e-NPS дають хороші результати. Аналізуючи результати по всіх факторах бренда роботодавця в порівнянні з середнім результатом по компанії, можна зрозуміти причини можливої незадоволеності певними факторами в деяких групах за рівнем посади.

При розробці Плану дій варто детально проаналізувати результати за факторами Бренду Роботодавця у кожному підрозділі.

Додаткові ідеї для розвитку e-NPS можна отримати зі Звіту про відповіді співробітників на відкрите питання опитування.

Висновки і рекомендації консультантів (2)

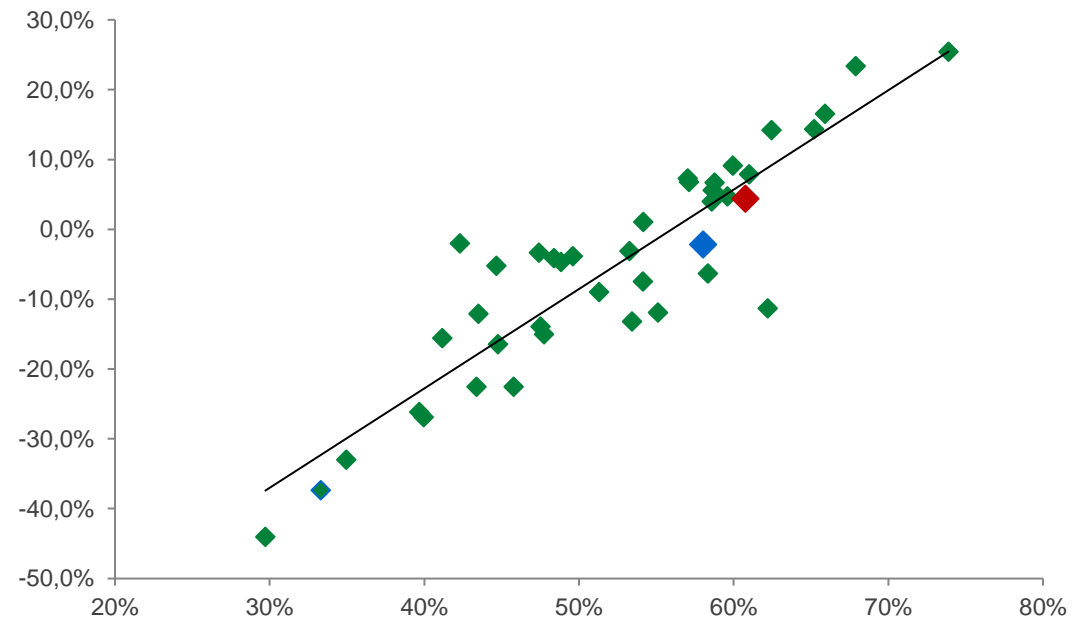


Аналіз зв'язку між e-NPS та задоволеністю

Наявність порівняльних даних дозволяє поглянути на результати e-NPS ще під одним кутом зору. Очевидно, що чим вище задоволеність співробітників умовами роботи в компанії, тим частіше вони готові рекомендувати її як роботодавця. Цей зв'язок візуально показано на графіку праворуч, де похила пряма лінія є усереднена залежність e-NPS від задоволеності.

Результати компанії «ABC» в 2020 р. знаходяться **трохи нижче** цієї прямої, тобто співробітники компанії при даному рівні задоволеності рекомендують компанію як роботодавця **трохи рідше, ніж в середньому** це роблять співробітники інших українських компаній. В порівнянні з результатами дослідження в минулому році цей показник покращився.

e-NPS



Задоволеність

■ ABC 2020

■ ABC 2019

■ UA 1K+, 2011-19

Контакти



HR Center

www.hrc.com.ua

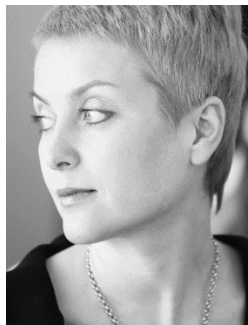
+ 38 044 361 98 86

Микола Осейко
Управляючий 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