



Опрос своими силами или провайдер?

Навскидку, провести опрос персонала кажется не таким уж сложным и затратным мероприятием. Ведь можно создать опрос на гугл-формах совершенно бесплатно. Нужно всего лишь придумать вопросы. Отчасти это так, если речь идет о простых опросах, когда нужно, скажем, выяснить отношение людей к конкретным изменениям в компании.

И совсем другое дело, если необходимо провести комплексное психологическое исследование, такое как оценка удовлетворенности и вовлеченности персонала. Причем не в общем и целом, а ДЕТАЛЬНО прояснить:

Почему в некоторых отделах высокая текучесть?

Отчего молодые сотрудники не задерживаются в компании дольше, чем на полгода?

Какие причины разной эффективности схожих подразделений?

Притом не только увидеть причины низкой вовлеченности в работу, но и каков потенциал ее роста? (Реально ли повысить вовлеченность?)

Такое исследование выполнить своими силами уже не так просто. Здесь не обойтись несколькими вопросами. Необходимо тщательно проработать опросник, начиная с составления карты трудовой среды компании. Включить в нее все факторы, но избегая дублирования. Корректно сгруппировать факторы в группы для одновременного упрощения и расширения возможностей анализа итогов опроса. Определиться со шкалой опроса, и какие показатели будут рассчитываться. На основании этого составить модель расчетов. Разумеется, необходимо сформулировать сами вопросы для анкетирования. Проверить, как их понимают разные категории вашего персонала, нет ли расхождений. Также следует исключить вопросы, где есть высокий шанс социально желательного ответа. Полученный конструкт опросника необходимо проверить на адекватность задаче и надежность, ну хотя бы на уровне «лайт»-валидации. То есть убедиться, во-первых, что он измеряет именно то, что вами задумано. А во-вторых, что каждый вопрос согласуется со своим фактором, фактор – с группой, а группа факторов – с главными объектами исследования – удовлетворенностью и вовлеченностью коллектива. При этом наложения (корреляции между факторами и группами) должны быть минимальны.

А еще нужно правильно оформить такой опросник, решить технические вопросы, обеспечить анонимность сбора данных, провести их обработку и много чего еще...

Задача становится очень трудоемкой и технологически сложной. Придется задействовать специалистов из HR, IT, PR отделов, а в идеале еще и подключить руководителей подразделений, где планируется провести опрос. И наконец, управлять самим процессом. Все это выливается в немалые затраты, в том числе по оплате рабочего времени задействованных сотрудников. От них потребуются выделить время для участия в таком проекте, и это в условиях постоянного цейтнота. Избежать негодования и конфликтных ситуаций будет непросто.

Даже если организационная часть пойдет гладко, не выйдет ли блин комом? Получится ли так, как было нужно? Устроит ли результат? Не возникнет на финише «озарение» и чувство досады, что чего-то не предусмотрели?..

Очевидная альтернатива – привлечь провайдера, который обеспечит вам и методологическую и техническую часть таких опросов. Есть возражения?

Автор: Наталья Федорова, simonitor.com

