

**GfK Ukraine Custom Research**  
**Отдел B2B и стратегических исследований**

Татьяна Сытник, начальник отдела

**Исследования удовлетворенности  
персонала и имиджа работодателей**



GfK

## Что такое «хороший работодатель»?

2

- Оценка компании как работодателя со стороны внешних людей:
  - Является частью корпоративной репутации и часто тесно связана с оценкой имиджа компании в целом
  - Более высокие ожидания а priori связаны с международными компаниями
- Оценка компании как работодателя самими сотрудниками
  - Лояльность и удовлетворенность персонала является важным активом компании

## Внешняя оценка: Характеристики “идеального” работодателя

Результаты опроса экспертов по заказу журнала “Корреспондент”



## Внутренняя оценка: важность факторов, определяющих лояльность персонала

Результаты исследования сотрудников компании

4

Факторы	Ранг
Эмоциональное отношение к компании (имидж)	1
Непосредственные обязанности	2
Личное развитие и карьера	3
Оплата труда	4
Отношения в компании	5
Управление компанией	6

*Важным фактором лояльности являются также социально-психологические настроения среди сотрудников компании (разочарование, амбициозность, стремление к взаимодействию)*

## Зачем нужно исследование удовлетворенности персонала компании?

5

- Достижение высокого уровня удовлетворенности сотрудников оправдано следующими причинами:
  - Удовлетворенный сотрудник — это мотивированный сотрудник, разделяющий ценности компании и заинтересованный в качестве своей работы
  - Затраты на поиск и привлечение одного квалифицированного сотрудника намного превышают затраты на удержание удовлетворенного сотрудника
  - Репутация компании как хорошего работодателя упрощает поиск и привлечение квалифицированного персонала
- Задачи, которые решаются с помощью исследований персонала:
  - Определить уровень удовлетворенности сотрудников
  - Проанализировать разные факторы удовлетворенности
  - Определить сильные и слабые стороны в управлении персоналом и отношениях внутри компании; определить приоритетные действия
  - Проанализировать корпоративную культуру, разделение ценностей и целей компании
  - Привлечение сотрудников к обсуждению стратегии компании

## Исследования персонала, проведенные GfK Ukraine

6

- С мая 2005 года GfK Ukraine провела 6 исследований персонала:
  - Сектор FMCG — 3 исследования
  - Банки — 2 исследования
  - Производство — 1 исследование
- Темы исследований:
  - Удовлетворенность и лояльность
  - Восприятие имиджа, целей и ценностей компании
  - Обмен информацией внутри компании
- Используемые методы:
  - Глубинные интервью
  - Он-лайн опросы
  - Опросы методом самозаполнения бумажных копий анкет