

MERENJE ZADOVOLJSTVA ZAPOSLENIH

isečak iz HR saveta, dostupnih [pretplatnicima na Mojtim.com](#)

Možemo da govorimo o više elemenata zadovoljstva kao što su zadovoljstvo organizacijom rada, nagradnim sistemom, međuljudskim odnosima, menadžmentom, obezbeđenim radnim uslovima, sopstvenim radnim mestom, razvojnim mogućnostima, korporativnom komunikacijom i slično. Sasvim logično, izbor dimenzija zadovoljstva zaposlenih koje ćemo pratiti i uključiti u anketu o zadovoljstvu zaposlenih zavisi od toga šta konkretno želimo da saznamo i na šta firma stavlja akcenat.

(...)

Sastavljanje ankete o zadovoljstvu, anketnih iskaza i ponuđenih odgovora

Pri određivanju ukupnog broja iskaza koji će činiti anketu treba imati u vidu da je anketa pouzdanija što je duža, ali kao kontrolni reper može da posluži vreme koje je ispitanicima potrebno za njeno popunjavanje, a koje ne bi trebalo da bude duže od 15 - 20 minuta. U suprotnom možemo izazvati kontraefekat - demotivisanost zaposlenih da popune anketu.

Osim toga, u definisanju anketnih iskaza treba obratiti pažnju na:

- Pozitivne / negativne iskaze
- Duple negacije
- Jednostavnost, nedvosmislenost i nesugestivnost iskaza

(...)

Ispitanici treba da daju svoje odgovore tako što procenjuju tačnost svakog anketnog iskaza, koji se najčešće ocenjuje na petostepenoj skali, ali u zavisnosti od cilja istraživanja skala može da bude i drugačija, recimo četvorostepena ili šestostepena.

(...)

Demografske varijable

Demografski podaci se traže iz dva razloga. Prvo - omogućavaju proveru strukture uzorka u smislu da li on preslikava strukturu zaposlenih u preduzeću, a drugo - moguće je raditi analize različitih podgrupa zaposlenih u preduzeću, koji međusobno mogu značajno da se razlikuju po pitanju onoga što je od uticaja na njihovo zadovoljstvo.

Međutim, ukoliko anketa obuhvata demografske podatke kao što su pol, starost, godine staža, sektor i slično, koje ispitanici treba da upišu na anketni list, to može u nekim slučajevima da naruši njihov doživljaj anonimnosti ankete.

(...)

Uzorkovanje

Ukoliko se anketa distribuira svim zaposlenima, pravljenje posebnog uzorka logično nije potrebno i u tom slučaju sam odziv zaposlenih pri popunjavanju ankete biće jedan od važnijih pokazatelja za tumačenje rezultata. Pri tome, više različitih faktora utiče na motivaciju zaposlenih da popune anketu.

(...)

Međutim, u većim firmama može se ići na uzorak umesto na odziv sa ciljem da se uštedi vreme i napor, jer istraživanje može da se sprovede na relativno malom broju zaposlenih. U tom slučaju treba odlučiti da li će se koristiti prigodan uzorak, slučajan ili stratifikovani uzorak.

(...)

Provere ankete

Pre nego što se otpočne sa anketiranjem potrebno je uraditi predistraživanje, takozvano pilot istraživanje, kako bismo proverili kako ispitanici doživljavaju anketne iskaze, da li su im razumljivi, da li pod anketnim iskazima podrazumevaju isto što podrazumeva i konstruktor ankete, da li postoje iskazi na koje im je teško da odgovore i zbog čega je tako, da li zbog načina na koji je formulisan sam iskaz ili zbog načina na koji su formulisani ponuđeni odgovori, da li im je trajanje ankete prihvatljivo, da li su se umorili popunjavajući anketu, da li su pri kraju izgubili interes i koncentraciju za njeno popunjavanje, da li im je anketa interesantna, veruju li da će se doći do zanimljivih rezultata, da li su zainteresovani da vide dobijene rezultate i slično.

(...)

Ono što želimo da merimo anketom može biti jednodimenzionalni ili multidimenzionalni fenomen. Ukoliko se radi o višedimenzionalnoj pojavi, kao što je zadovoljstvo zaposlenih, moraćemo da sastavimo veći broj anketnih iskaza, preporuka je od 8 do 12 za svaku pojedinu dimenziju, što znači da ćemo imati više kategorija iskaza. Tako u istraživanju zadovoljstva zaposlenih možemo da imamo kategoriju iskaza koji se odnose na zadovoljstvo organizacijom rada, zatim grupu iskaza koji se odnose na zadovoljstvo menadžmentom i tako dalje. Međutim, da li se anketni iskazi stvarno grupišu na način na koji smo ih mi logički razvrstali pokazaće faktorska analiza.

(...)

Statistička obrada rezultata

Za obradu rezultata koriste se deskriptivni statistički postupci kao što su procentualna raspodela odgovora, aritmetička sredina, standardna devijacija i medijana, ali i složenija multivarijatna statistika kao što su, recimo, faktorska i diskriminativna analiza.

(...)

NEKI OD [HR ALATA](#) VEZANIH ZA OVAJ SADRŽAJ

- Primer ankete o zadovoljstvu zaposlenih
- Anketa o zadovoljstvu za novozaposlene osobe
- Primer ankete za uporedno merenje zadovoljstva