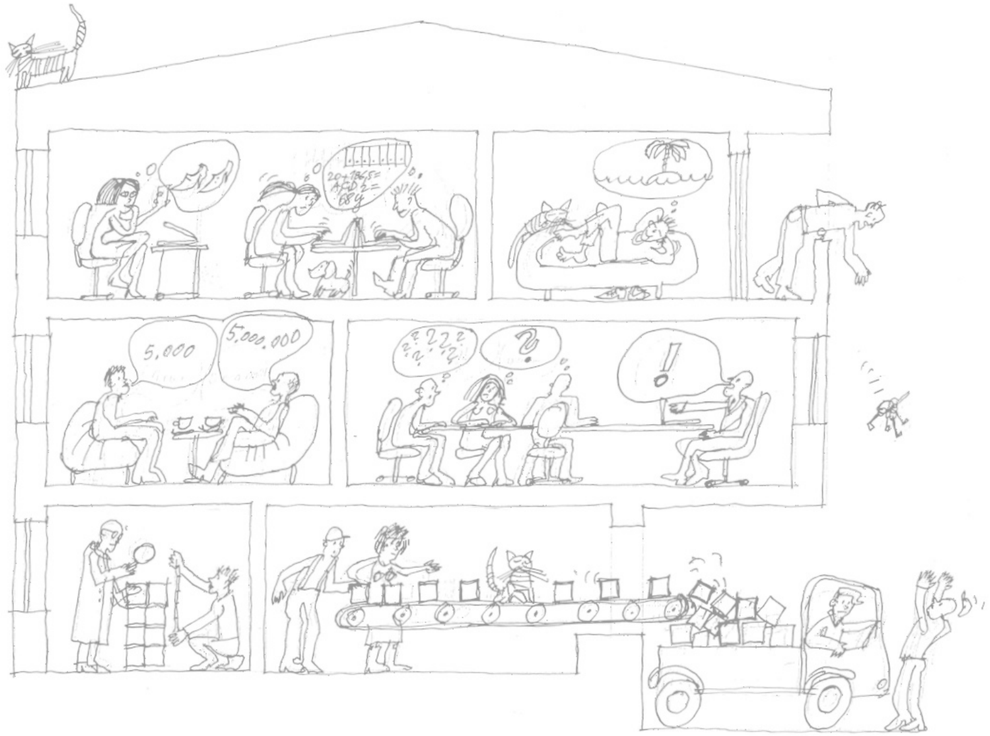
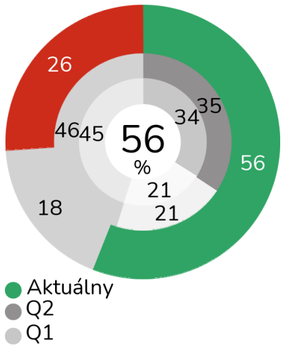


TCC ONLINE – PULSE

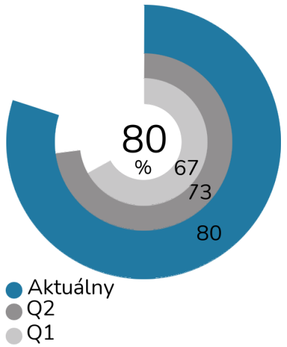
Výsledok Q3

ZHRNUTIE

SPOKOJNOSŤ

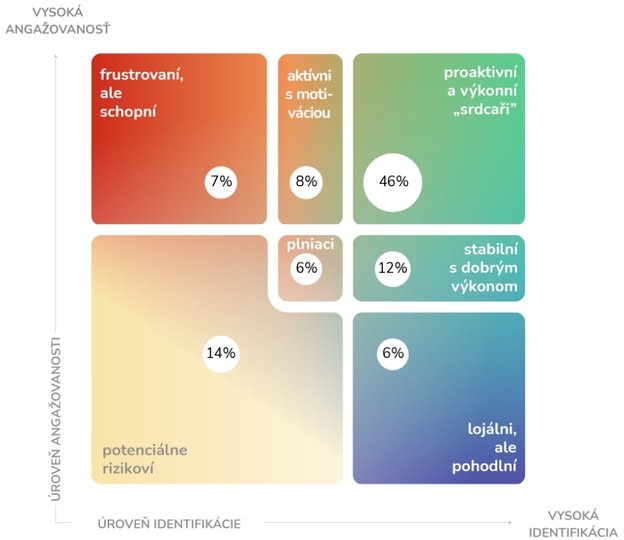


NÁVRATNOSŤ

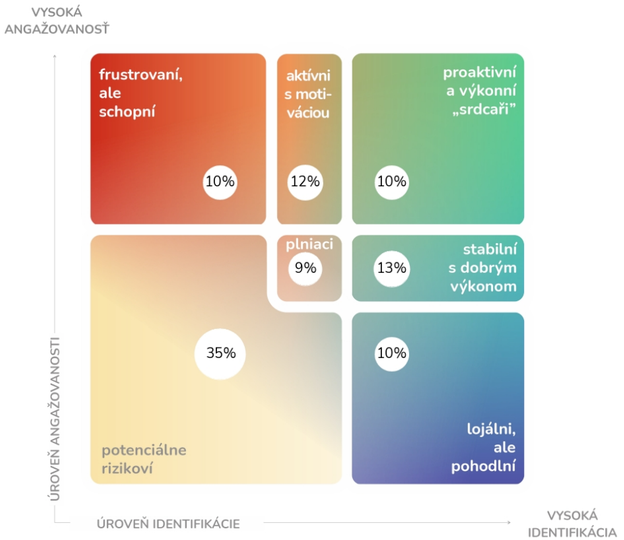


240 respondentov

Aktuálny



Historické porovnanie – Q2



NAJSILNEJŠÍ VPLYV NA IDENTIFIKÁCIU

V posledných troch mesiacoch som sa v rámci svojej práce cítil/a dobre.

NAJSILNEJŠÍ VPLYV NA ANGAŽOVANOSŤ

V posledných troch mesiacoch som sa v rámci svojej práce cítil/a dobre.

VÝSLEDOK ZA JEDNOTLIVÉ OBLASTI

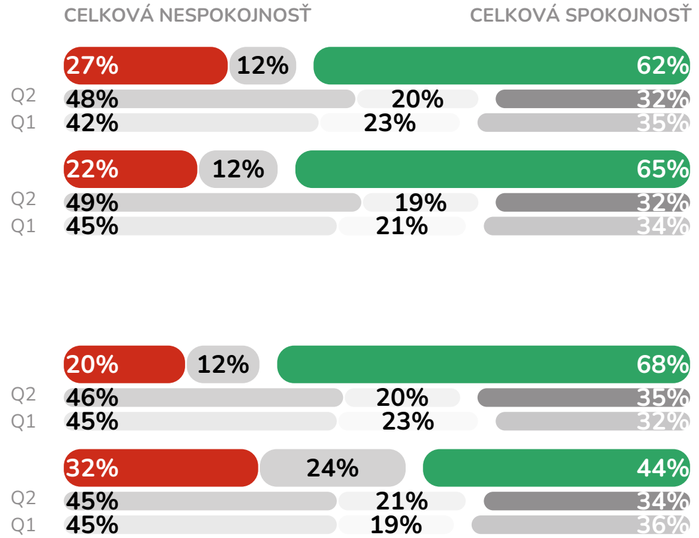
ANGAŽOVANOSŤ

IDENTIFIKÁCIA

SPOKOJNOSŤ

Atmosféra

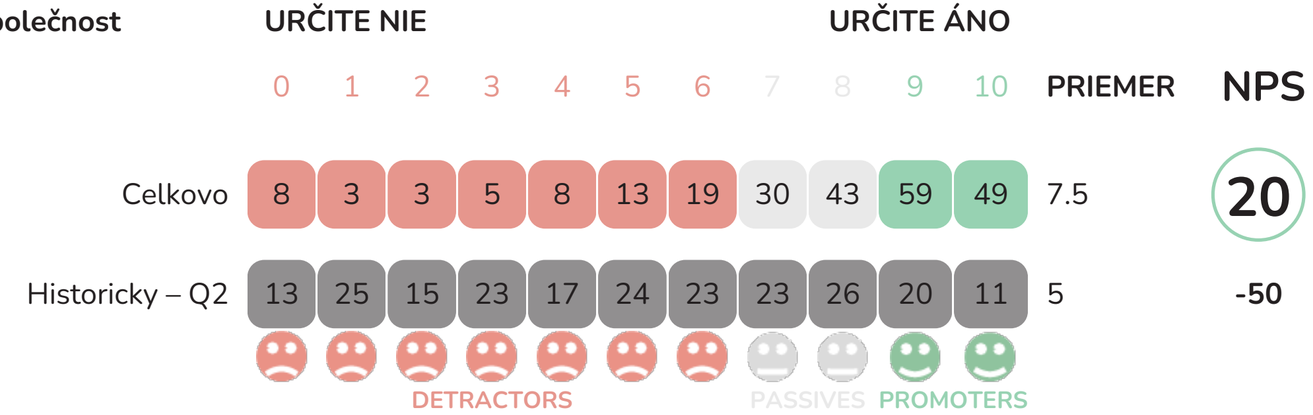
Spokojnosť



EMPLOYEE NET PROMOTER SCORE

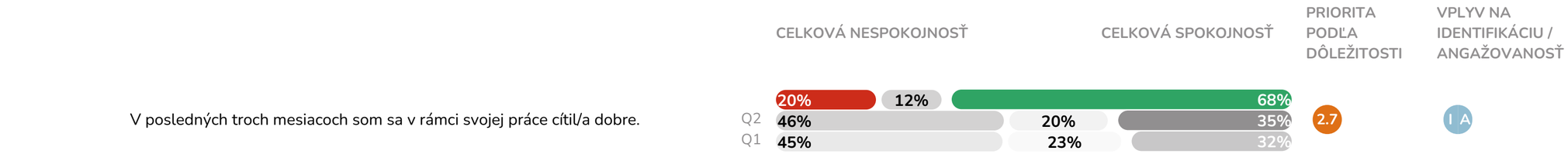
eNPS (Employee Net Promoter Score) meria, ako zamestnanci vnímajú svoju firmu ako zamestnávateľa. Získava sa ako rozdiel percentuálneho zastúpenia tzv. „Promoters“ (zvolili hodnoty 9 alebo 10), teda ambasádorov značky, produktu a firmy ako zamestnávateľa, a tzv. „Detractors“ (tí, ktorí zvolili 0 až 6). Hodnoty eNPS tak môžu nadobúdať skóre od -100 do +100. Skóre nad hranicou 0 sa vo všeobecnosti považuje za akceptovateľné. Skóre 10 až 30 sa považuje za dobré. Čokoľvek nad 50 sa považuje za excelentné, nad 70 potom za skutočne výnimočné.

Jaká je pravděpodobnost, že bych doporučil/a naši společnost jako zaměstnavatele svému příteli nebo známému?

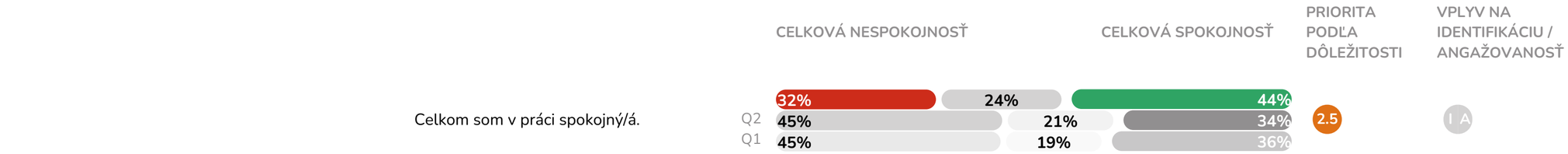


NPS = % PROMOTERS - % DETRACTORS

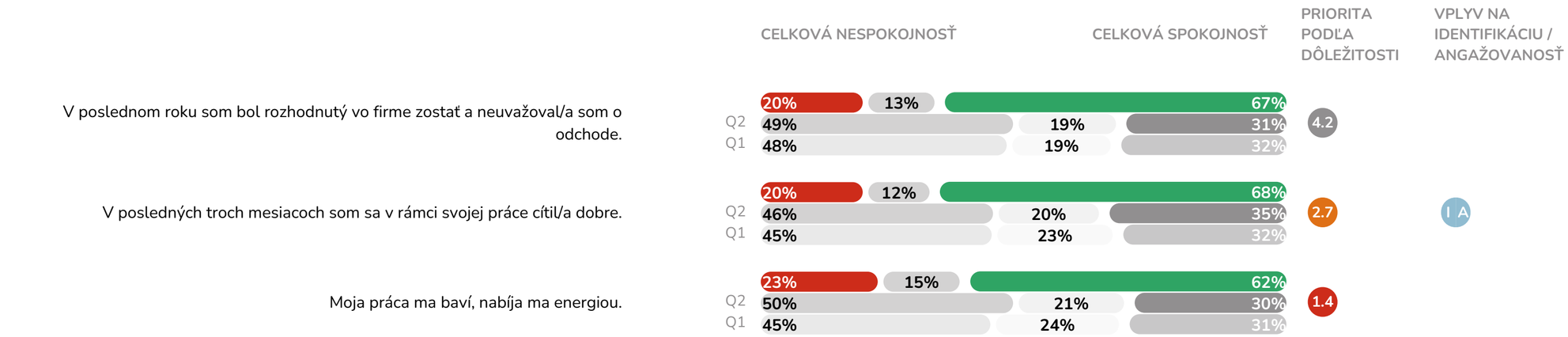
ZHRNUTIE NAJLEPŠIE HODNOTENÉ OTÁZKY



NAJHORŠIE HODNOTENÉ OTÁZKY



ZHRNUTIE OTÁZKY S NAJVÄČŠÍM ZLEPŠENÍM V POROVNANÍ S REFERENCIOU (TCC ONLINE - PULSE - Q2)



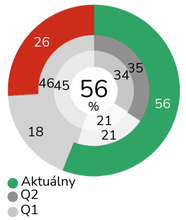
VYSVETLIVKY

CELKOVÉ SÚHRNNÉ VÝSLEDKY ZA VŠETKÝCH RESPONDENTOV:

VARIANTY ODPOVEDÍ:

úplne nesúhlasím
nesúhlasím
hodnotím neutrálne
súhlasím
úplne súhlasím

FARBY V GRAFE:



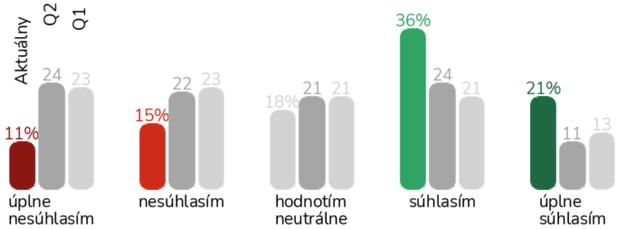
Číslo vnútri grafu vyjadruje pomerné zastúpenie všetkých súhlasných odpovedí z celku v aktuálnom prieskume. Farby ve vnějším kruhovom grafe potom reprezentujú súhrnné kategórie odpovedí (všetky súhlasné, všetky nesúhlasné a všetky neutrálne). Vo vnútornom kruhu je naznačený výsledok za porovnávaný starší prieskum.

CELKOVÉ ČIASTKOVÉ VÝSLEDKY ZA VŠETKÝCH RESPONDENTOV:

VARIANTY ODPOVEDÍ:

úplne nesúhlasím
nesúhlasím
hodnotím neutrálne
súhlasím
úplne súhlasím

FARBY V GRAFE:



Čísla v grafe vyjadrujú pomerné zastúpenie jednotlivých odpovedí z celku. Zobrazuje sa postupne zľava doprava výsledok za zvolený výber a za celú spoločnosť. V prípade porovnania so starším prieskumom v pravej časti rovnako za zvolený výber v staršom porovnávanom prieskume (pravý sivý stĺpec cez každú odpoveď).

VYSVETLIVKY CELKOVÉ SÚHRNNÉ VÝSLEDKY ZA RÔZNE KATEGÓRIE RESPONDENTOV:

B0	Aktuálny	Q2
Marketing	60%	↑ +28% 32%

Čísla v tabuľke vyjadrujú pomerné zastúpenie všetkých súhlasných odpovedí **súhlasím** / **úplne súhlasím** v rôznych kategóriách respondentov.

Hodnoty podľa konkrétnych kategórií sa zobrazujú v tabuľke iba pri kategóriách zastúpených aspoň 5 respondentmi. V prípade nižšieho počtu respondentov sa potom výsledky z dôvodu zachovania anonymity nezobrazujú. Ich odpovede sú však započítané do celkového výsledku.

Pre zachovanie anonymity sa nezobrazujú ani výsledky za kritériá, kde možno dopočítať odpovede jednotlivca. Napríklad ak je v danom tíme 1 žena a 5 mužov, nezobrazia sa ani výsledky mužov, pretože by bolo možné odvodiť odpovede jedinej ženy.

X = návratnosť v % nebolo možné vypočítať, pretože nebol k dispozícii údaj o celkovom počte oslovených osôb (zobrazuje sa preto len absolútny počet respondentov)

Podfarbené hodnoty = výsledky výrazne nad alebo pod priemerom (o 5 a viac percentuálnych bodov)

hodnoty výrazne nad priemerom | hodnoty výrazne pod priemerom

VYSVETLIVKY ODPOVEDE ZA JEDNOTLIVÉ OTÁZKY:

V posledných troch mesiacoch som sa v rámci svojej práce cítil/a dobre.

VARIANTY ODPOVEDÍ:

úplne nesúhlasím
nesúhlasím
hodnotím neutrálne
súhlasím
úplne súhlasím

FARBY V GRAFE:

Čísla a farby vyjadrujú pomer súhrnných kategórií odpovedí (všetky súhlasné, všetky nesúhlasné a všetky neutrálne).

Priorita podľa dôležitosti vyjadruje na škále 1 (najvyššia) až 5 (najnižšia), za ako dôležitú danú položku považujú respondenti. Ak pri otázke nie je uvedená žiadna hodnota dôležitosti, znamená to, že sa k dôležitosti žiadny respondent nevyjadril. Jej veľkosť je zdôraznená sýtosťou podfarbenia grafického prvku 2.6.

Pri jednotlivých výrokoch sa ďalej zobrazuje ich vplyv na identifikáciu a angažovanosť respondentov. I A
Podfarbenie ľavej polovice vyjadruje vplyv na identifikáciu, podfarbenie pravej polovice vplyv na angažovanosť.
Použitá farba zodpovedá vplyvu:

negatívny | nevýznamný | významný | zásadný

VYSVETLIVKY POROVNANIE A VÝSLEDKY STARŠIEHO PRIESKUMU

Farba výsledkov porovnávaného staršieho prieskumu TCC online - pulse - Q2(Q2)

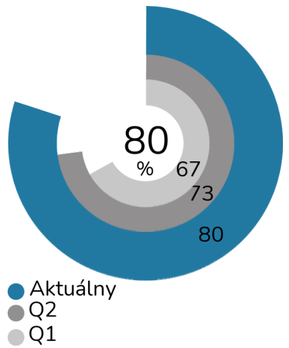
Farba výsledkov porovnávaného staršieho prieskumu TCC online - pulse - Q1(Q1)

ÚČASŤ V PRIESKUME NÁVRATNOSŤ A ZASTÚPENIE ÚČASTNÍKOV

V kapitole pojednávajúcej o návratnosti, predstavujú údaje v percentách návratnosť z celkového počtu oslovených respondentov, a to:

- celkovo (vrátane doplnkovej informácie o pomere zastúpenia jednotlivých kategórií v rámci celku)
- podľa kategórií respondentov
- podľa jednotlivých otázok

CELKOVÁ NÁVRATNOSŤ



240 respondentov

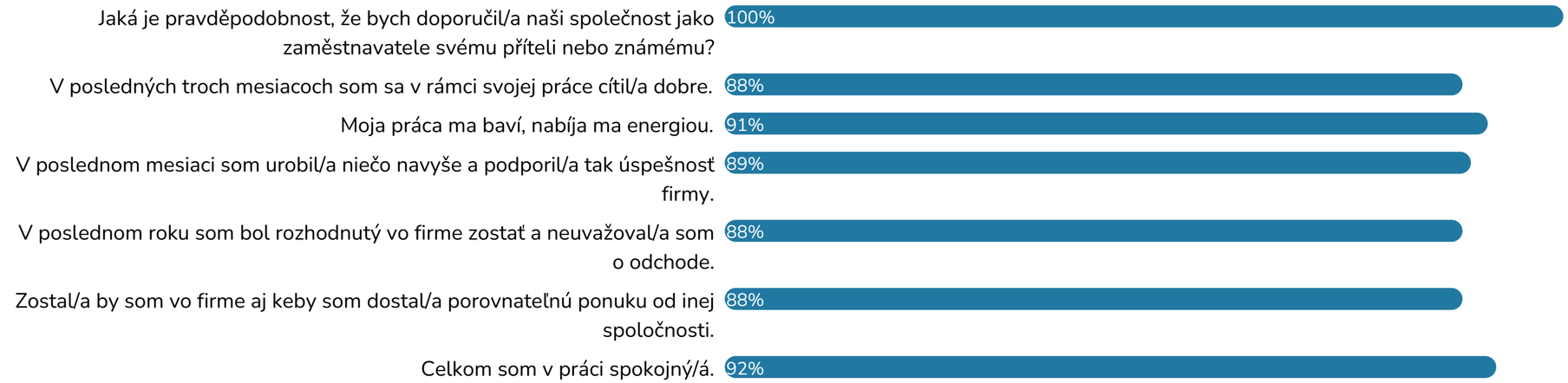
ÚČASŤ V PRIESKUME NÁVRATNOSŤ A ZASTÚPENIE ÚČASTNÍKOV

B0	Aktuálny	Q2
Marketing	64% (29)	76% (34)
Obchod	85% (35)	83% (34)
Logistika	85% (40)	70% (33)
HR	77% (33)	67% (29)
Finance	74% (31)	71% (30)
IT	90% (38)	71% (30)
Iné	85% (34)	75% (30)

Dĺžka zamestnania v spoločnosti	Aktuálny	Q2
Do 1 roka	78% (58)	76% (56)
1 - 5 rokov	87% (65)	80% (60)
6 - 10 rokov	75% (56)	79% (59)
Viac ako 10 rokov	80% (61)	59% (45)

Organizačná úroveň	Aktuálny	Q2
Vrcholový management	76% (16)	62% (13)
Manažment	84% (32)	64% (37)
Výkonná pozícia	80% (192)	77% (170)

ÚČASŤ V PRIESKUME NÁVRATNOSŤ ZA JEDNOTLIVÉ OTÁZKY



Percento návratnosti z reálne zapojených účastníkov prieskumu.

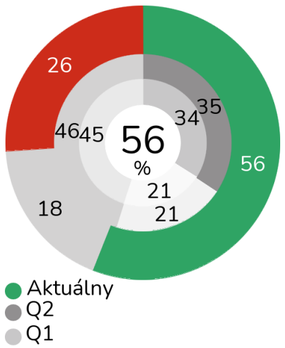
VÝSLEDKY ZA VŠETKY KATEGÓRIE

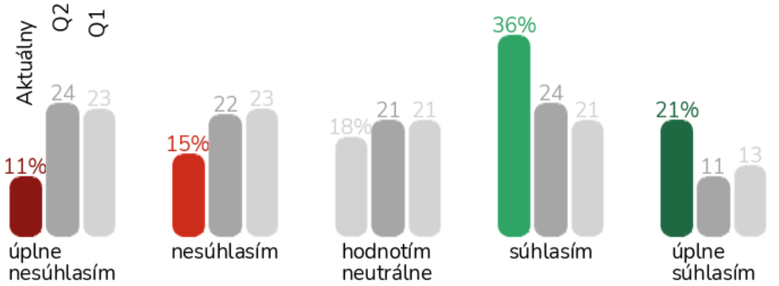
B0	NÁVRATNOSŤ A ZASTÚPENIE ÚČASTNÍKOV	Q2	NPS - JAKÁ JE PRAVDĚPODOBNOST, ŽE BYCH DOPORUČIL/A NAŠI...	Q2	ANGAŽOVANOSŤ	Q2	IDENTIFIKÁCIA	Q2	SPOKOJNOSŤ	Q2	ATMOSFÉRA	Q2	SPOKOJNOSŤ	Q2
Marketing	64% (29)	76% (34)	7	+57 -50	62%	+32% 30%	71%	+38% 33%	60%	+28% 32%	77%	+44% 33%	42%	+12% 30%
Obchod	85% (35)	83% (34)	11	+61 -50	74%	+42% 32%	68%	+33% 35%	58%	+31% 27%	71%	+40% 31%	44%	+21% 23%
Logistika	85% (40)	70% (33)	35	+62 -27	58%	+30% 28%	65%	+28% 37%	59%	+24% 35%	69%	+38% 31%	49%	+10% 39%
HR	77% (33)	67% (29)	33	+81 -48	53%	+21% 32%	58%	+32% 26%	61%	+32% 29%	64%	+39% 25%	57%	+25% 32%
Finance	74% (31)	71% (30)	-3	+64 -67	60%	+22% 38%	64%	+36% 28%	44%	44%	54%	-1% 55%	33%	33%
IT	90% (38)	71% (30)	11	+64 -53	62%	+22% 40%	68%	+38% 30%	55%	+17% 38%	68%	+44% 24%	41%	11% 52%
Iné	85% (34)	75% (30)	44	+97 -53	63%	+36% 27%	62%	+27% 35%	59%	+25% 34%	73%	+32% 41%	44%	+18% 26%

DÍŽKA ZAMESTNANIA V SPOLOČNOSTI	NÁVRATNOSŤ A ZASTÚPENIE ÚČASTNÍKOV	Q2	NPS - JAKÁ JE PRAVDĚPODOBNOST, ŽE BYCH DOPORUČIL/A NAŠI...	Q2	ANGAŽOVANOSŤ	Q2	IDENTIFIKÁCIA	Q2	SPOKOJNOSŤ	Q2	ATMOSFÉRA	Q2	SPOKOJNOSŤ	Q2
Do 1 roka	78% (58)	76% (56)	7	+53 -46	68%	+38% 30%	77%	+48% 29%	59%	+26% 33%	73%	+44% 29%	44%	+8% 36%
1 - 5 rokov	87% (65)	80% (60)	29	+71 -42	59%	+25% 34%	54%	+25% 29%	49%	+19% 30%	59%	+29% 30%	39%	+9% 30%
6 - 10 rokov	75% (56)	79% (59)	13	+71 -58	61%	+33% 28%	67%	+26% 41%	64%	+28% 36%	73%	+32% 41%	54%	+24% 30%
Viac ako 10 rokov	80% (61)	59% (45)	31	+84 -53	58%	+19% 39%	66%	+36% 30%	56%	+16% 40%	70%	+31% 39%	42%	+1% 41%

ORGANIZAČNÁ ÚROVEŇ	NÁVRATNOSŤ A ZASTÚPENIE ÚČASTNÍKOV	Q2	NPS - JAKÁ JE PRAVDĚPODOBNOST, ŽE BYCH DOPORUČIL/A NAŠI...	Q2	ANGAŽOVANOSŤ	Q2	IDENTIFIKÁCIA	Q2	SPOKOJNOSŤ	Q2	ATMOSFÉRA	Q2	SPOKOJNOSŤ	Q2
Vrcholový management	76% (16)	62% (13)	38	+46 -8	76%	+48% 28%	80%	+51% 29%	70%	+30% 40%	86%	+53% 33%	53%	+7% 46%
Manažment	84% (32)	64% (37)	16	+70 -54	64%	+35% 29%	63%	+29% 34%	56%	+30% 26%	69%	+43% 26%	42%	+16% 26%
Výkonná pozícia	80% (192)	77% (170)	20	+72 -52	60%	+27% 33%	65%	+33% 32%	56%	+20% 36%	67%	+30% 37%	44%	+10% 34%

SPOKOJNOSŤ CELKOM



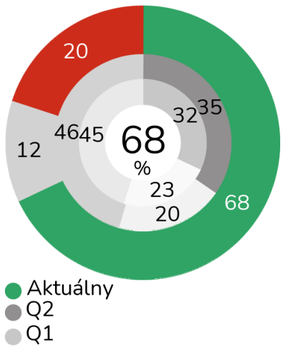


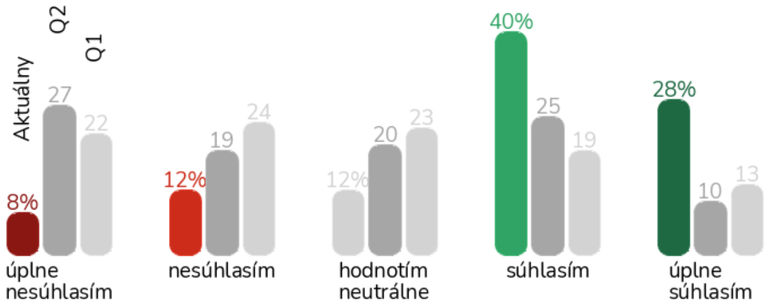
B0	Aktuálny	Q2
Marketing	60%	+28% 32%
Obchod	58%	+31% 27%
Logistika	59%	+24% 35%
HR	61%	+32% 29%
Finance	44%	44%
IT	55%	+17% 38%
Iné	59%	+25% 34%

Dĺžka zamestnania v spoločnosti	Aktuálny	Q2
Do 1 roka	59%	↑ +26% 33%
1 - 5 rokov	49%	↑ +19% 30%
6 - 10 rokov	64%	↑ +28% 36%
Viac ako 10 rokov	56%	↑ +16% 40%

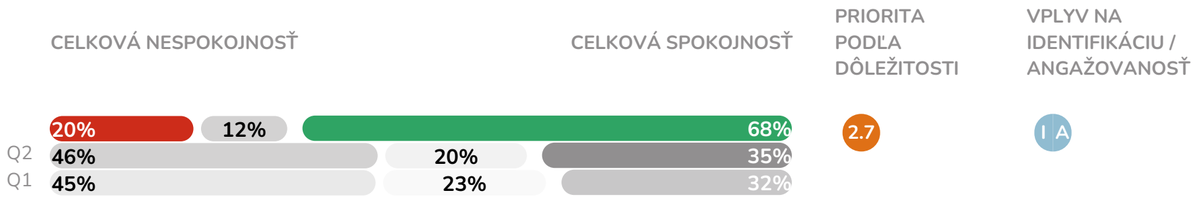
Organizačná úroveň	Aktuálny	Q2
Vrcholový management	70%	↑ +30% 40%
Manažment	56%	↑ +30% 26%
Výkonná pozícia	56%	↑ +20% 36%

SPOKOJNOSŤ ATMOSFÉRA

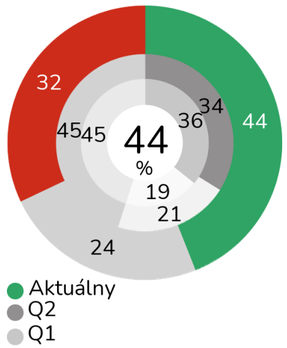


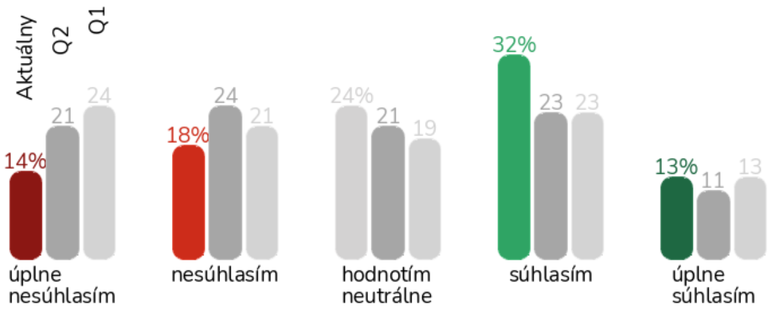


V posledných troch mesiacoch som sa v rámci svojej práce cítil/a dobre.



SPOKOJNOSŤ SPOKOJNOSŤ

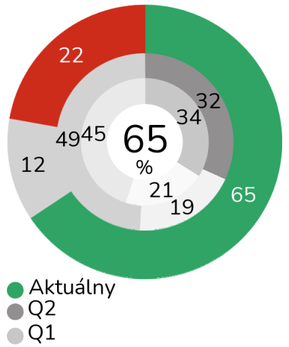


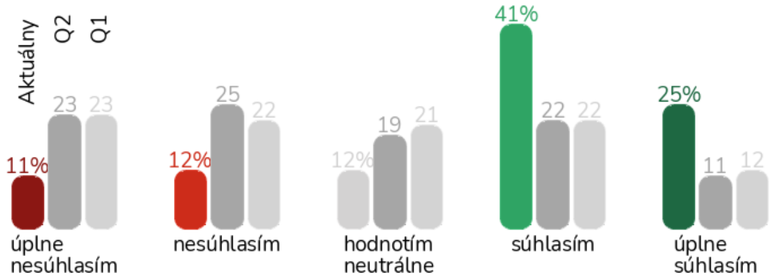


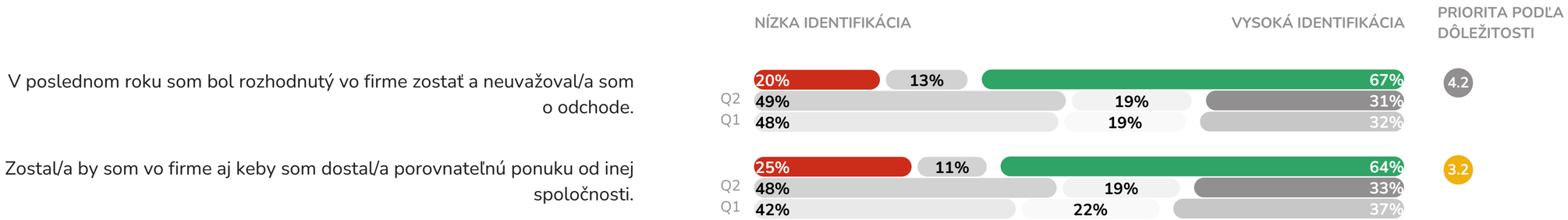
	CELKOVÁ NESPOKOJNOSŤ		CELKOVÁ SPOKOJNOSŤ	PRIORITA PODĽA DÔLEŽITOSTI	VPLYV NA IDENTIFIKÁCIU / ANGAŽOVANOSŤ
Celkom som v práci spokojný/á.	32%	24%	44%	2.5	I A
Q2	45%	21%	34%		
Q1	45%	19%	36%		

IDENTIFIKÁCIA

Poznámka. Identifikácia vyjadruje spolupatričnosť a postoj zamestnancov k firme, teda to či a nakoľko sa cíti byť jej neoddeliteľnou súčasťou. Zamestnanci s nízkou mierou identifikácie sú ohrození vyššou mierou fluktuácie.

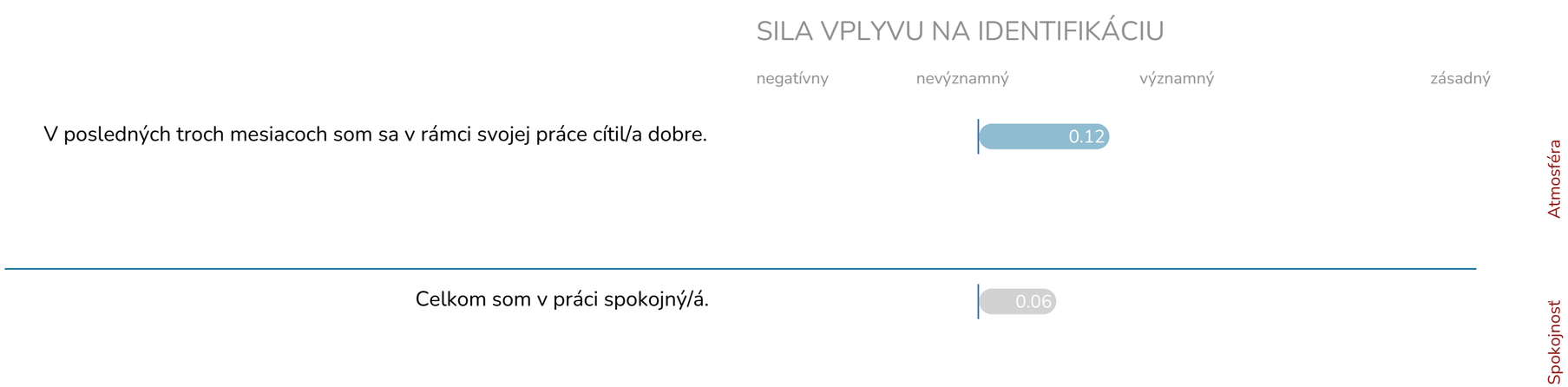






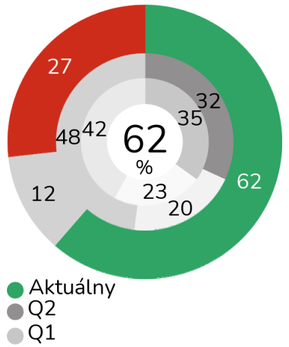
IDENTIFIKÁCIA VS OSTATNÉ SLEDOVANÉ OBLASTI

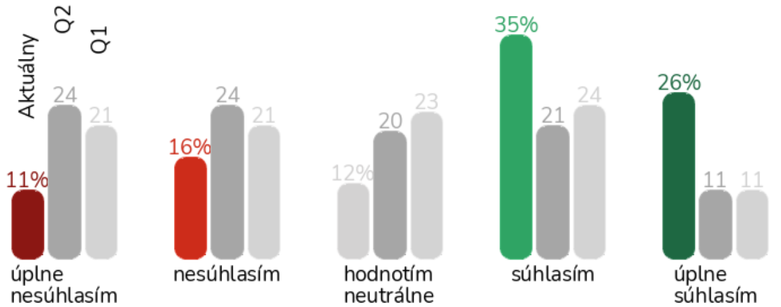
Graf vyjadruje koreláciu výrokov s identifikáciou. Čím vyššia korelácia, tým silnejšie daná otázka súvisí s identifikáciou zamestnancov s organizáciou. Práve na tieto oblasti sa oplatí zamerať, ak chceme identifikáciu posilňovať.
Vplyv je pre prehľadnosť rozdelený do nasledujúcich úrovní: negatívny | nevýznamný | významný | zásadný

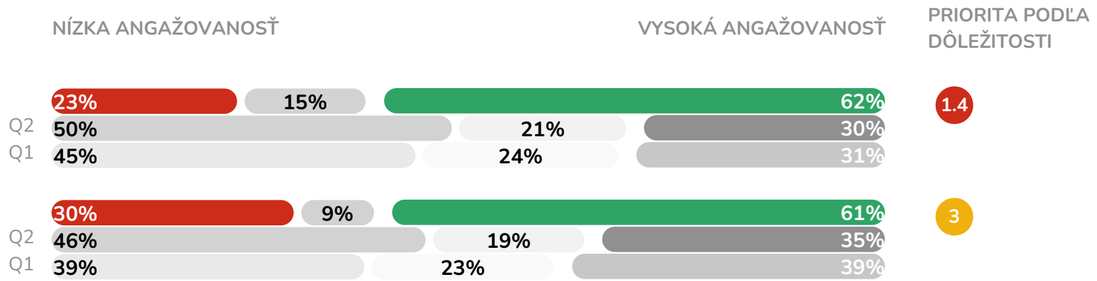


ANGAŽOVANOSŤ

Poznámka. Angažovanosť vyjadruje ochotu a vnútornú motiváciu zamestnancov podávať vysoký výkon a dosahovať výsledky aj v neprítomnosti nadriadeného a bez aktívnych stimulov z jeho strany.

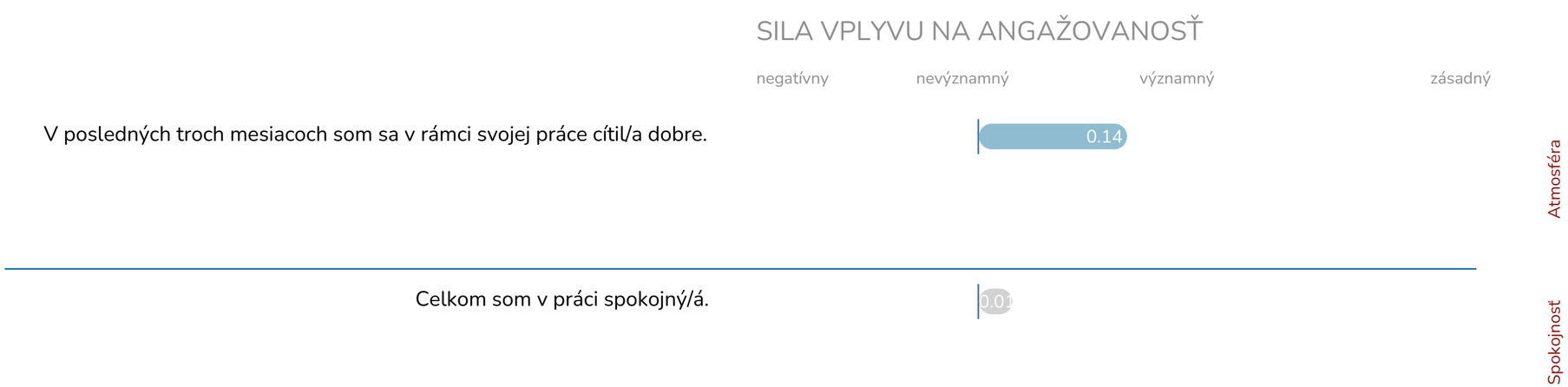




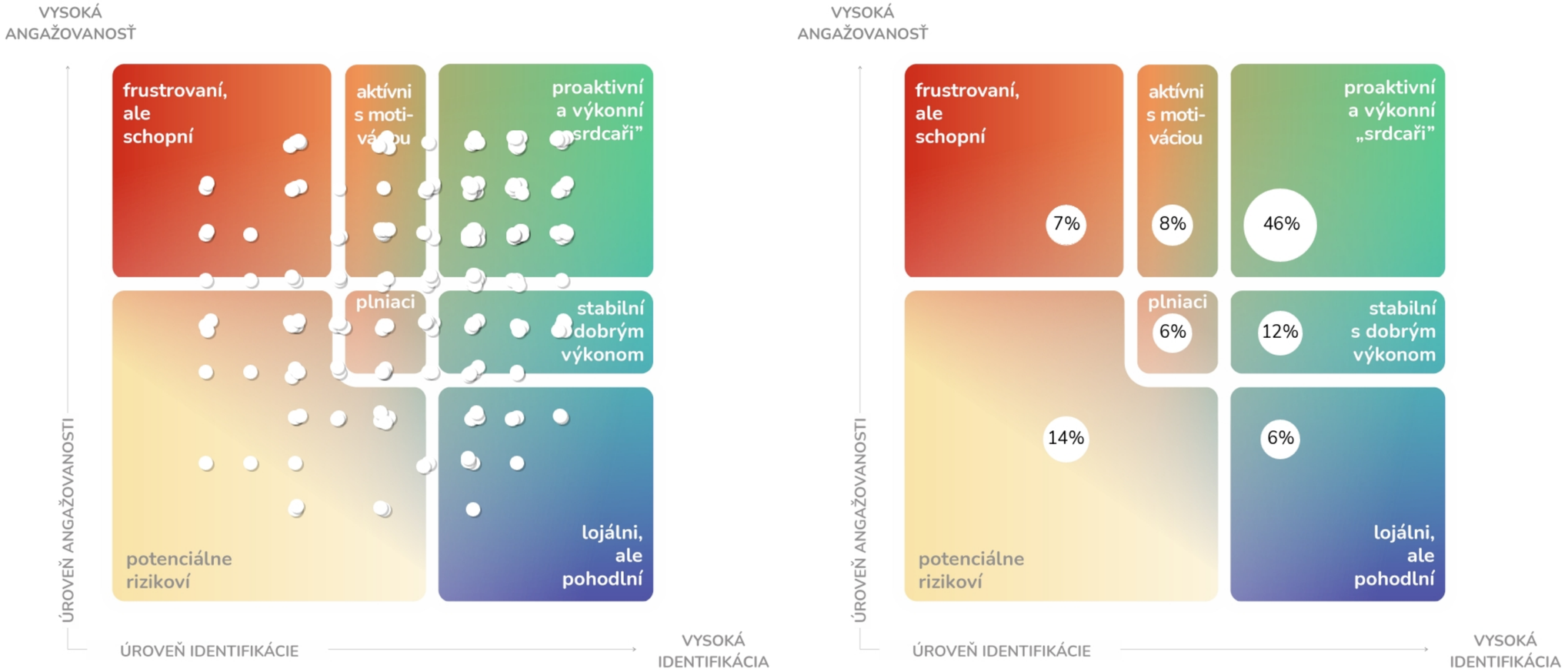


ANGAŽOVANOSŤ VS OSTATNÉ SLEDOVANÉ OBLASTI

Graf vyjadruje koreláciu výrokov s angažovanosťou. Čím vyššia korelácia, tým silnejšie daná otázka súvisí s angažovanosťou zamestnancov s organizáciou. Práve na tieto oblasti sa oplatí zamerať, ak chceme angažovanosť posilňovať.
Vplyv je pre prehľadnosť rozdelený do nasledujúcich úrovní: negatívny | nevýznamný | významný | zásadný

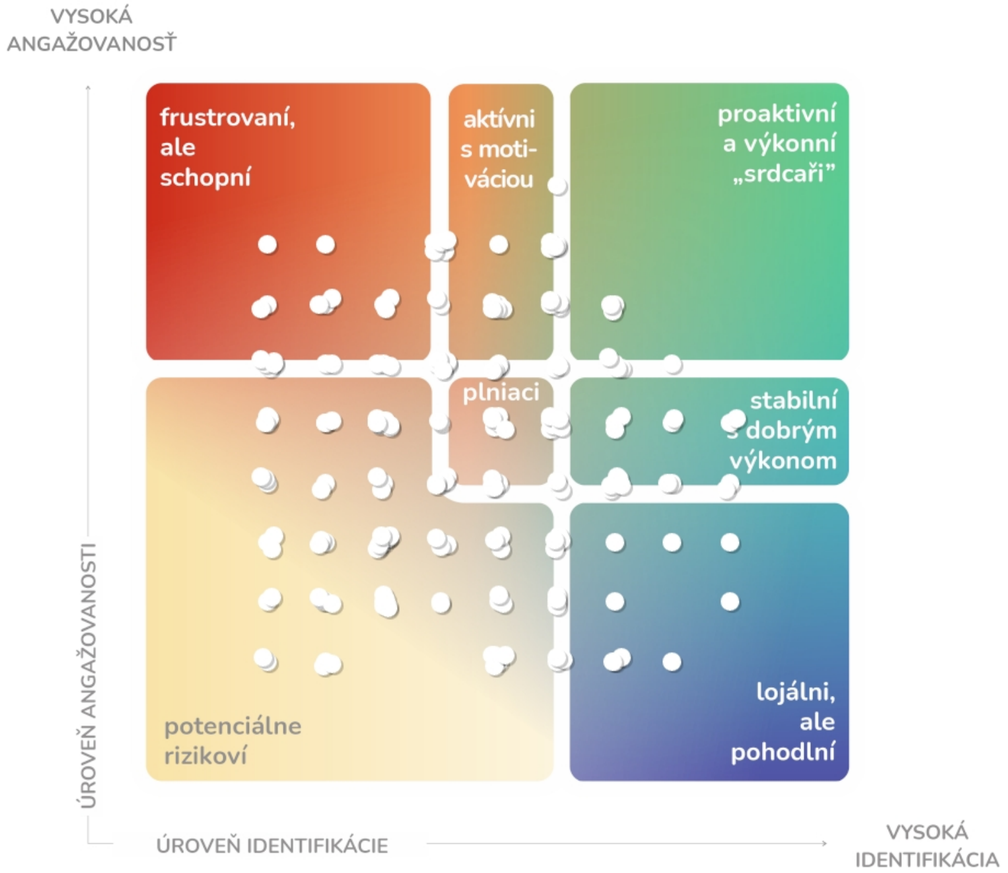


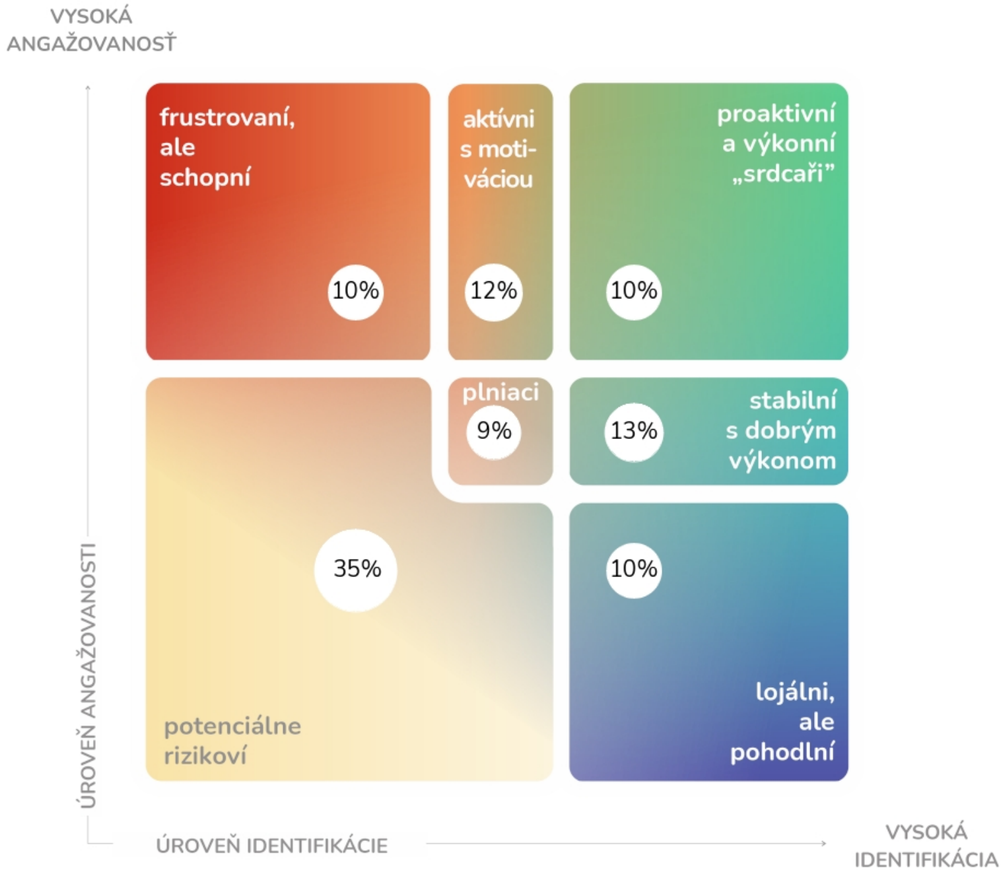
ANGAŽOVANOSŤ vs IDENTIFIKÁCIA



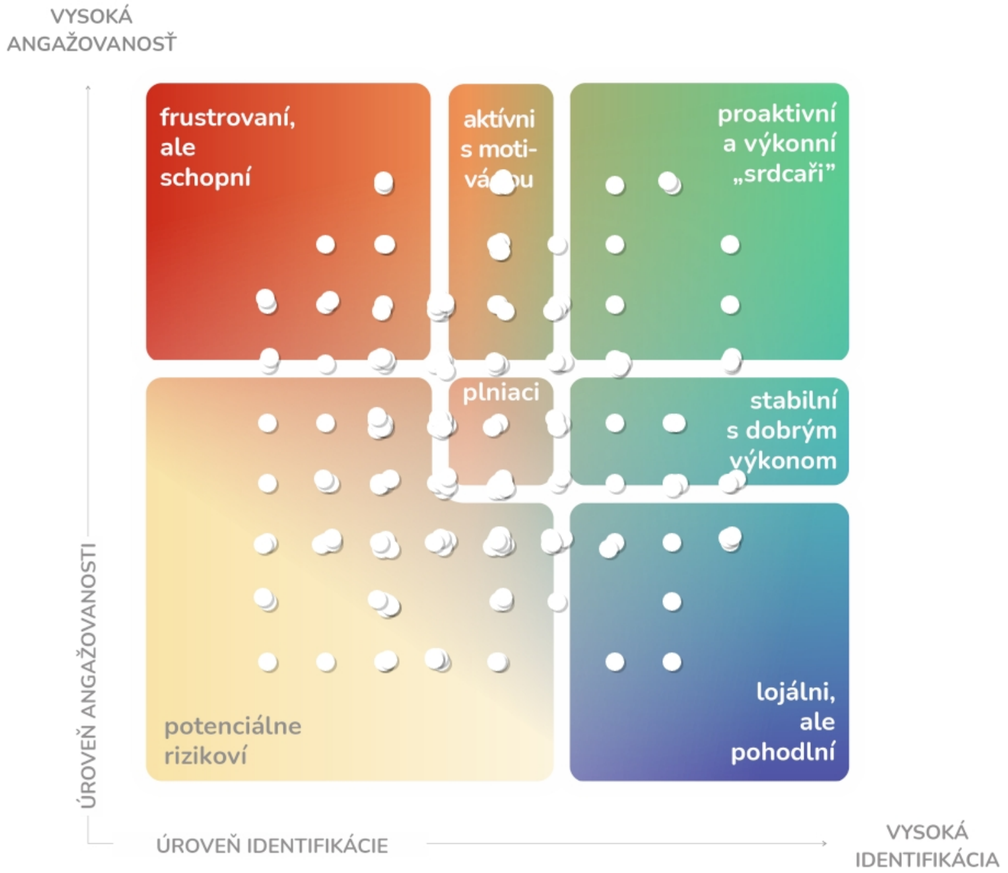
Poznámka. Grafy zobrazujú rozloženie zamestnancov podľa celkovej miery angažovanosti a identifikácie. Miera angažovanosti a identifikácia potom určuje jednotlivé kategórie, pomenované prevažujúcim postojom v danej skupine. Spôsob zobrazenia vychádza z predpokladu, že žiadúca je súčasne vysoká miera angažovanosti aj identifikácia a nežiadúca naopak nízka miera v oboch týchto oblastiach. Graf vľavo zobrazuje jednotlivých respondentov. Graf vpravo potom vyjadruje percentuálne zastúpenie respondentov v jednotlivých kategóriách.

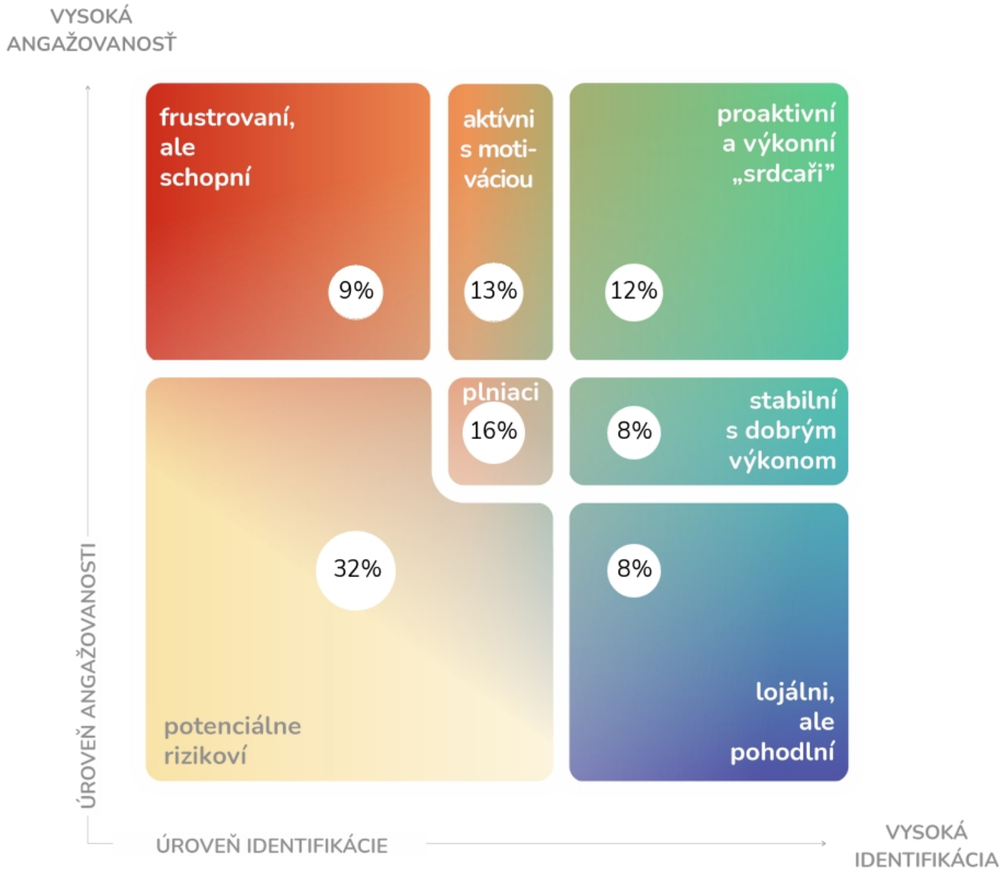
HISTORICKY – Q2





HISTORICKY – Q1

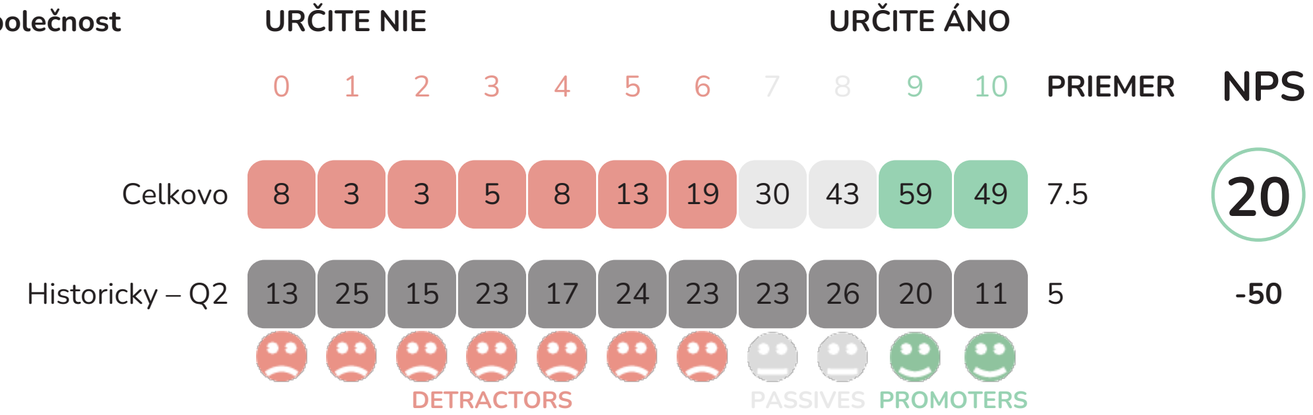




EMPLOYEE NET PROMOTER SCORE

eNPS (Employee Net Promoter Score) meria, ako zamestnanci vnímajú svoju firmu ako zamestnávateľa. Získava sa ako rozdiel percentuálneho zastúpenia tzv. „Promoters“ (zvolili hodnoty 9 alebo 10), teda ambasádorov značky, produktu a firmy ako zamestnávateľa, a tzv. „Detractors“ (tí, ktorí zvolili 0 až 6). Hodnoty eNPS tak môžu nadobúdať skóre od -100 do +100. Skóre nad hranicou 0 sa vo všeobecnosti považuje za akceptovateľné. Skóre 10 až 30 sa považuje za dobré. Čokoľvek nad 50 sa považuje za excelentné, nad 70 potom za skutočne výnimočné.

Jaká je pravděpodobnost, že bych doporučil/a naši společnost jako zaměstnavatele svému příteli nebo známému?



NPS = % PROMOTERS - % DETRACTORS

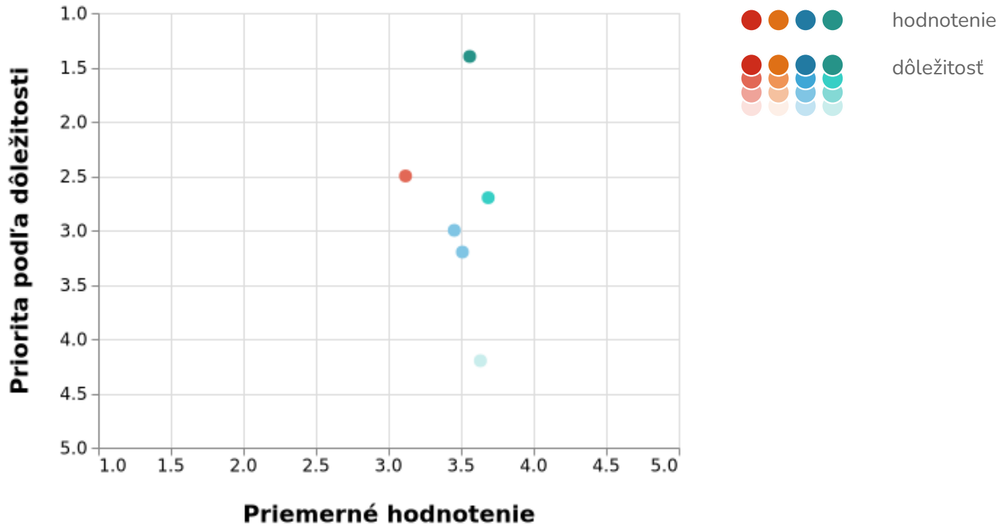
B0	Aktuálny	Q2	
Marketing	7%	+57	-50
Obchod	11%	+61	-50
Logistika	35%	+62	-27
HR	33%	+81	-48
Finance	-3%	+64	-67
IT	11%	+64	-53
Iné	44%	+97	-53

Dĺžka zamestnania v spoločnosti	Aktuálny	Q2	
Do 1 roka	7%	+53	-46
1 - 5 rokov	29%	+71	-42
6 - 10 rokov	13%	+71	-58
Viac ako 10 rokov	31%	+84	-53

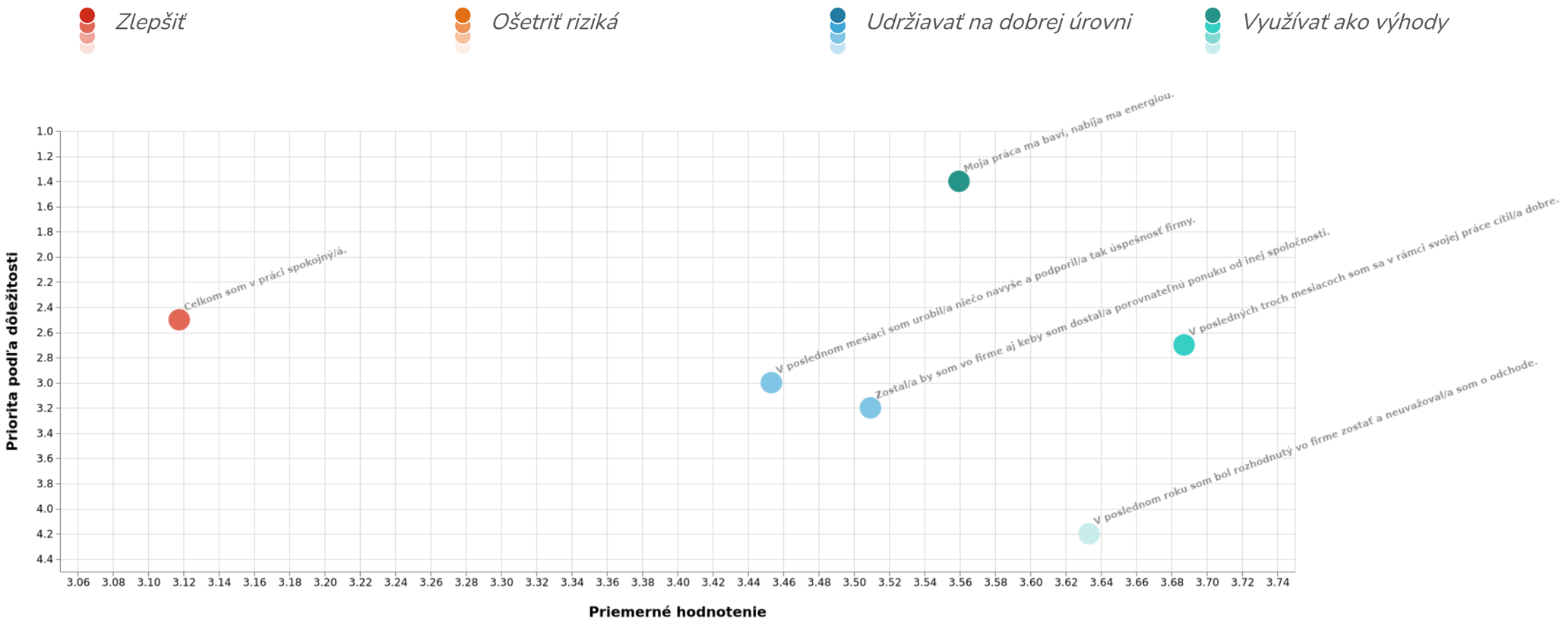
Organizačná úroveň	Aktuálny	Q2	
Vrcholový management	38%	+46	-8
Manažment	16%	+70	-54
Výkonná pozícia	20%	+72	-52

POROVNANIE OTÁZOK PODĽA HODNOTENIA A DÔLEŽITOSTI

V grafoch sú zobrazené jednotlivé otázky podľa hodnotenia a dôležitosti. Pre ľahšiu orientáciu sú rozčlenené do skupín, farbou je odlíšené ich hodnotenie, intenzitou farby dôležitosť.

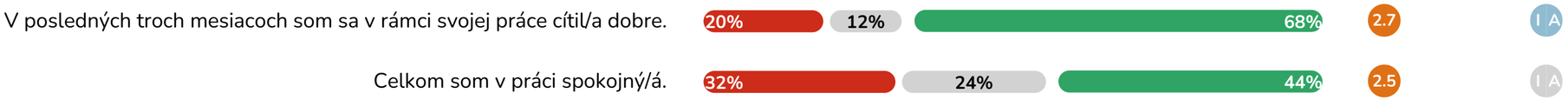


Celkové rozloženie otázok na škále hodnotenia a dôležitosti

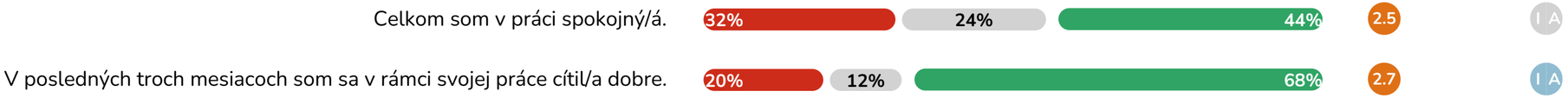


Rozloženie otázok na škále hodnotenia a dôležitosti - detail.

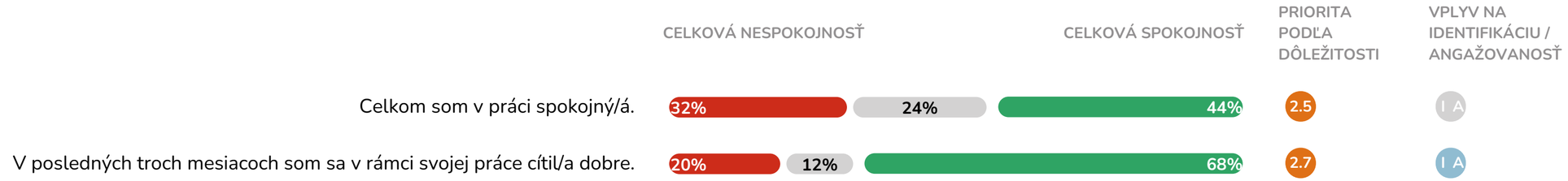
SPOKOJNOSŤ PODĽA CELKOVEJ MIERY SPOKOJNOSTI



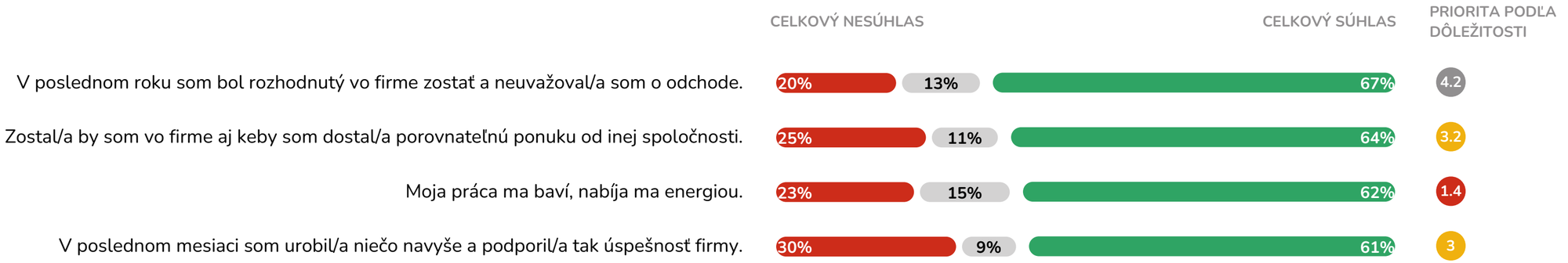
SPOKOJNOSŤ PODĽA CELKOVEJ MIERY NESPOKOJNOSTI



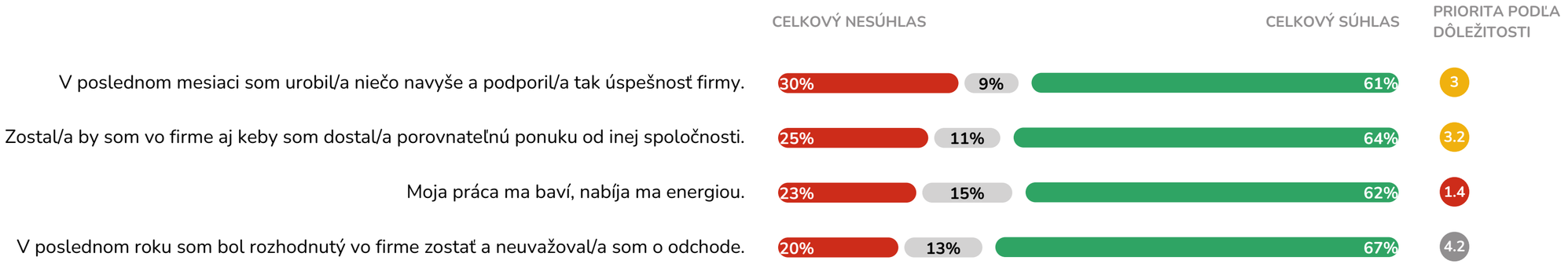
SPOKOJNOSŤ PODĽA DÔLEŽITOSTI



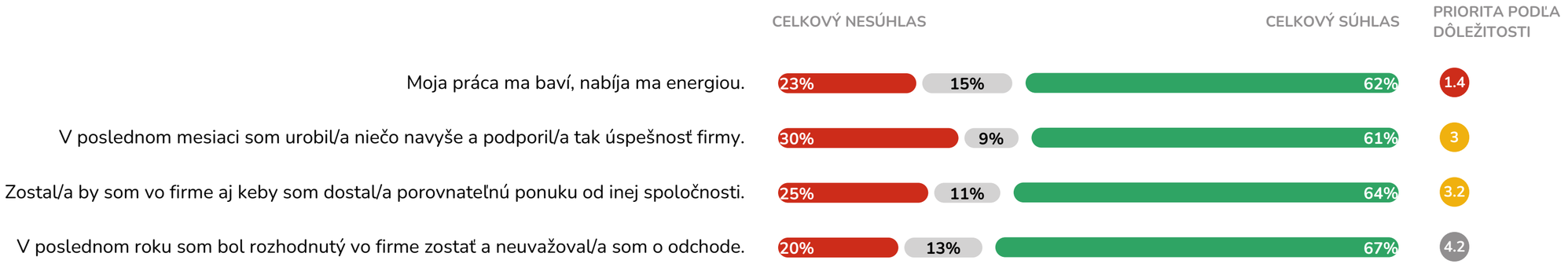
ANGAŽOVANOSŤ, IDENTIFIKÁCIA PODĽA CELKOVEJ MIERY SÚHLASNÝCH ODPOVEDÍ



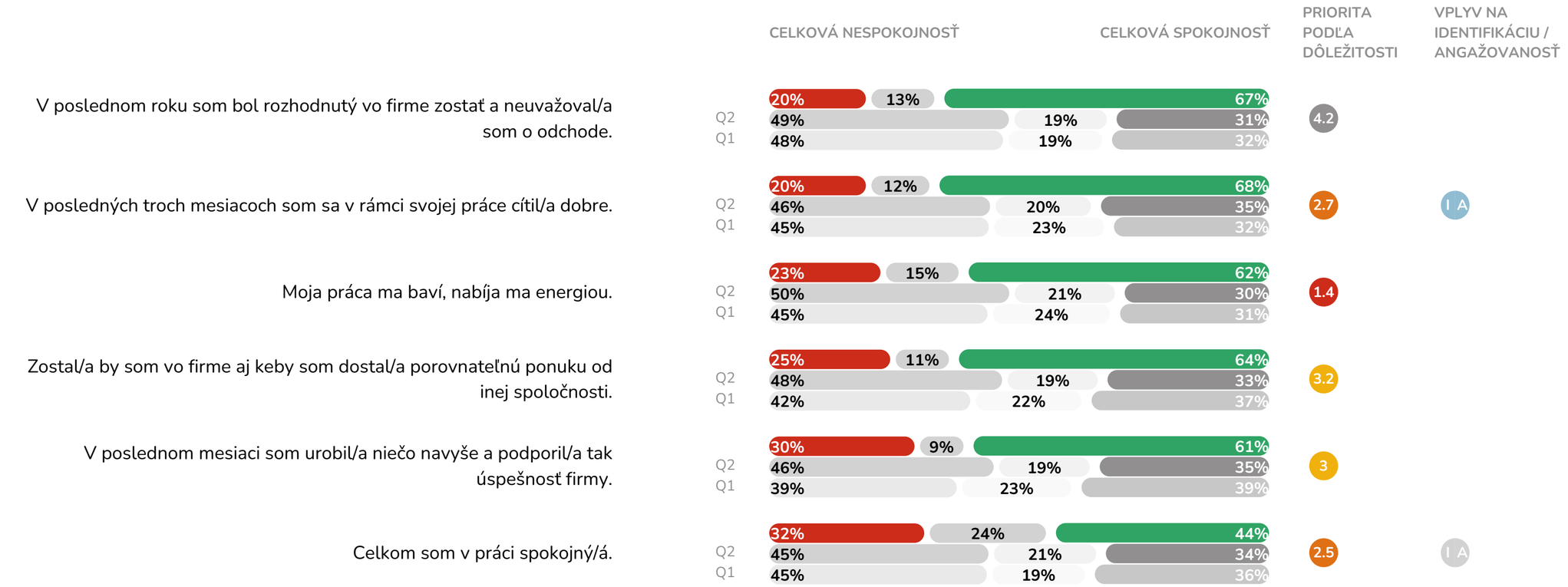
ANGAŽOVANOSŤ, IDENTIFIKÁCIA PODĽA CELKOVEJ MIERY NESÚHLASNÝCH ODPOVEDÍ



ANGAŽOVANOSŤ, IDENTIFIKÁCIA PODĽA DÔLEŽITOSTI



OTÁZKY OD NAJVÄČŠIEHO ZLEPŠENIA V POROVNANÍ S REFERENCIOU (TCC ONLINE - PULSE - Q2)



ANALÝZA VOĽNÝCH KOMENTÁROV

AI analyzovala komentáre od respondentov celkovo 10-krát, aby zaručila presnosť výsledkov. Témy, ktoré identifikovala aspoň v 8 z 10 analýz, zoradila podľa frekvencie a vyhodnotila ich intenzitu, teda ako často a silne boli spomenuté.

Pre každú tému sú zobrazené nasledujúce hodnoty:

12% (6×) Hodnota výskytu udáva, ako často bola téma spomenutá v komentároch v pomere k celkovému počtu analyzovaných komentárov.

Intenzita ukazuje, ako dôrazne bola téma spomenutá (akými silnými alebo emocionálne zafarbenými výrazmi respondenti dané témy popísali).

Farba označuje pozitívny/negatívny sentiment danej témy.

ZÁVEREČNÉ OTÁZKY: ČO MA ZA POSLEDNÉ TRI MESIACE V PRÁCI POTEŠILO?

TÉMA	VÝSKYT	TÉMA	VÝSKYT
Uznanie a ocenenie	15.4% (19×)	Flexibilita v pracovnom prostredí	7.3% (9×)
Pozitívne zmeny na pracovisku	12.2% (15×)	Vylepšená spolupráca v tíme	5.7% (7×)
Podpora od kolegov	12.2% (15×)	Inovácia a kreativita	4.9% (6×)
Príležitosti na profesionálny rast	12.2% (15×)	Zmysluplná pracovná skúsenosť	4.1% (5×)
Dosiahnutie cieľov	11.4% (14×)	Vylepšená rovnováha medzi pracovným a osobným životom	3.3% (4×)

Počet spracovaných komentárov:123. Z toho počet komentárov bez priradenej témy (napr. neviem a pod.): 18

ZÁVEREČNÉ OTÁZKY: ČO MA V PRÁCI ZA POSLEDNÉ TRI MESIACE NEPOTEŠILO?

TÉMA	VÝSKYT
Pracovné preťaženie	8.9% (9×)
Zlá komunikácia v tíme	8.9% (9×)
Nízka účasť na rozhodovaní	7.9% (8×)
Nejasné povinnosti vyplývajúce z pracovnej pozície	7.9% (8×)
Školenie a rozvoj	6.9% (7×)
Náročné schvaľovacie procesy	6.9% (7×)
Nedostatok spätnej väzby a uznania	5.9% (6×)

TÉMA	VÝSKYT
Nízka morálka a pracovná atmosféra	5% (5×)
Ocenenie zamestnancov	4% (4×)
Nízka dôvera medzi kolegami	4% (4×)
Pohoda zamestnancov a rovnováha medzi pracovným a súkromným životom nie sú prioritou	4% (4×)
Podpora pre inovácie	3% (3×)
Nejasná kompetencia vedenia	3% (3×)
Procesy rozhodovania	1% (1×)

Počet spracovaných komentárov:101. Z toho počet komentárov bez priradenej témy (napr. neviem a pod.): 24

ZÁVEREČNÉ OTÁZKY: MÁTE AKÉKOĽVEK ĎALŠIE ODKAZY ALEBO NÁVRHY NA ZLEPŠENIE?

TÉMA	VÝSKYT
Podporujte kultúru otvorenej spätnej väzby	6.1% (8×)
Prijmite inovácie a kreativitu	5.3% (7×)
Zjednodušiť vnútorné procesy	5.3% (7×)
Zjednodušte internú komunikáciu	4.6% (6×)
Podporná tímová spolupráca	4.6% (6×)
Oslavte neformálne uznanie	4.6% (6×)
Zlepšiť jasnosť stanovovania cieľov	3.8% (5×)
Podporujte osobný a kariérny rast	3.8% (5×)
Zvýšiť transparentnosť pri rozhodovaní vedenia	3.8% (5×)
Uľahčiť prístup k tréningovým programom	3.1% (4×)
Podporujte neustále vzdelávanie	3.1% (4×)
Hodnota rozmanitých perspektív	3.1% (4×)
Zefektívnite plánovanie zmien	2.3% (3×)

TÉMA	VÝSKYT
Posilniť dostupnosť vedenia	2.3% (3×)
Umožniť nerušené pracovné prostredie	2.3% (3×)
Zlepšiť príležitosti pre prácu na diaľku	2.3% (3×)
Zlepšiť opatrenia na prevenciu stresu	1.5% (2×)
Posilniť autonómiu tímu	1.5% (2×)
Podporujte otvorenú komunikáciu s vedením.	1.5% (2×)
Uprednostňujte duševnú pohodu	1.5% (2×)
Podporovať strategickú angažovanosť	1.5% (2×)
Podporujte netradičné tímové stretnutia.	0.8% (1×)
Znížte zbytočné množstvo multitaskingu	0.8% (1×)
Rozšíriť možnosti na čiastočný úväzok	0.8% (1×)
Posilniť nástroje na prácu na diaľku	0.8% (1×)

Počet spracovaných komentárov:131. Z toho počet komentárov bez priradenej témy (napr. neviem a pod.): 38