

# ОПРОС

Как эффективный метод  
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

# СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ





Рис. 1.2. Типология социологических исследований по уровню сложности и степени распространенности



# МЕТОД СБОРА ИНФОРМАЦИИ

## 1. ОПРОСНЫЙ

- ИНТЕРВЬЮ
- АНКЕТИРОВАНИЕ

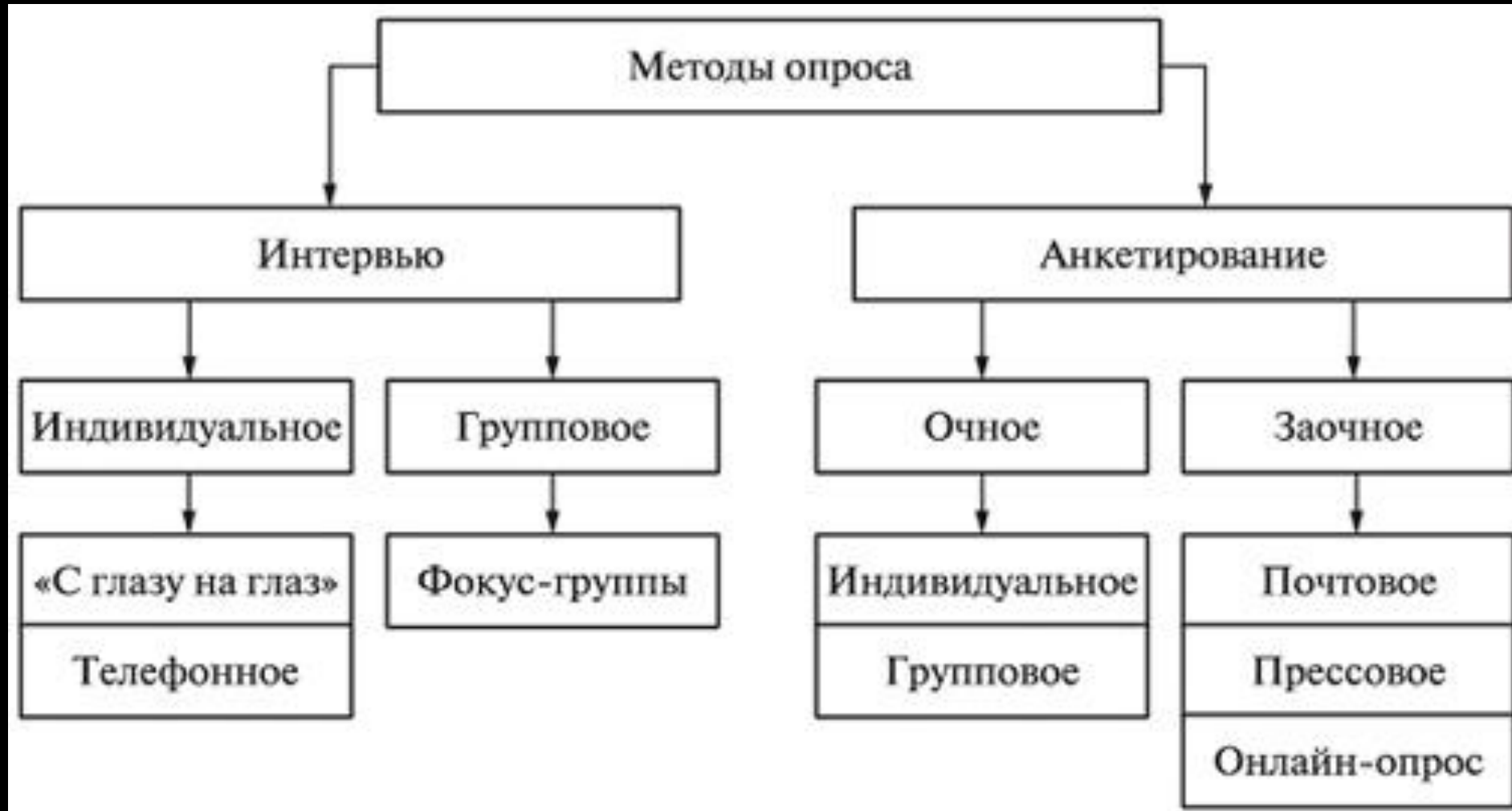
## 2. НЕОПРОСНЫЙ

- НАБЛЮДЕНИЕ
- АНАЛИЗ ДОКУМЕНТОВ
- ЭКСПИРЕМЕНТ






# СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ОПРОС



Метод	Достоинства	Недостатки
По почте	<p>Может проводиться малой группой исследователей. Низкая стоимость. Легкость организации. Отсутствует влияние со стороны интервьюера. Могут быть использованы иллюстрации.</p>	<p>Возможна однобокость, обусловленная малым числом ответов. Не возможность уточнить вопросы. Невозможность пояснений и объяснений. Низкое качество ответов на открытые вопросы.</p>
По телефону	<p>Низкая стоимость. Полевые исследования могут быть завершены достаточно быстро. Пригоден для сбора как фактических данных, так и данных, характеризующих вопросы отношений. Централизованный контроль.</p>	<p>Ограничен респондентами, имеющими телефон. Не могут быть показаны вопросник и иллюстрации. Трудно поддерживать интерес более 15-20 минут. Трудно задавать сложные вопросы.</p>
Личное интервью	<p>Глубина опроса. Возможность продемонстрировать продукт. Возможность привлекать внимание респондента в течение долгого времени. Возможность слушать живую речь.</p>	<p>Высокая стоимость. Сложно проверить степень влияния интервьюера на респондентов. Интервью может быть прервано. Требуется большая команда интервьюеров.</p>



Интервью - это метод получения  
необходимой информации путем  
непосредственной  
целенаправленной беседы.

# ИНТЕРВЬЮ

- ФОРМАЛИЗОВАННОЕ  
(СТАНДАРТИЗОВАННОЕ)
- ПОЛУФОРМАЛИЗОВАННОЕ  
(ПОЛУСТАНДАРТИЗОВАННОЕ)
- НЕФОРМАЛИЗОВАННОЕ  
(ОТКРЫТОЕ,  
НЕСТРУКТУРИРОВАННОЕ)





# СТРОЕНИЕ ИНТЕРВЬЮ



- ВСТУПЛЕНИЕ
- ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ
- ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ

### Преимущества

- Позволяет создать у кандидата некоторые обязательства
- Оценивает коммуникативные навыки
- Позволяет оценить внешний вид кандидата (одежду, опрятность и т.д.)
- Позволяет оценить способность кандидата думать на шаг вперед
- Некоторые типы проведения интервью обладают высокой степенью достоверности
- Интервьюеры чувствуют, что у них есть полномочия
- Интервью может быть личным или телефонным
- Кандидаты ожидают этого и у них редко возникают вопросы относительно прохождения интервью

### Сложности

- Слабые и неквалифицированные интервьюеры (многие люди думают, что они замечательно проводят интервью)
- Экстраверты имеют тенденцию более успешно проходить интервью, хотя экстраверсия не является гарантией высоких результатов работы
- Самые популярные методики проведения интервью не способны предсказать результаты работы кандидата
- Менеджеры по персоналу не всегда проводят интервью на территории call центра
- Более дорогой способ по сравнению с тестами и другими оценочными мероприятиями
- Легко ошибиться
- Вариативность процесса проведения интервью
- Рекрутер заинтересован в прохождении кандидатом интервью, чтобы достичь своих показателей по количеству набранного персонала

# КАК ПРОВЕСТИ ИНТЕРВЬЮ?

- **СПЛАНИРОВАТЬ ПРОЦЕСС:**

Подготовить набор тем для обсуждения

Выстроить последовательность

При необходимости уточнить подтемы, декомпозировать

Зафиксировать основные вопросы

При необходимости, подготовить уточняющие вопросы

- **ПРОВЕСТИ, НЕ ЗАБЫВАЯ ПРО ПРОТОКОЛ** ( видео, диктофон, записи в блокноте)

- **ОБРАБОТАТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ**



# ПРОВЕДЕНИЕ

- **Вводная фаза**

- Представление
- Цели интервью
- Разогрев

- **Побуждающая фаза**

- Обозначение проблем

- **«Тело» интервью**

- Вопросы в порядке, определенном планом

- **Закрывающая фаза**

- Суммирование полученной информации
- Уточнение покрытия («всели обговорили?»)





# СОВЕТЫ



- Избегать намеков на оценку (не «нравится ли вам этот экран», а «что вы думаете об этом экране»).
- Быть готовым объяснить каждый вопрос.
- Быть свободным от допущений и предположений.
- Фокусировать человека на его личном опыте.
- Почаще спрашивать «почему»



# АНКЕТИРОВАНИЕ