

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

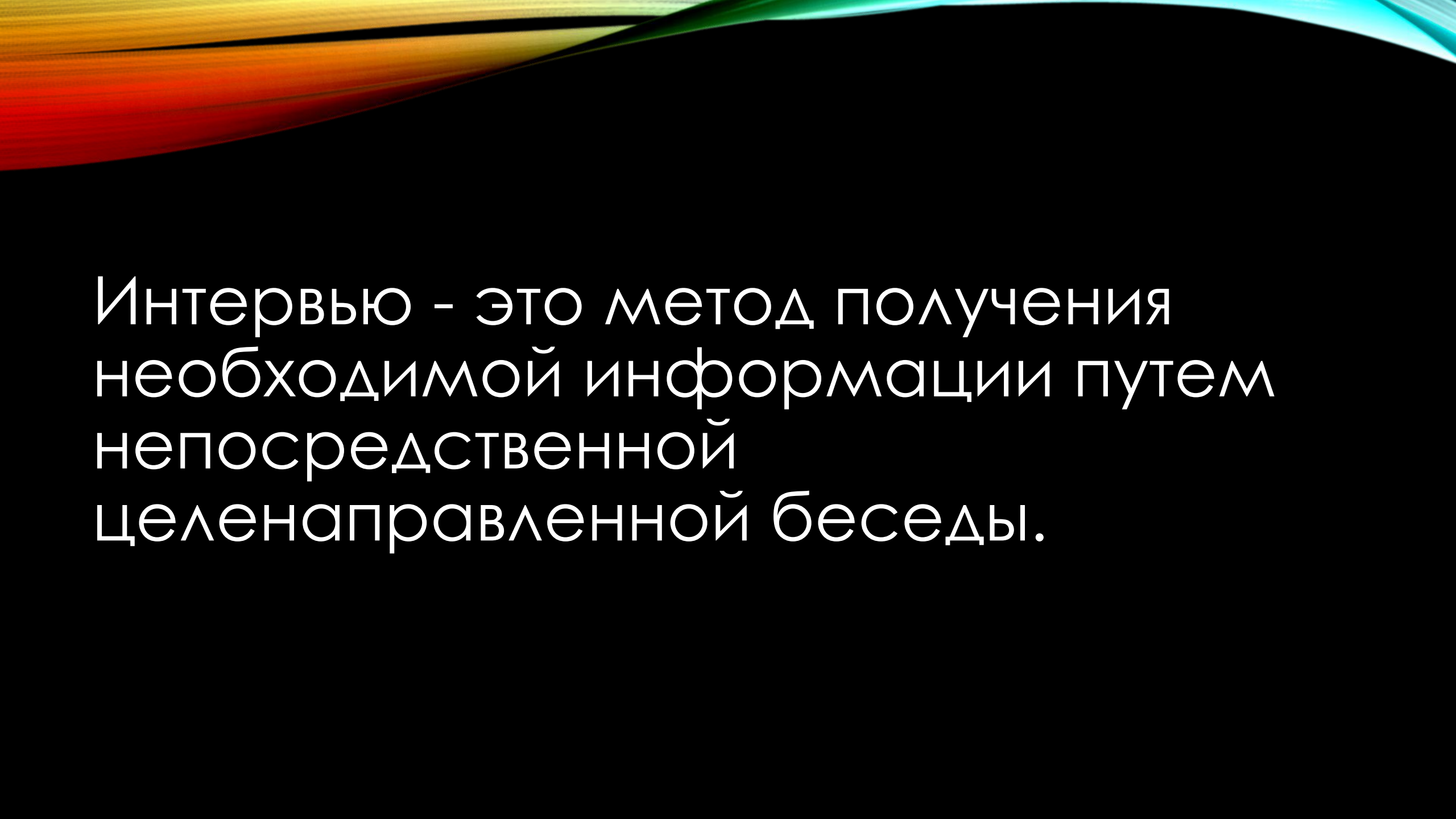
- НАБЛЮДЕНИЕ
- АНАЛИЗ ДОКУМЕНТОВ
- ЭКСПИРЕМЕНТ



СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ОПРОС



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



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	Сложности
• 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	• 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**

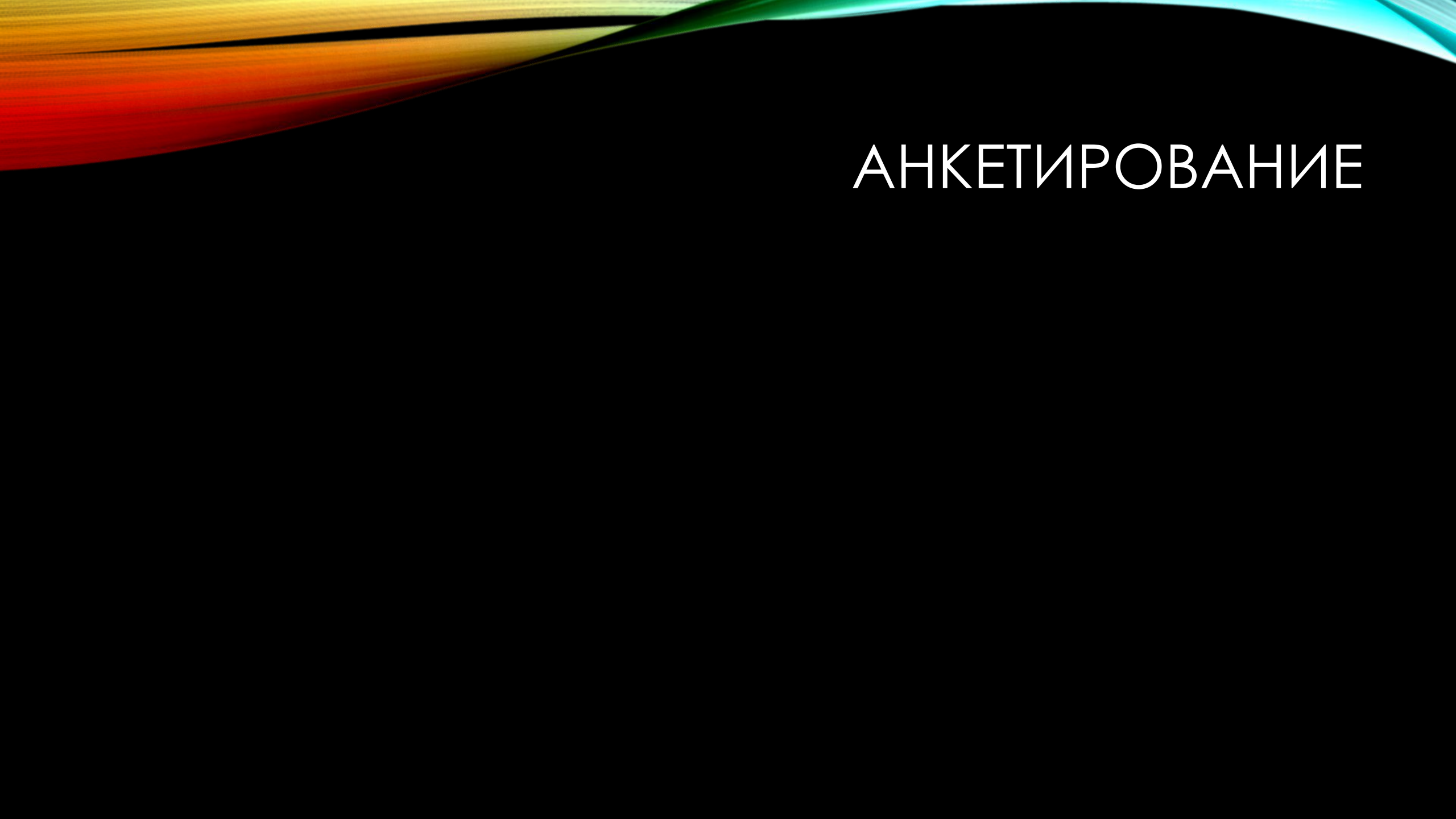
- Суммирование полученной информации
- Уточнение покрытия («всели обговорили?»)



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