Содержание

Теоретическая часть

Практическая часть

Программа исследования

## Теоретическая часть

Анкетирование в психологии используется с целью получения психологической информации, а социологические и демографические данные играют лишь вспомогательную роль. Контакт психолога с респондентом сведён здесь к минимуму. Анкетирование позволяет наиболее жёстко следовать намеченному плану исследования, так как процедура "вопрос-ответ" строго регламентирована.

При помощи метода анкетирования можно с наименьшими затратами получить высокий уровень массовости исследования. Особенностью этого метода можно назвать его анонимность (личность респондента не фиксируется, фиксируются лишь его ответы). Анкетирование проводится в основном в случаях, когда необходимо выяснить мнения людей по каким-то вопросам и охватить большое число людей за короткий срок.

Пионером использования анкеты в психологическом исследовании считают Ф. Гальтона, который в своём исследовании влияния наследственности и среды на уровень интеллектуальных достижений при помощи анкеты опросил сотню крупнейших британских учёных.

Виды анкетирования.

По числу респондентов

**Индивидуальное анкетирование** (один респондент)

**Групповое анкетирование** (несколько респондентов), **Аудиторное анкетирование** - методическая и организационная разновидность анкетирования, состоящая в одновременном заполнении анкет группой людей, собранных в одном помещении в соответствии с правилами выборочной процедуры.

**Массовое анкетирование** (от сотни до тысяч респондентов)

По полноте охвата

**Сплошное** (опрос всех представителей выборки)

**Выборочное** (опрос части выборки)

По типу контактов с респондентом

**Очное** (в присутствии исследователя-анкетёра)

**Заочное** (анкетёр отсутствует)

Рассылка анкет по почте

Публикация анкет в прессе

Публикация анкет в Интернете

Вручение и сбор анкет по месту жительства, работы и т.д.

Он-лайн анкетирование

С ростом популярности Интернета всё более востребованным способом сбора данных становится *он-лайн анкетирование*. Дизайн он-лайн опросников часто влияет на результат опроса. К таким факторам дизайна относят качество руководства опросников, доступные форматы представления данных (вопросов), способы управления, проработанность и этические составляющие опросника.

По форме вопросы разделяются на открытые (свободный ответ, например: "Что вы думаете делать после службы в армии?") и закрытые - ответ заключается в выборе из нескольких предлагаемых в анкете утверждений. Открытые вопросы дают более глубокие сведения, но при большом числе анкет приводят к значительным трудностям в обработке в связи с нестандартностью ответов. Ответы на вопросы носят, как правило, анонимный характер.

Основные правила построения анкеты:

логическая последовательность тем, затрагиваемых вопросами;

интерес респондента должен расти от вопроса к вопросу;

отсутствие слишком сложных или интимных вопросов;

соответствие формулировки вопросов образовательному уровню опрашиваемой группы;

в закрытых вопросах должны быть предусмотрены все возможные варианты ответов;

общее количество вопросов не должно быть слишком большим - анкетирование не должно утомлять или раздражать респондента.

Анкетирование может проводиться 3 способами: анкета заполняется в присутствии интервьюера индивидуально; групповое заполнение в присутствии интервьюера; опрашиваемые самостоятельно заполняют и для сохранения анонимности одновременно сдают анкеты; "почтовое" анкетирование, когда анкета раздаётся или рассылается на дом, а затем опрошенным возвращается по почте. С целью повышения эффективности опроса перед массовым анкетирование, как правило, проводятся пробные опросы (50-100 анкет) для выбраковки неудачных ("неработающих") вопросов.

Применение: определение объема и долей рынка, оценка потенциала рынка конкретного продукта, характеристики рынка и тенденций его развития (комплексное исследование), регулярный мониторинг рыночных показателей, портрет и поведение потребителей, изучение отношения потребителей к товарам, торговым маркам, производителя, сегментирование потребителей и выбор целевого рынка.

## Практическая часть

**Анкета**

Трудоустройство молодежи

**1. Имеете ли Вы работу?**

а) да

б) нет

(Если Вы ответили вариант "а", то ответьте, пожалуйста, на следующие два вопроса):

**2. Нравится ли Вам ваша работа?**

а) да

б) нет

в) у меня нет выбора

**3. Устраивает ли Вас ваша зарплата?**

а) да

б) нет

в) затрудняюсь ответить

**4. Имеете ли Вы высшее образование?**

а) да

б) нет

**5. Какое у Вас образование?**

а) техническое

б) гуманитарное

в) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (Ваш вариант)

**6. Хотите ли Вы работать по специальности?**

а) да

б) нет

**7. Какую бы Вы хотели зарплату?**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**8. Что бы Вы предпочли?**

а) занимать руководящую должность

б) готовы работать в подчинении

**9. Что играет для Вас главную роль при выборе работы?**

а) высокая зарплата

б) работа должна быть интересной

в) ответственная должность

г) близкое расположение места работы от дома

д) не знаю

**10. Сейчас много говорят о том, чтобы ввести для выпускников вузов - бюджетников отработку в течение 3 лет. Как Вы к этому относитесь?**

а) да, это правильно, я бы с удовольствием трудился по распределению на государственном предприятии

б) нет, это не допустимо, так как по распределению скорее всего работодатели не могут предложить высокой оплаты

в) да, с радостью, так как государство платило за мое обучение в вузе и я хочу вернуть ему долг

г) нет, так как я не собираюсь работать по своей специальности

д) да, так как я буду уже наверняка обеспечен рабочим местом

е) нет, так как это может быть связано с переездом в сельскую местность

**11. Как Вы считаете, сильно ли влияет сложившаяся экономическая ситуация на трудоустройство молодежи?**

а) да

б) нет

в) а какая сложилась ситуация?

**12. Как Вы считаете, по какой причине молодых специалистов не очень хотят брать на работу?**

а) отсутствие у молодых специалистов практического опыта

б) несоответствие ожиданий соискателей и работодателей

в) по причине финансового кризиса

**13. Как Вы считаете, какова вероятность найти хорошую работу с помощью Интернета?**

а) очень большая вероятность

б) не большая вероятность

в) никакой

г) затрудняюсь ответить

**14. Многие работодатели считают, что в современной экономической ситуации молодежь должна получать опыт волонтерской работы. Вы с этим согласны?**

а) да

б) нет

в) я не знаю, что такое волонтерская работа

**15. Считаете ли Вы, что предприятия и организации должны уже заранее готовить для себя специалистов, пока они еще учатся в вузах - брать их на практику, проводить дополнительные занятия и т.д. ("выращивать кадры")?**

а) конечно, это было бы здорово

б) нет

в) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**16. Влияет ли, по Вашему мнению, на успешное трудоустройство тот фактор, хорошо ли студент учился в вузе?**

а) да

б) нет

**17. Считаете ли Вы, что наличие второго высшего образования поможет в трудоустройстве?**

а) да

б) нет

**18. Как Вы считаете, будет ли играть для Вас важную роль атмосфера в Вашем будущем рабочем коллективе?**

а) да

б) нет

**19. Какие, по Вашему мнению, у Вас есть дополнительные знания и навыки, благоприятные для работодателя?**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**20. Какими способами Вы попытаетесь убедить работодателя в необходимости взять на работу именно Вас?**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

## Программа исследования

**Проблема трудоустройства молодежи**

Тема: трудоустройство молодежи

Цель исследования: выяснить ситуацию в городе Самара с трудоустройством молодежи

Задача: оказание помощи молодежи найти свое место на рынке труда

Объект исследования: взаимодействие молодежи, желающей трудоустроиться, с работодателем

Генеральная совокупность: жители Самары

Выборочная совокупность: жители Самары от 18 до 25 лет

Гипотеза: у молодежи существуют сложности с трудоустройством