**Министерство образования и науки Российской Федерации**

**Всероссийский зочный финансово-экономический институт**

Факультет менеджмента и маркетинга

Кафедра маркетинга

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**по дисциплине «Маркетинговые исследования»**

на тему:«Анкета и анкетирование»

Студентки V курса:

Личное дело:

Преподаватель:

Дата выполнения:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись студентки:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Владимир, 2009**

**СОДЕРЖАНИЕ**

Введение……………………………………………………………………..…….3

1. Цели, задачи и требования к анкетированию……………………..……..…...5

2. Технология создания анкеты……………………………………..………......10

3. Маркетинговый анализ анкетирования ООО «Евросеть»………………….14

Заключение…………………………………………………………………...…..23

Список использованной литературы………………………………………..….25

Приложения

**Введение**

Исследователи могут осуществить сбор количественных первичных данных для описательного исследования путем применения либо опросов, либо наблюдений. Стандартизация процесса сбора данных крайне необходима для гарантии получения внутренне непротиворечивых и согласованных данных для анализа. Представьте, насколько сложно было бы анализировать результаты национального опроса, проведенного 40 различными интервьюерами, если бы вопросы не задавались стандартным способом, т.е. если бы интервьюеры задавали разные вопросы, имеющие различную формулировку и порядок. Анкета обеспечивает стандартизацию и возможность сравнения данных, полученных разными интервьюерами, повышает скорость и точность записи, облегчат обработку данных. Анкета также дает возможность исследователю собирать релевантную информацию, необходимую для принятия управленческого решения.

Актуальность темы работы обусловлена тем, что сегодня вряд ли можно встретить человека, который хотя бы однажды не сталкивался с таким понятием, как социологическое исследование. На результаты социологических исследований ссылаются как на один из самых весомых аргументов в критике оппонентов, в стремлении убедить массовое сознание в преимуществах одних взглядов, идей, методов деятельности и т.д., и породить в нем сомнение или даже полное неприятие позиций критикуемой стороны. Иными словами, наше общество все больше привыкает к тому, что социологические исследования становятся обязательной составляющей в решении тех или иных ответственных задач не только общегосударственного, но и локального масштаба.

Руководству компании необходимо получать объективную информацию о том, как сотрудники относятся к условиям труда, как они оценивают корпоративную политику, насколько они лояльны по отношению к компании. Это необходимо для развития системы мотивации и принятия правильных управленческих решений. Получать такую информацию помогают методы обратной связи с персоналом. К наиболее популярным методам обратной связи с персоналом относятся анкетирование.

Целью данной работы является изучение порядка проведения анкетирования работников с использованием раздаточных анкет.

Для достижения поставленной цели в работе необходимо решить ряд задач:

- рассмотреть сущность, особенности и сферу применения раздаточных анкет;

- изучить виды анкет;

- проанализировать структуру анкеты и выявить особенности ее разработки;

- охарактеризовать виды и назначение вопросов анкеты;

- дать характеристику обследуемой группы и определить конкретные цели анкетирования;

- разработать форму анкеты и провести подготовку к анкетированию;

- обработать полученные результаты анкетирования;

- сделать общие выводы по результатам проведенного анкетирования;

- вынести конкретные предложения по совершенствованию исследуемых процессов и определить экономическую эффективность от их реализации.

Объектом исследования в данной работе является ООО «Евросеть».

Предмет исследования – процесс проведения анкетирования работников магазина с использованием раздаточных анкет.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы. В первой главе обозначена сущность анкетирования, круг целей и задачи анкетирования. Во второй главе выделены требования по составлению вопросов в анкете в зависимости от целей. В третьей главе проведен статистический анализ материалов из анкет и сделаны выводы по результатам анкетирования.

**1. Цели, задачи и требования к анкетированию**

Анкета - это ряд вопросов, на которые опрашиваемый должен дать ответ. Анкета- инструмент очень гибкий в том смысле, что для получения необходимой информации могут использоваться вопросы, отличающиеся формой, формулировками и последовательностью, т.е. вопросы можно задавать множеством разных способов. Она преследует три конкретные цели. Во-первых, первостепенная цель анкеты - перевести информационные нужды исследователя в набор конкретных вопросов, на которые респонденты хотят и могут ответить. Хотя это и может показаться простой задачей, на вопросы могут быть получены самые разные и неожиданные ответы. Например, как бы вы ответили на такой вопрос: «Какой автономный округ больше, Ямало-Ненецкий или Центральный?». Подумайте, был бы ваш ответ основан на численности населения или на площади? [См.1,с.270]

Во-вторых, анкета должна быть изложена таким образом, чтобы свести к минимуму объем требований, предъявляемым к респондентам. Она должна содействовать тому, чтобы респонденты участвовали в интервью до конца и не искажали ответы. Неполные интервью имеют, в лучшем случае, ограниченную пользу. Чтобы респондент был вовлечен в опрос на протяжении заполнения всей анкеты, исследователю следует стараться свести к минимуму усталость и скуку.

В-третьих, анкета должна свести к минимуму ошибку ответа. Эти ошибки могут возникать из-за того, что некоторые респонденты дают неточные ответы, или из-за ошибок при записи или анализе их ответов.

Анкетирование - один из наиболее распространенных и эффективных методов сбора первичной социологической и статистической информации. Это опрос сотрудников с помощью специального бланка с вопросами (анкеты). Анкетирование по сравнению с беседой и интервьюированием представляет собой как бы следующую ступень еще более жестко запрограммированного опроса. Цель анкетирования состоит в том, чтобы быстро и без больших затрат времени и средств получить объективное представление о мнении сотрудников по той или иной проблеме.   
Наиболее эффективный объем анкеты - 5-12 вопросов. Если вопросов будет меньше, сложно будет получить объективную картину по изучаемому вопросу, если больше, сотрудники не смогут уделить достаточно внимания заполнению анкеты, так как им придется надолго отвлечься от своих основных обязанностей.

Результаты анкетирования представляют собой отчет, в котором содержатся процентные соотношения ответов по заданным вопросам. Очень важное значение имеет длительность анкетирования. Чтобы получить от анкетирования максимальный эффект (то есть, чтобы как можно больше сотрудников заполнили и сдали анкеты), необходимо попросить ответить на вопросы сразу и собрать анкеты через 15-30 минут. Если раздать анкеты сотрудникам на дом, то назад будет получено только 15-20%.

Алгоритм проведения анкетирования следующий: [См.4,с.315]

1. Определение целей анкетирования;

2. Выбор вида анкетирования, составление анкеты;

3. Оповещение и мотивация сотрудников;

4. Раздача, заполнение, сбор анкет;

5. Анализ ответов и составление отчета руководству;

6. Ознакомление сотрудников с результатами анкетирования.

Преимущества анкетирования состоят в следующем:

1. Анкетный опрос дает массовую представительную картину об изучаемом предмете;

2. отсутствие интервьюера формирует у опрашиваемого ощущение большей анонимности, поэтому приводит к более обоснованным ответам;

3. анкетирование может быть проведено кадрами, не обладающими высокой квалификацией;

4. с помощью анкетирования можно собрать информацию за более короткий срок;

5. широкий охват аудитории;

6. возможность компьютерной обработки данных;

7. достаточная представительность выборки;

8. возможность осуществления контроля за достоверностью;

9. относительные простоту и быстроту его реализации;

10. выделение базовых, кардинальных проблем дает возможность сконцентрировать усилия и ресурсы на решении действительно наиболее важных проблем;

11. структура предлагаемых анкет по выявлению проблем направля­ет мышление экспертов на достаточно конкретное формулирование про­блем, помогает определить их содержание и адресность, облегчает при­вязку к конкретному виду маркетинговой деятельности;

12. структуризация, упорядочение проблем дает возможность про­вести анализ причин возникновения проблем, оценить их актуальность и срочность, определить взаимосвязи данной проблемы с другими пробле­мами;

13. относительно низкая стоимость, обусловленная отсутствием ин­тервьюеров, компьютерной техники;

14. самостоятельная организация ответов на вопросы со стороны респондентов, которые сами выбирают время и скорость ответов на воп­росы, создают для себя наиболее комфортные условия ответа на вопросы;

15. отсутствие определенного влияния со стороны интервьюера или компьютера, создающее более комфортные условия для респондентов для ответа на вопросы;

16. по­зволяет получать данные не только о текущем поведении объекта, но и о его поведении в прошлом и намерениях в будущем.

Недостатки метода анкетирования:

1. позволяет вскрывать, как правило, только самый верхний слой факторов: материалы, при помощи анкет и вопросников (составленных из прямых вопросов к испытуемым), не могут дать исследователю представления о многих закономерностях и причинных зависимостях, относящихся к психологии;

2. необходимость предварительной профессиональной подготовки анкеты;

3. отсутствие возможности пояснить вопрос респонденту;

4. Трудно оценить степень полноты и достоверности информации, представленной экспертами. Нет полной уверенности, что эксперты вы­явили действительно все основные проблемы и правильно определили взаимоотношения между ними. Анализ конечного графа проблем порой наводит на мысль об отсутствии в нем каких-то проблем. С одной сторо­ны, можно предложить экспертам внести их дополнительно в каталог проблем. С другой стороны, все же главная задача при этом — выявление наиболее важных, базовых проблем. Отсутствие в начальном каталоге какой-то необходимой проблемы еще не означает, что эксперты допусти­ли ошибку. Возможно, что для данного объекта исследования эта про­блема не имеет принципиального значения. То же самое можно сказать и о необычности с общетеоретических позиций некоторых взаимосвязей в конкретных графах проблем;

5. у отдельных экспертов может отсутствовать желание выявить все проблемы. При четкой формулировке проблемы, возможно, выявятся и «виновники» ее возникновения, ошибки и недостаточная компетентность лица, принявшего соответствующее решение;

6. сильно проявляется ориентация экспертов на традиционные подходы к проблемам управления маркетингом;

7. ответы могут содержать ошибки, обусловленные недопониманием, отсутствием должного внимания и т.п., быть неполны­ми, поскольку респондент самостоятельно не контролирует ответы на вопросы анкеты, то его;

8. сроки опроса могут нарушаться или анкеты вообще не будут возвра­щены;

9. относительно большая трудоемкость и значительные за­траты на проведение опросов, а также возможное снижение точности по­лученной информации, обусловленное неправильными или искаженными ответами;

Таким образом, анкетирование - это средство первой ориентировки, средство предварительной разведки. Чтобы компенсировать отмеченные недостатки анкетирования, применение этого метода следует сочетать с использованием более содержательных исследовательских методов, а также проводить повторные анкетирования, маскировать от испытуемых подлинные цели опросов и т. д.

**2. Технология создания анкеты**

Никакие научные принципы не гарантируют получение оптимальной или идеальной анкеты. Разработка анкеты является наполовину наукой, наполовину искусством. Творчество, навыки и опыт исследователя играют здесь главную роль. Тем не менее, существуют некоторые указания, направленные на то, чтобы содействовать исследователям в процессе разработки анкеты и помочь им избежать основных ошибок.

Указания, направленные на повышение эффективности разработки анкеты, представлены в виде 10 шагов. [См.7,с.170]

1. Определить, какая необходима информация.
2. Определить метод опроса.
3. Разработать вопросы так, чтобы преодолеть неспособность и нежелание респондента дать ответ.
4. Принять решение по поводу структуры вопросов.
5. Определить формулировку вопросов.
6. Расположить вопросы в должном порядке.
7. Выбрать форму и дизайн.
8. Растиражировать анкету.
9. Устранить ошибки путем предварительного теста

В ходе разработки анкеты исследователь маркетинга вдумчиво отбирает вопросы, продумывает их формулирование и последовательность. В общем случае структура вопросов анкеты состоит из трех элементов:

1. Целевые повременные - содержат данные анкеты, которые непосредственно связаны с главной целью исследования. Они обычно описывают отношение, знание товара и поведение потребителя.

2. Классификационные повременные - вклю­чают данные, описывающие респондентов.

3. Управляемые переменные - используются для того, чтобы помочь исследователю провести анкетирование.

Форма вопроса может повлиять на ответ. Исследователи маркетинга выделяют два типа вопросов: закрытые и открытые. [См.5,с.410]

Закрытый вопрос включает в себя все возможные варианты ответов, и опрашиваемый просто выбирает один из них. Закрытые вопросы предоставляют опрашиваемому набор альтернативных ответов, из которых он должен выбрать один или несколько, наилучшим образом отражающих его позицию. Например: «Укажите две наиболее важные для Вас характеристики автомобиля: скорость, мощность двигателя, дизайн, надежность, стоимость». Эти вопросы могут требовать однозначного ответа («да» или «нет») или предоставлять множественный выбор.

Открытый вопрос дает респондентам возможность отвечать своими словами. При открытом опросе используются формулировки вопросов, ясно отражающие его цель. Открытые вопросы имеют форму, открывающую для опрашиваемого полную свободу в формулировке ответа (например, «Укажите важные для Вас свойства товара А»).

Открытые вопросы ставят в самых разных формах. Открытые вопросы часто дают больше, поскольку опрашиваемые ничем не связаны в своих ответах. Особенно полезны открытые вопросы на поисковом этапе исследования, когда необходимо установить, что люди думают, не замеряя, какое количество из них думают тем или иным определенным образом. С другой стороны, на закрытые вопросы дают ответы, которые легче интерпретировать и сводить в таблицы. Поэтому на практике наибольшее распространение при проведении маркетинговых исследований нашли закрытые вопросы.

Формулировки вопросов анкеты должны быть тщательно разработаны и отвечать следующим требованиям:

1. Вопрос должен быть ясным и понятным респонденту и не допускать двусмысленности. Для этого важно, чтобы слова, включенные в формулировку вопроса, были понятны респонденту.

2. Вопросы не должны содержать двойного отрицания (например, «Не считаете ли Вы. что не следует ...»).

3. Интервалы вариантов ответов (при закрытых вопросах) не должны пересекаться (например, до 20: 21-30; 31-40 и т.д.).

4. Вопросы не должны содержать слова «часто», «очень часто», «много», «мало», «редко», и т.п., так как количественное восприятие этих понятий различными людьми далеко не однозначно.

Состав и последовательность вопросов анкеты также не должна носить произвольного характера и при их определении следует руководствоваться следующими требованиями:

1. Следует избегать вопросов, носящих праздный характер.

2. В целях проверки искренности и устойчивости позиции опрашиваемого, в анкете следует предусмотреть несколько контрольных вопросов, позволяющих выявить возможные противоречия в его ответах.

3. Последовательность вопросов должна учитывать их логическую взаимосвязь, в основе которой следует положить принцип «от общего — к частному».

4. Вопросы, классифицирующие опрашивае­мых и направленные на выяснение личных качеств, помещаются в самом конце анкеты, т.к. при их постановке возрастает вероятность отказа опрашиваемого продолжать беседу.

5. Первые вопросы анкеты должны быть простыми, не носящими личного характера, т.к. призваны расположить опрашиваемого к беседе и вызвать у него интерес. Трудные и личные вопросы не следует задавать в начале интервью.

6. Следует избегать вопросов (без крайней необходимости) о точном возрасте, точном доходе и точном месте жительства. Следует ограничиваться указанием «вилки».

7. Количество вопросов в анкете не должно быть слишком большим (обычно стараются ограничиться 10-15 вопросами), т.к. чем длиннее анкета, тем вероятнее, что она будет отвергнута.

После разработки анкеты важно провести ее опробование в реальных условиях, т.е. провести тестирование с ее помощью небольшого количества людей, относящихся к той же категории, которая подлежит исследованию. Необходимость этой работы обусловлена стремлением исключить возможные двусмысленность, недостаточную ясность для опрашиваемых или некорректность с их точки зрения включенных в анкету вопросов. Опыт показывает, что даже если разработка анкеты производилась высококвалифицированными и опытными специалистами, ее опробование позволяет им выявить отдельные недостатки и на этой основе произвести ее доработку. Игнорирование же этой работы может привести к неожиданным трудностям в сборе информации, к искажениям ответов и даже росту числа отказов от участия в опросах. В конечном итоге это приводит к потерям, несоизмеримым с затратами на проведение пробного тестирования.

Вопросы, которые могут вызвать неприятные чувства, например стыд, недовольство или желание приукрасить реальность, лучше всего ставить в косвенной форме, например: вместо вопроса «Имеете ли вы автомобиль?» можно задать вопрос «Кто в вашей семье имеет автомобиль?». При исследовании реальных мотивов и мнений часто используются методы проекции и ассоциации. В первом случае тестируемому лицу предлагается описать какую-либо ситуацию или выразить возможную реакцию третьего лица на эту ситуацию. На принципе ассоциации основан тест, выясняющий, что напоминает испытуемому то или иное слово, например: что ассоциируется со словом «лето». Ту же основу имеет тест дополнения предложений, в ходе которого опрашиваемый заканчивает неполное предложение, например: «Спортивным автомобилем владеют люди, которые...». Время ответа в обоих случаях должно быть ограничено, чтобы получить спонтанные суждения.

**3. Маркетинговый анализ анкетирования ООО «Евросеть»**

Компания ООО «Евросеть» была зарегистрирована в качестве юридического лица в июле 1997 года и уже существует более 10 лет. Бессменным собственником и руководителем компании является Чичваркин Евгений.

Основным направлением деятельности группы компаний Холдинга ООО «Евросеть» является осуществление розничной торговли сотовыми телефонами, аксессуарами, подключение к операторам связи в России, и оказание информационных услуг клиентам.

В холдинг «Евросеть» входят 19 организаций, среди которых есть и общество с ограниченной ответственностью ООО «Евросеть», г. Владимир. Каждое юридическое лицо, входящее в состав холдинга, выполняет свою функцию.

На предприятии создана несовершенная система мотивации труда и стимулирования трудовой активности персонала. Несовершенство системы мотивации и стимулирования трудовой активности персонала магазина «Евросеть» может обеспечить сокращение доли рынка и числа покупателей, а, следовательно, объема продаж из-за некачественного обслуживания, отсутствия стремления у сотрудников к работе с потребителями.

Совершенствование системы мотивации и стимулирования трудовой активности персонала ООО «Евросеть» может в будущем обеспечить активизацию деятельности сотрудников при обслуживании потребителей, тем самым, повысив уровень получаемой выручки за счет притока покупателей. Это может создать благоприятный финансовый фон в целом, позволит опережать конкурентов на этом рынке, что предотвратит потерю клиентов. Рост выручки может обеспечить дополнительную прибыль.

Для того чтобы разработать предложения по созданию эффективной системы мотивации персонала, прежде всего, необходимо оценить уровень существующей системы мотивации. [См.3,с.9]

Для этого в фирме ООО «Евросеть», г. Владимир было проведено тайное анкетирование (Приложение 1). В исследовании приняли участие 100% сотрудников организации.

Была разработана анкета, которая позволяет получить первичную информацию об уровне удовлетворенности работников с позиции долговременности их отношений с данным работодателем, возможностей их развития и состояния социальной политики организации, собрать информацию о наличии признаков формализации корпоративной культуры, а также уровне восприятия факторов мотивации различными категориями персонала.

Она позволяет охарактеризовать:

- половозрастной, социально-демографический и профессионально-квалификационный состав работников организации;

- состояние здоровья работников;

- мотивационно-психологические установки;

- политику вознаграждения за труд;

- возможность карьерного роста;

- содержание, интенсивность и условия труда;

- социальную политику организации;

- долгосрочность отношений.

Анализируя полученные результаты, было выявлено, что система мотивации труда сотрудников на данном предприятии достаточно совершенна, но нет ясных критериев оценки эффективности труда. Из всех видов мотивации и стимулирования применяются чаще всего премирование и проведение совместного досуга. На таком современном предприятии этого явно недостаточно. Необходима продуманная система материального и морального стимулирования работников, учитывающая результаты труда каждого в зависимости от количества и качества труда. [См.12,с.69]

Результаты опроса работников показали, что: (рис.1)

- 85,7 % работников организации – мужчины;

- работники в возрасте от 23 до 30 лет составляют 71,4%, от 30 до 35 лет – 28,6%;

- 57,1% работников организации – семейные люди, имеющие одного (42,8%) или двоих детей (14,2%);

- образование работников соответствует профилю организации: среднее специальное и незаконченное высшее образование имеют 62,3% работников, высшее – 14,3%, прочее образование – 23,4% работников, торговое образование имеют 43,4%, экономическое образование – 29,8%, а техническое – 26,8%.



Рисунок 1. Образование работников ООО «Евросеть»,

г.Владимир (в %)

Кроме этого, было выявлено, что 85,7% работников организации в ближайшее время не собираются покинуть ее. Однако если бы пришлось менять работу, то 28,6% опрошенных ушли бы из данной организации по причине низкой зарплаты.

Работа в данной организации нравится, но 71,4% опрошенных не удовлетворяет уровень заработка, а получение достойной заработной платы является определяющим фактором для 57,1% работников.

Получаемый доход подавляющего большинства опрошенных он невелик (25% имеют доход до 9 тыс. руб., 75% - от 9 до 14 тыс. руб.).



Рисунок 2. Размер дохода, получаемый сотрудниками ООО «Евросеть», г.Владимир (в %)

Таким образом, можно сделать вывод, что у подавляющего большинства респондентов заниженные потребности, и они привыкли довольствоваться малым.

Однако не только фактор высокой заработной платы определяет выбор места работы. Вторым и третьим по значимости фактором были названы «возможность долговременных отношений с работодателем» (40%) и «возможность получения социальных благ» (40%).

Примечательно, что в этой части исследования подавляющее большинство работников (92,4%) ответили, что заработная плата является их основным доходом. Чуть больше половины (53,2%) опрошенных работают во внеурочное время, при этом они не проявляют негативных эмоций по этому поводу (46,2% относится положительно к сверхурочной работе). Для руководства организации это серьезный повод задуматься о пересмотре систем стимулирования труда. Почти четверть опрошенных (23,1%) предпочли бы получать отгулы за внеурочную работу и 38,5% работников хотели бы иметь гибкий график работы. Однако в ходе беседы с руководством организации выяснилось, что оно не предполагало, насколько позитивно относится их персонал к возможности дополнительных подработок в данной организации, но и другие формы поощрения. Например, в пользу морального поощрения высказалось 90% работников, однако, 92,4% не знают о том, какие его виды существуют в организации. Это серьезное упущение со стороны руководителей.

Относительно возможностей карьерного роста сотрудников анкетирования позволило выявить, что понятие карьеры работники в первую очередь связывают с ростом благосостояния (наибольшее количество ответов), со служебным ростом и ощущением уверенности и стабильности (второе и третье места по количеству ответов). Однако возможность карьерного роста в рамках данной организации у работников невелика: 86% опрошенных не видят такой возможности, а 24% - затруднились ответить. При этом подавляющее большинство работников отмечают, что стремление к карьерному росту руководство либо поощряет не в полной мере, либо не поощряет вообще. Известно, что карьерный рост невозможен без дополнительного обучения. Среди опрошенных 96% стремятся к повышению своей квалификации, хотя 57,8% заявляют, что на сегодняшний момент руководство не использует их профессиональные возможности в полной мере. Такая ситуация не противоречит концепции обучающейся организации и одной из ее актуальнейших проблем – организация «не знает, что она знает».

Представим диаграмму факторов, которые были предложены участниками анкетирования в наибольшей степени значимых для них на текущий момент. В список были включены следующие, наиболее распространенные критерии выбора организации, с которой предстоит связать жизнь сотруднику. Было предложено выбрать из нижеприведенного списка пять факторов:

- возможность реализовать свои навыки и знания;

- конкурентоспособность компании;

- стабильность, надежность компании;

- динамика развития компании;

- финансовая мотивация сотрудников;

- возможность сделать карьеру, продвинуться;

- коллектив, психологическая атмосфера;

- уважение со стороны руководства;

- свободный доступ к необходимой информации;

- укомплектованность рабочего места, общий комфорт;

- близость расположения работы к дому;

- компенсационный пакет.

Результаты проведенного анкетирования приведем в Приложении 2, представив их в виде диаграммы.

Анализируя диаграмму, можно констатировать следующие факты. С большим отрывом лидирует «Коллектив, психологическая атмосфера», что подтверждает тезис «Приходим мы в компанию, а работаем с людьми», также как и обратный тезис «Нанимаем специалиста, а работаем с человеком». Этот фактор выбрало подавляющее большинство – 68%. «Стабильность, надежность компании» важна для 58% опрошенных. Заметим, что данные факторы обычно выбирают рядовые сотрудники и тип людей «исполнитель», что, по сути, отражает представленность разных категорий персонала в выборке.

«Возможность реализовать свои навыки и знания» и «Финансовая мотивация сотрудников» важны для 54% человек. Менее важными мотивационными факторами являются: уважение со стороны руководства 46%, конкурентоспособность компании 42%, динамика развития компании 42%, возможность сделать карьеру, продвинуться 35%, укомплектованность рабочего места, общий комфорт 31%.

Наименее значимыми факторами стали: «Свободный доступ к необходимой информации» - 18%, компенсационный пакет – 10%, близость расположения работы к дому – 6%.

Эффективно работать персоналу ООО «Евросеть», г.Владимир в основном мешает нечеткое распределение обязанностей, а также очень сильно влияет на моральный климат в коллективе (а соответственно и на работу персонала) вопрос распределения отпусков.

Еще один блок вопросов предлагаемой анкеты позволяет выявить уровень социальной защищенности работников организации. Хотелось бы отметить, что часть сотрудников вообще не понимает, что такое социальное благо и уровень социальной защищенности, относя к нему оплачиваемые отпуска, больничные листы или возможность получить премию (7,8%). Это говорит в первую очередь о необходимости разъяснительной работы на предприятии.

Вообще работники считают, что проводимые социальные программы и мероприятия это, во-первых, - фактор закрепления работников в организации (53,9%) и, во-вторых, - один из факторов стимулирования труда (34,5%). Они также осознают, что главную роль в их социальной защите должна играть администрация (56,5%), принижая при этом свою собственную роль (7,7%). Однако при этом работники организации считают, что наиболее ощутимое влияние на решение социальных вопросов оказывают руководство организации – 23,1%, городские органы власти – 19,3%, региональные и федеральные органы – 34,7%, позиция трудового коллектива – 23% (см. рис.3).



Рисунок 3. Факторы, влияющие на решение социальных вопросов (в %)

Почти все работники (95%) считают, что у них в организации не существует коллективного договора, хотя подавляющее большинство ответило, что коллективный договор обеспечивает социальную защищенность работников, достойный уровень заработной платы, гарантирует безопасные условия труда и занятость, добиваясь равноправия сторон в трудовом процессе. На самом деле коллективный договор существует в организации. Но при трудоустройстве на работу сотрудник подписывает документы об ознакомлении с ним, но не изучает данный договор.

На вопрос: «Формализована ли в Вашей компании система поощрения и наказания?» 59% респондентов ответили «Да», 41% - «Нет». Причем, руководитель говорит «да», а сотрудник «нет». Под системой поощрения мы подразумевали наличие четко прописанных правил, разъясняющих, какое поведение поощряется, награждается, приветствуется. Под системой наказания – правила, разъясняющие, чего делать нельзя, способы контроля исполнения, последующее наказание. Среди формализаторов корпоративной культуры в компании используют «Корпоративные стандарты» (порядок оформления документации, приветствие клиента, корпоративный стиль одежды, использование элементов внешней атрибутики (значки, бейджи, канцелярия с фирменными логотипами и т.д.)).

Почти 80% опрошенных указали, что в последние полгода оценка уровня квалификации и мотивации персонала в компании не проводилась.

Результаты анкеты неприятно удивили руководство предприятия уверенных, что работники полностью удовлетворены условиями труда, заработной платой, знают о проводимой в организации кадровой и социальной политики.

Главные выводы, которые сделали руководители организации, - это необходимость проведения разъяснительной работы, наличия обратной связи (путем опросов) и проведения разработок специализированных (детализированных) анкет под определенные категории работников.

Общая картина показала, что работники предпочитают иметь долговременные отношения с данным работодателем, однако на уровне организации пока не достигнута взаимная увязка интересов работодателя и работника. Руководители данного предприятия решили продолжить изучение стабильности внутриорганизационного рынка труда, так как, исходя из этой базовой анкеты, увидели возможность получить большее количество данных при правильной ее обработке.

Так, например, анкета позволяет вычленять определенные социально-демографические, профессионально-квалификационные слои в организации определять их удовлетворенность работой, что позволяет разрабатывать адресные мероприятия для каждой категории работников. С другой стороны, уточняя и детализируя какие-то вопросы, можно определить более конкретно возможность профессионального роста для работников определенной категории или уровень развития социальной политики данной организации.

Опыт показал, что при оценке персонала зачастую невозможно учитывать уровень мотивации. И если на момент оценки сотруднику не хватает требуемых знаний, опыта или личных качеств, то тест автоматически признает его недостаточно эффективным. Вместе с тем, по оценкам западных экспертов, высокая мотивация сотрудника может на 40% компенсировать недостаток опыта и компетенций.

Таким образом, подобные социологические исследования позволяют выявить причины неудовлетворенности сотрудников предприятия и оперативно их устранять, что позитивно сказывается на общем моральном и деловом климате в коллективе и отражается на экономических показателях предприятия. [См.8,с.130]

**Заключение**

Одним из основных методов получения первичной информации в маркетинговых исследованиях является опрос, который предполагает прямую постановку вопросов респондентам.

Опрос включает заполнение анкеты и может классифицироваться в зависимости от метода или способа проведения как традиционный телефонный опрос, опрос по телефону с помощью компьютера, личный опрос на дому, личный опрос в торговом центре, опрос с помощью компьютера, почтовый опрос, почтовая панель, опросы по электронной почте, Интернет-опрос.

Конечно, каждый метод имеет свои преимущества и недостатки. Различные методы сравнимы по критериям гибкости процедуры сбора информации, разнообразию вопросов, использованию вспомогательных средств, контролю за средой проведения опроса, контролю работы интервьюеров, объёму информации, социальной приемлемости, возможности получения чувствительной информации, возможности искажения данных интервьюером, проценту откликов, возможности сохранения анонимности, быстроты проведения и затратам на проведение. Хотя эти методы проведения опроса часто воспринимаются как полностью различные и конкурирующие, они не считаются взаимоисключающими. Их можно эффективно применять в различных комбинациях.

Для сбора количественной первичной информации исследователю необходимо разработать анкеты или формы для записи результатов наблюдения. Анкета имеет три цели: «перевести» информационные потребности на «язык» вопросов, на которые респондент сможет и захочет ответить. Она должна мотивировать опрашиваемых к завершению её заполнения и минимизировать ошибки наблюдения.

Разработка анкеты находится на стыке искусства и науки. Этот процесс начинается с чёткого определения необходимой информации и способа опроса. Следующий шаг – принятие решения о содержании отдельных вопросов, характер постановки вопросов помочь преодолеть пожелания респондента отвечать или затруднения с ответом. Опрашиваемый не в состоянии отвечать, если они достаточно информированы, не могут вспомнить или сформулировать ответ. Респонденты могут отказаться отвечать, если ответ требует определённых усилий, задаётся в неуместной ситуации или контексте, не служит обоснованной цели или касается конфиденциальной информации. Затем принимается решение о структуре вопроса. Вопросы могут быть не структурированными (открытыми) или структурированными в различной степени. Структурированные вопросы включают многовариантные, альтернативные и основанные на шкалах.

Словесная формулировка каждого вопроса включает определение предмета, использования простых однозначных слов и полярных утверждений. Исследователю следует избегать двойных вопросов, скрытых альтернатив, скрытых допущений, обобщений и оценок. После определения формулировки вопроса необходимо принять решение о порядке их расположения в анкете. Особенно внимательно нужно подходить к вступительным вопросам, виду информации, сложным вопросам и влиянию предшествующих вопросов на последующие. Вопросы следует располагать в логической последовательности.

Следующий этап - определение формы и расположения вопросов. При оформлении анкеты необходимо учитывать следующие факторы: внешний вид, использование буклетов, размещение вопросов на одной странице, формат категорий ответа, избежание излишне плотной печати, легкий для чтения формат.

Последний, не менее важный этап – предварительное тестирование. Важные аспекты: степень предварительного тестирования, характеристики респондентов, способ опроса, характеристики интервьюеров, а также редактирование и общий анализ.

**Список используемой литературы**

1. Аврашков Л.Я. Экономика предприятия. М.: ЮНИТИ, 2009. – 538 с.
2. Волгина Н.А. Экономика труда. М.: Экзамен, 2008. – 736 с.
3. Елин А. Мотивация в системе управления//Служба кадров. – 2006. – №11. – С. 9-11.
4. Иванов А.П. Менеджмент: Учебник. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2008. – 440 с.
5. Организация производства и управление предприятием: Учебник/Под ред. О.Г.Туровца. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 528 с.
6. Финансовый менеджмент / ред. Краева Т. А. М.: ЮНИТИ, 2008. – 549 с.
7. Финансовый менеджмент: теория и практика /под ред. Стояновой Е. С. 5-е изд., перераб. И доп. М.: Изд-во «Перспектива», 2009. – 413 с.
8. Экономический анализ: ситуации, тесты, примеры, задачи. М.: Финансы и статистика, 2008. – 217 с.
9. Экономический анализ /Под ред. Краюхина Г. А. – М.: Экономист, 2007. – 149 с.
10. Экономика труда, учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2007. - 400с.
11. Экономика и социология труда: Учебник / Под ред. д.э.н., проф., А.Я. Кибанова. – М.: Инфра-М, 2008.- 584с.
12. Яковлев Р.А. Материальное стимулирование работников // Справочник кадровика.- 2008.- №1.- С. 69-73.

Приложение 1

1. **Ваш пол?**

женский\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

мужской\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. **Ваш возраст?**

2.1. до 25 лет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.2 от 25 до 35 лет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.3. от 35 до 40 лет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.4. от 45 до 55 лет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.5. больше 55 лет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**3. Семейное положение?**

3.1. холост (не замужем), живу один\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3.2. холост (не замужем), живу с родственниками\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3.3. женат (замужем)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3.4. разведен (а), живу самостоятельно\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3.5. разведен (а), живу с родственниками\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3.6. состою в гражданском браке\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3.7. вдова (вдовец)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**4. Есть ли у вас дети?**

4.1. нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4.2. один\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4.3. двое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4.4. трое и более\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**5. Ваше образование?**

5.1. среднее\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5.2. среднее специальное\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5.3. неполное высшее\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5.4. высшее\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**6. Каков профиль вашего образования?**

6.1. экономическое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6.2. юридическое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6.3. психологическое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6.4. педагогическое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6.5. иное гуманитарное\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6.6. техническое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6.7. военное\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6.8. другое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**7. Получили ли именно ту профессию, о которой мечтали?**

7.1. да\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

7.2. скорее да, чем нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

7.3. нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

7.4. скорее нет, чем да\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

7.5. трудно сказать\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**8. Если вы учились в вузе, то по завершении образования как вы оцениваете итоги своей учебной деятельности?**

8.1. получили только диплом, но специальностью не овладели\_\_\_\_\_\_\_\_

8.2. стали специалистом, овладели определенной профессией\_\_\_\_\_\_\_\_\_

8.3. приобрели совершенно не нужную Вам специальность\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**9. Ваш трудовой стаж?**

9.1. общий\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

9.2. по специальности\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

9.3. в данной организации\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

9.4. на данном рабочем месте\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**10. Какую должность вы занимаете в данной организации?**

10.1. руководителя\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

10.2. специалиста\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

10.3. технического исполнителя\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

10.4. рабочего\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

10.5. прочее\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**11. Намерены ли вы в ближайшее время сменить место работы?**

11.1 скорее всего, да\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

11.2 возможно, да\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

11.3. не собираюсь\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

11.4. затрудняюсь отметить\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**12. Назовите причину, по которой вы могли бы сменить место работы (отметьте три наиболее важных для вас причины):**

12.1. хорошие условия и организация труда на новом месте\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

12.2. более высокая зарплата на новом месте\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

12.3. более интересная работа по специальности\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

12.4. более хорошие отношения в коллективе\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

12.5. более хорошие отношения с администрацией\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

12.6. лучшее социальное обеспечение\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

12.7. желание открыть свое дело\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

12.8. личные мотивы\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

12.9. не ушел бы в любом случае\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

12.10. опасение, что предприятие закроется\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

12.11. окончание срока найма\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

12.12. сокращение штатов\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

12.13. другое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**13. По вашему мнению, работа – это, прежде всего:**

13.1. основа смысла жизни, иногда требующая жертв\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

13.2. вынужденная необходимость\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

13.3. интерес, рождающийся в процессе ее выполнения\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

13.4. долг любого человека перед обществом\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

13.5. что-то иное\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**14. Считаете ли вы свою работу интересной?**

14.1. да\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

14.2. не в полной мере\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

14.3. нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

14.4. затрудняюсь ответить\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**15. Как вы оцениваете свою работу?**

15.1. работа мне нравиться, она приносит удовлетворение\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

15.2. работа мне нравится, удовлетворяет и уровень заработка\_\_\_\_\_\_\_\_

15.3. работа мне нравиться, но слишком мал уровень заработка\_\_\_\_\_\_\_

15.4. работа мне не нравится, но привлекает уровень заработка\_\_\_\_\_\_\_\_

15.5. работа мне не нравится, и мал уровень заработка\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

16**. Если бы перед вами сегодня встала проблема выбора работы, то каким из перечисленных ниже факторов вы бы руководствовались?** (отметьте цифрами от 1-5 в порядке личной для вас значимости, 5 – самое важное)

16.1. престиж организации\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

16.2. возможность долговременных отношений с работодателем\_\_\_\_\_\_

16.3. получение достойной заработной платы\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

16.4. возможность получения социальных благ\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

16.5. возможность сделать карьеру\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

16.6. другое (укажите что)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**17. Приходится ли вам работать во внеурочное время?**

17.1. да\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

17.2. нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**18. Как вы к этому относитесь?**

18.1. положительно\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

18.2. безразлично\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

18.3. отрицательно\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**19. Оплачивается ли ваша внеурочная работа в организации?**

19.1. да\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

19.2. нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**20. Что бы вы предпочли? (отметить выбранную альтернативу)**

20.1. получать зарплату за внеурочную работу\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

20.2. получать отгулы за внеурочную работу\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

20.3. иметь возможность перехода на гибкий график работы\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

20.4. использовать другие виды поощрения (укажите какие)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**21. Является ли заработная плата вашим главным доходом?**

21.1. да\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

21.2. нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**22. Имеете ли вы дополнительную работу?**

22.1. да\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

22.2. нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**23. В какой степени удовлетворяют вас следующие моменты работы? (отметьте по каждой строке)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | да, вполне | не совсем | не удовлетворяют | затрудняюсь ответить |
| Содержание выполняемой работы |  |  |  |  |
| Морально-психологический климат |  |  |  |  |
| Перспективы служебной карьеры |  |  |  |  |
| Распределение прав и обязанностей |  |  |  |  |
| Уровень социальной защиты |  |  |  |  |
| Уровень оплаты труда |  |  |  |  |

**24. Что из перечисленного наиболее близко соотносится с понятием «служебная карьера»? (укажите не более трех позиций)**

24.1. возможность управлять большим количеством людей\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

24.2. рост благосостояния\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

24.3. служебный рост\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

24.4. свобода действия\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

24.5. власть и влияние\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

24.6. безопасность\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

24.7. ощущение уверенности и стабильности\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

24.8. самосовершенствование\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

24.9. что-то иное\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**25. Видите ли вы возможность карьерного роста?**

*1. В данной организации*

25.1. да\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

25.2. нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

25.3. затрудняюсь ответить\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*2. В других подобных по профилю организациях*

25.4. да\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

25.5. нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

25.6. затрудняюсь ответить\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**26. Поощряется ли руководством ваше стремление воспользоваться возможностями карьерного роста?**

26.1. да\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

26.2. не в полной мере\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

26.3. нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

26.4. если нет, то почему\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**27. Как вы считаете, в полной мере руководство использует ваши профессиональные данные?**

27.1. да\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

27.2. не в полной мере\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

27.3. нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

27.4. если нет, то почему\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**28. Стремитесь ли вы к повышению своей квалификации?**

28.1. да\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

28.2. нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

28.3. если нет, то почему\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**29. Каким образом вы хотели бы повысить свою квалификацию?**

29.1. с отрывом от основной деятельности\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

29.2. без отрыва от основной деятельности\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

29.3. самообразование\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**30. Располагает ли обстановка и взаимоотношения в коллективе к плодотворному сотрудничеству?**

30.1. да\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

30.2. не в полной мере\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

30.0. нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

30.4. если нет или не в полной мере, то почему\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**31. Ваши знания, способности, профессиональные навыки и возложенные на вас полномочия:**

31.1. соответствуют друг другу\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

31.2. навыки выше изложенных на вас полномочий\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

31.3. навыки ниже возложенных на вас полномочий\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**32. Что, по вашему мнению, препятствует полной реализации ваших должностных обязанностей на данном рабочем месте?** (выберите альтернативу и отметьте цифрами от 1 до 5 в порядке личной для вас значимости, 5 – самое важное)

32.1. отсутствие четкой постановки задач со стороны руководства\_\_\_\_\_

32.2. недостаточно высокий уровень исполнительности и ответственности со стороны подчиненных\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

32.3. субъективное (несправедливое) отношение между начальником и подчиненным, создающее нервозность в работе\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

32.4. поступление поручений (разовых, постоянных) от руководства, которые не соответствуют прямым должностным обязанностям\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

32.5. проблема разумного, рационального распределения руководителями исполнения того или иного документа\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

32.6. затрудняюсь ответить\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

32.7. другое (укажите)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**33. Что, по вашему мнению, необходимо для достойного положения в обществе?** (выберите альтернативу и отметьте цифрами от 1 до 5 в порядке личной для вас значимости, 5 – самое важное)

33.1. наличие связей\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

33.2. наличие первоначального капитала\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

33.3. трудоспособность\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

33.4. престижная профессия\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

33.5. знания и опыт\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

33.6. затрудняюсь ответить\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

33.7. другое (укажите)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**34. Как вы оцениваете разные стороны своей жизни в настоящее время? (отметьте по каждой строке)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | хорошо | удовлетворительно | плохо | затрудняюсь ответить |
| Вы питаетесь |  |  |  |  |
| Вы одеваетесь |  |  |  |  |
| Ваш заработок |  |  |  |  |
| Ваши жилищные условия |  |  |  |  |
| Возможность профессионального совершенствования |  |  |  |  |
| Перспективы служебной карьеры |  |  |  |  |
| Семейная ситуация |  |  |  |  |
| Материальное положение семьи |  |  |  |  |
| Жизнь в целом складывается |  |  |  |  |

**35. Есть ли у вас помимо основной работы дополнительные источники дохода?**

35.1. да, есть, дополнительный доход превышает основной\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

35.2. да, но доход невелик\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

35.3. дополнительного источника дохода не имею, хотя он необходим\_

35.4. нет, не нуждаюсь в дополнительных доходах\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**36. Среднемесячный доход вашей семьи в пересчете на одного человека составляет:**

36.1. до 3 тыс. руб.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

36.2. 3 – 6 тыс. руб.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

36.3. 6 – 9 тыс. руб.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

36.4. 9 – 15 тыс. руб.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

36.5. больше 15 тыс. руб.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**37. Каков ваш личный среднемесячный доход в настоящее время?**

37.1. до 3 тыс. руб.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

37.2. 3 – 6 тыс. руб.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

37.3. 6 – 9 тыс. руб.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

37.4. 9 – 15 тыс. руб.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

37.5. больше 15 тыс. руб.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**38. Задерживают ли вам выплату заработной платы?**

38.1. нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

38.2. да\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

38.3. да, регулярно на срок до\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**39. Как вы оцениваете свое состояние здоровья за последний год?**

39.1. абсолютно здоров\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

39.2. здоровье в целом хорошее\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

39.3. здоровье удовлетворительное\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

39.4. я, пожалуй, не вполне здоров\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

39.5. здоровье совсем плохое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**40. С чем вы связываете возникновение заболеваний?**

40.1. с наследственными факторами\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

40.2. с отсутствием должностного медицинского контроля\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

40.3. с собственной беспечностью\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

40.4. с использованием средств снятия стресса\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

40.5. с переутомлением из-за необходимости «приработка»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

40.6. непосредственно с исполнением служебных обязанностей\_\_\_\_\_\_\_

40.7. затрудняюсь ответить\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**41. Какие социальные блага вы получаете от организации?**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**42. Знаете ли вы о видах моральных поощрений, существующих в вашей организации?**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

42.1. нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

42.2. если да, то о каких\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**43. Нужны ли различные виды морального поощрения?**

43.1. нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

43.2. да\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

43.3. если да, то укажите какие:

43.3.1. устная благодарность\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

43.3.2. почетное звание\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

43.3.3.прочее\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**44. Нужны ли следующие социальные блага?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | полезно | бесполезно |
| Медицинское обслуживание |  |  |
| Наличие спортивных учреждений |  |  |
| Обеспечение продуктами питания |  |  |
| Обеспечение бесплатными обедами |  |  |
| Наличие детского сада |  |  |
| Возможность летнего отдыха для детей |  |  |
| Служба быта |  |  |

**45. Можете ли вы предложить что-нибудь еще?**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**46. На ваш взгляд социальная защита работников вашей организации выше по сравнению с работниками большинства других организаций?**

46.1. значительно лучше\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

46.2. в чем-то лучше, в чем-то хуже\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

46.3. значительно хуже\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

46.4. трудно сказать\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**47. Кто должен играть наиболее существенную роль в социальной защите работников любой организации?**

47.1. федеральные органы власти\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

47.2. региональные органы власти\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

47.3. городские органы власти\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

47.4. организация\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

47.5. сами работники организации\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**48. Кто оказывает наиболее ощутимое влияние на решение социальных вопросов?**

48.1. акционеры организации\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

48.2. городские органы власти\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

48.3. региональные и федеральные органы власти\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

48.4. позиция трудового коллектива\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

48.5. затрудняюсь ответить\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**49. Существует ли в вашей организации коллективный договор** (отметьте цифрами от 1 до 5 в порядке личной для вас значимости, 5 – самое важное):

49.1. обеспечивает социальную защищенность работников\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

49.2. гарантирует безопасность условия труда\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

49.3. гарантирует занятость работников\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

49.4. обеспечивает достойный уровень заработной платы\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

49.5. обеспечивает равновесие сторон в трудовом процессе\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

49.6. затрудняюсь ответить\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**50. Выберите факторы, которые являются в наибольшей степени значимыми для Вас на текущий момент времени** (отметьте цифрами от 1-12 в порядке личной для вас значимости, 1 – самое важное):

1. возможность реализовать свои навыки и знания;

2. конкурентоспособность компании;

3. стабильность, надежность компании;

4. динамика развития компании;

5. финансовая мотивация сотрудников;

6. возможность сделать карьеру, продвинуться;

7. коллектив, психологическая атмосфера;

8. уважение со стороны руководства;

9. свободный доступ к необходимой информации;

10. укомплектованность рабочего места, общий комфорт;

11. близость расположения работы к дому;

12. компенсационный пакет.

**Спасибо за ответы!**

Приложение 2

Факторы мотивации, наиболее значимые лично для респондентов

