

УДК 331.5:665.6

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОПРОСОВ В ОЦЕНКЕ МОТИВАЦИОННОГО
РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА****Глушкова К.С.***магистрант,**Уфимский государственный нефтяной технический университет,**г. Уфа, Российская Федерация¹*

Аннотация: В статье исследуется применение опросов как инструмента для оценки мотивационного развития сотрудников в организациях, анализируются различные методики проведения опросов, их влияние на управление человеческими ресурсами и вклад в формирование положительной рабочей атмосферы.

Ключевые слова: опросы, мотивация, управление персоналом, рабочая атмосфера, корпоративная культура, человеческие ресурсы.

***THE EFFECTIVENESS OF SURVEYS IN ASSESSING THE MOTIVATIONAL
DEVELOPMENT OF PERSONNEL******Glushkova K.S.****master's student,**Ufa State Petroleum Technical University,**Ufa, Russian Federation*

Abstract: The article examines the use of surveys as a tool for assessing the motivational development of employees in organizations, analyzes various methods of conducting surveys, their impact on human resource management and contribution to the formation of a positive working atmosphere.

Keywords: surveys, motivation, personnel management, work atmosphere, corporate culture, human resources.

Введение:

В современных условиях рынка труда, организации сталкиваются с необходимостью не только привлекать, но и удерживать ценных сотрудников. Одним из основных инструментов в арсенале HR-специалистов для оценки

¹ Научный руководитель - Гайфуллина М.М. (доцент)

мотивационного развития персонала являются опросы. Они позволяют получить обратную связь от сотрудников, анализировать их удовлетворенность и выявлять потенциальные проблемы в команде. Настоящая статья посвящена анализу опросов как метода оценки мотивационного развития сотрудников, их эффективности и методикам проведения.

Цель и задачи исследования: Целью данного исследования является оценка эффективности использования опросов для анализа мотивационного развития персонала в организациях [1]. Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

Изучить теоретические аспекты мотивационного развития персонала и методов его оценки.

Проанализировать существующие методики проведения опросов среди сотрудников.

Выявить преимущества и недостатки использования опросов в контексте мотивационного развития персонала.

Основная часть:

Опрос — это социологический метод получения информации, при которых людям (их называют респондентами) в письменной или устной форме задают специально подобранные вопросы и просят ответить на них [7].

Опрос – это метод сбора первичной вербальной (речевой) информации, основанный на непосредственном или опосредованном взаимодействии между исследователем и опрашиваемым [6].

Лицо, проводящее анкетный опрос, называют анкетером, а опрашиваемые называются респондентами. Анкетирование представляет собой письменную форму общения с респондентами, респондент самостоятельно работает с анкетой (сам читает предлагаемые ему вопросы и сам фиксирует свои ответы) в соответствии с представленной инструкцией [5].

Таким образом опросы представляют собой метод сбора первичной вербальной информации, который основан на взаимодействии между исследователем и опрашиваемым. В зависимости от целей исследования, опросы могут проводиться в устной или письменной форме и включать различные типы вопросов, такие как открытые, закрытые, прямые или косвенные.

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

Используя опросы, исследователи могут глубоко погрузиться в анализ психологических и коллективных восприятий, выявлять скрытые межличностные связи и общественные настроения, а также изучать личные интересы, мотивации, эмоциональные состояния, ценностные ориентации и убеждения.

Процесс проведения опросов включает в себя несколько этапов: от разработки анкеты и выбора метода сбора данных до анализа результатов и разработки рекомендаций. Важно, чтобы каждый этап был тщательно спланирован и реализован с учетом специфики организации и целей исследования.

Анкетирование является популярной формой опроса, поскольку позволяет собрать стандартизированные данные от большого числа респондентов. При составлении анкеты важно учитывать ясность и понятность вопросов, а также предоставление различных вариантов ответов для получения максимально точной информации. Также современные технологии, такие как онлайн-опросы и мобильные приложения, значительно упрощают процесс сбора и анализа данных. Они позволяют достичь более широкой аудитории и быстро обрабатывать большие объемы информации.

Анкета имеет следующую структуру:

1 инструкция, в которой респонденту разъясняются цели опроса и правила заполнения анкеты, а также излагаются гарантии конфиденциальности. инструкция должна мотивировать респондента принять участие в исследовании и искренне отвечать на вопросы.

2 Основная часть – вопросы (обычно с вариантами ответов) по теме исследования.

3 «паспортичка»: вопросы, позволяющие получить сведения о респонденте. Эти вопросы необходимы для контроля соблюдения требований к структуре выборке, а также для формирования подвыборок.

размещают либо в самом начале, либо в самом конце анкеты.

Различаются следующие эмпирические методики исследования на основании их проведения:

1. Опросники

— Интервью представляет собой детально спланированный разговор между интервьюером и участником, в ходе которого фиксируются ответы

последнего. Это взаимодействие может принимать множество форм, включая как формализованные, так и более свободные беседы, может быть нацелено на выявление узкоспециализированных данных или же проходить в групповом формате, предусматривает прямое общение или может быть реализовано через посредников.

— Анкетирование осуществляется через вопросы и ответы, заранее составленные в текстовом формате. Анкеты могут быть сконструированы для быстрых опросов больших групп людей или, наоборот, для более тесного общения с отдельными индивидами, проводиться лицом к лицу или дистанционно, а также ориентироваться на получение массовых данных или специализированной информации от экспертов.

2. Анализ документов предполагает изучение материалов как с качественной, так и с количественной точки зрения (как, например, в контент-анализе).

3. Наблюдение может быть активным или пассивным, проводиться в стандартизированной форме или без строгих рамок.

4. Эксперимент может принимать форму строго контролируемых условий, квазиэкспериментальных схем, полевых исследований или натуралистического наблюдения.

В опросах как инструментальное преимущество выделяются современные технологии, среди которых телефон и компьютер. Они позволяют эффективно организовывать опросы на большое расстояние, обширно охватывая аудиторию, а также снижать затраты и ускорять процесс обработки полученной информации при помощи специального программного обеспечения.

Обычно вопросы в анкете можно разделить по:

1. Содержанию (вопросы о личности респондента, его поведении, Привычках, поступках и т.д)
2. Форме (открытые/закрытые, прямые/косвенные)
3. Методической функции (основные/неосновные, вопросы-фильтры, вопросы ловушки и т.д.)
4. Отношению к личности респондента (наводящие, провокационные, деликатные)
5. Технике заполнения (трудные, сложные) [8].

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

Из опросов сотрудников можно получить широкий спектр данных, которые могут быть использованы для анализа различных аспектов работы организации и её персонала. Вот некоторые из ключевых видов данных, которые обычно собираются через опросы:

1. Уровень удовлетворенности работой: включает в себя оценку сотрудниками своей работы, рабочей среды, корпоративной культуры, баланса между работой и личной жизнью и других аспектов их профессиональной деятельности.

2. Вовлеченность сотрудников: измеряет, насколько сотрудники чувствуют себя связанными с компанией и её целями, насколько они готовы приложить дополнительные усилия для достижения успеха организации.

3. Мотивационные факторы: определяет, что мотивирует сотрудников на работе, включая такие факторы, как заработная плата, признание, возможности карьерного роста, обучение и развитие [7].

4. Обратная связь по управлению: собирает мнения сотрудников о качестве управления и лидерства в организации, включая стиль руководства, коммуникацию и поддержку со стороны менеджеров.

5. Корпоративная культура: выявляет восприятие сотрудниками корпоративных ценностей, норм и ожиданий, а также то, насколько эти аспекты влияют на их работу.

6. Работа в команде: оценивает эффективность командной работы, взаимодействие между коллегами и наличие поддержки внутри команды.

7. Конфликты и проблемы: идентифицирует потенциальные или существующие конфликты на рабочем месте и проблемы, которые могут влиять на производительность и моральный климат.

8. Условия труда: собирает информацию о рабочем пространстве, оборудовании, инструментах и ресурсах, доступных сотрудникам для выполнения их работы.

9. Потребности в обучении и развитии: выявляет области, в которых сотрудники чувствуют необходимость в дополнительном обучении или профессиональном развитии.

10. Отток персонала: помогает понять причины, по которым сотрудники могут покинуть организацию, и предоставляет информацию для разработки стратегий по удержанию персонала [4].

Эти данные могут быть использованы для улучшения управленческих практик, разработки программ по мотивации и удержанию сотрудников, а также для повышения общей эффективности и производительности организации.

Преимущества использования опросов:

Диагностика рабочей атмосферы. Опросы помогают оценить общее состояние рабочей атмосферы и уровень вовлеченности сотрудников. Это даёт возможность выявить как положительные моменты, так и причины недовольства или демотивации работников.

Выявление потребностей сотрудников. С помощью опросов работодатели могут определить, какие аспекты корпоративной культуры и условий труда важны для их сотрудников, что, в свою очередь, позволяет составить эффективные программы мотивации.

Повышение лояльности персонала. Регулярное проведение опросов подчёркивает заботу организации о своих сотрудниках, что способствует росту их лояльности и приверженности целям компании.

Управление конфликтами. Опросы могут выявить не только открытые, но и скрытые конфликты в коллективе, давая возможность их оперативному урегулированию.

Ключевые аспекты создания эффективного опроса:

Четкая цель. Каждый опрос должен иметь четко определенную цель, которая поможет сфокусироваться на специфических информационных потребностях организации.

Привлекательность для ответа. Вопросы должны быть составлены так, чтобы они были понятны сотрудникам и не вызывали у них отторжение. Важно, чтобы опрос не был слишком длинным или сложным.

Анонимность. Гарантия анонимности ответов важна для получения честной и откровенной обратной связи от сотрудников.

Обработка результатов. Важен не только процесс сбора данных, но и их анализ, который должен включать в себя последующие действия по улучшению ситуации в коллективе.

Регулярное проведение. Для динамичного отслеживания изменений и эффективности принимаемых мер рекомендуется проведение опросов на регулярной основе [3].

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

На основе результатов опросов сотрудников организация может разработать различные мероприятия, направленные на улучшение рабочей среды, повышение мотивации и удовлетворенности персонала, а также на развитие корпоративной культуры. Вот некоторые примеры таких мероприятий:

1. Программы обучения и развития: создание и внедрение программ профессионального обучения, повышения квалификации и карьерного роста сотрудников.

2. Улучшение системы вознаграждения: пересмотр и оптимизация системы заработной платы, бонусов, премий и других форм материального и нематериального стимулирования.

3. Укрепление корпоративной культуры: разработка и проведение корпоративных мероприятий, тимбилдингов и инициатив, направленных на укрепление командного духа и корпоративных ценностей.

4. Программы менторства и коучинга: внедрение системы менторства для новых сотрудников и программ коучинга для развития лидерских качеств у текущих сотрудников.

5. Улучшение условий труда: оптимизация рабочего пространства, обновление оборудования и инструментов, обеспечение комфортных и безопасных условий труда.

6. Гибкий график работы: внедрение гибких графиков работы и возможности удаленной работы для улучшения баланса между работой и личной жизнью сотрудников.

7. Управление конфликтами: разработка процедур и тренингов по управлению конфликтами и построению эффективного общения внутри команды.

8. Обратная связь и оценка производительности: внедрение системы регулярной обратной связи и оценки производительности сотрудников для их развития и улучшения работы.

9. Программы по удержанию персонала: создание программ, направленных на снижение текучести кадров, включая улучшение процесса адаптации новых сотрудников и повышение лояльности персонала.

10. Инициативы по здоровью и благополучию: внедрение программ по здоровому образу жизни, спортивных мероприятий и услуг по поддержанию психологического здоровья сотрудников.

Эти мероприятия должны быть тщательно спланированы и реализованы с учетом конкретных потребностей и предложений сотрудников, выявленных в результате опросов. Эффективное внедрение этих инициатив может привести к значительному улучшению рабочей атмосферы, повышению мотивации и продуктивности, а также к укреплению корпоративной культуры [2].

Результаты: в результате проведенного исследования было установлено, что опросы являются эффективным инструментом для оценки мотивационного развития персонала, при условии их правильного проектирования и анализа полученных данных. Были выявлены ключевые факторы, влияющие на успешность проведения опросов, включая четкость формулировок вопросов, анонимность участников и адекватность интерпретации результатов.

Заключение

Опросы — это эффективный инструмент для оценки мотивационного развития и уровня удовлетворенности персонала, который помогает получить не только количественные данные о том, как работники относятся к различным аспектам своей работы и работы организации в целом, но и качественную информацию, которая открывает глубокие мотивационные двигатели и барьеры.

Чтобы опрос стал эффективным средством оценки мотивационного развития, важно не только правильно его организовать и провести, но и грамотно использовать полученные данные. По результатам опроса можно адаптировать стратегию управления персоналом, находить точки роста и зоны риска, разрабатывать индивидуализированные подходы к мотивации сотрудников.

Заключительный шаг после анализа данных опроса – это разработка и реализация плана действий. Этот план должен включать конкретные инициативы и мероприятия, направленные на устранение выявленных проблем и на повышение уровня мотивации сотрудников. Важно включать в процесс не только HR-специалистов и менеджмент, но и самих работников, участие которых может выразиться в совместном обсуждении результатов опроса, выработке предложений по улучшению условий труда, карьерного роста и корпоративной культуры.

Результаты опросов должны приводить к активным действиям и изменениям в организации. Это может включать в себя пересмотр политик и процедур, внедрение новых программ обучения и развития, а также улучшение коммуникационных каналов между руководством и сотрудниками. Важно, чтобы в процессе улучшений учитывались мнения всех сторон, и каждый сотрудник чувствовал свою значимость и вклад в общие цели компании.

Опросы становятся не просто методом сбора информации, но стартовой площадкой для постоянного диалога между руководством и командой, для совместного поиска и реализации лучших способов работы и взаимодействия. Это позволяет создать среду, в которой каждый сотрудник чувствует себя важной и значимой частью организации, мотивированно и продуктивно работая на общие цели.

Библиографический список:

1. Богатырева И.В., Богатырев А.Е. Оценка влияния материальной заинтересованности и трудовой активности персонала на рост производительности труда // Экономика труда. 2022. №4. URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-vliyaniya-materialnoy-zainteresovannosti-i-trudovoy-aktivnosti-personala-na-rost-proizvoditelnosti-truda>
2. Богатырева И.В., Илюхина Л.А. Система мотивации и материального стимулирования как источник трудовой активности персонала компании // Экономика труда. 2022. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-motivatsii-i-materialnogo-stimulirovaniya-kak-istochnik-trudovoy-aktivnosti-personala-kompanii>
3. Волкова Л.В. Методика проведения социологического исследования. Методическое пособие. – М.: Издательский центр РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина, 2014 – 49 с.
4. Задорова Т.В., Шигильчева С.А., Богатова Т.А. Оценка эффективности системы мотивации персонала организации // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». 2021. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-sistemy-motivatsii-personala-organizatsii>
5. Киселева Е.В. Методы организационной диагностики в управлении персоналом: учебно-методическое пособие для студ. высш. учеб. Заведений – Вологда: Вологодский филиал РАНХИГС, 2016 – 422 с.

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

6. Поярова Т.А., Цатурян М.О., Киселева Е.В. Методы психолого-педагогических исследований: учебное пособие – Вологда: ВГПУ, 2012 – с. 12

7. Севостьянов Д.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: Учебник ИНФРА-М 2021 – 278 с.

8. Яковлева Н.Ф. Социологическое исследование [Электронный ресурс]: учеб. пособие. – 2-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2014 - 250с.

Оригинальность 77%