

УДК 004.023

О.С. Савченко

Харківський національний економічний університет, Харків

РОЗРОБЛЕННЯ МЕТОДИК ОРГАНІЗАЦІЇ ТА АНАЛІЗУ ОПИТУВАНЬ СПІВРОБІТНИКІВ ІТ-КОМПАНІЙ

Як правило, щороку гарний HR-менеджер стикається приблизно з одним і тим самим завданням – необхідністю підведення підсумків власної діяльності та діяльності управлінського корпусу компанії з точки зору управління персоналом [1]. Найчастіше, йому доводиться аналізувати наступні питання:

У невеликих організаціях HR-менеджер, регулярно спілкуючись із співробітниками і керівниками, може сам відповісти на всі основні питання. Але коли компанія розростається, отримувати відповіді шляхом особистого спілкування стає неможливим. Не вистачає ні часу, ні ресурсів [2].

Саме тому HR-менеджери великих компаній проводять регулярні опитування співробітників. Ці опитування надають важливу інформацію для якісного управління персоналом.

Використання Інтернету як інструмента дослідження відкриває нові можливості для емпіричної соціології.

При проведенні соціологічних опитувань традиційними способами дослідник все частіше відчуває труднощі у зборі якісної соціологічної інформації від респондентів.

Дослідження через Інтернет мають ряд особливостей в порівнянні зі звичайними методами збору інформації, що виражаються у формі організації та проведення дослідження, методи обробки і контролю одержуваних даних, форми взаємодії з дослідником та ін. [3, 4].

Природа і процедурні рішення web-опитувань стануть прозорішими, а ставлення до них більш обґрунтованим, якщо зрозуміти, що нова схема опитувальна лише частково нова, що вона не народилася з нічого, а є логічним і технологічним продовженням всіх (багатьох) починань і досягнень опитувальної методології [5, 6].

Ідея використання мережі як інструменту збору соціологічної інформації, обговорювалася і в 1980-ті, але вона була вперше реалізована лише тринадцять років тому [7].

Всі існуючі методи, в тій чи іншій мірі задовольняють нашим вимогам, але основними об'єктами наших досліджень є співробітники ІТ-компаній.

А значить, у кожного з них, хоча б у теорії, є доступ на корпоративний сайт (портал). Значить, нам потрібен метод, який дозволить проводити такі дослідження на базі даного порталу.

Якщо проаналізувати дану задачу, то стає ясно, що заново «винаходити велосипед» не доведеться.

Достатньо всього лише з'єднати і модифікувати вже існуючі методи. Отже, підсумуємо все вище сказане:

- нам потрібен універсальний спосіб для опитування співробітників ІТ-компаній;
- у кожного співробітника повинен бути спосіб доступ (можливо анонімне) для проходження опитування;
- обробка і аналіз повинні проводитися в автоматизованому режимі.

Якщо спробувати з'єднати воедино опитування на основі веб-сторінок та форумів, то отримаємо дуже потужний інструмент для наших завдань: звичний Web-інтерфейс дасть можливість співробітникам швидко освоїтися з принципом проходження опитувань, а технологія форуму - отримати відповіді і підтримку від своїх колег.

Адміністратори всередині компанії зможуть легко модифікувати існуючі опитування або створювати нові, не вивчаючи при цьому будь-які додаткові технології. Все це дасть можливість як HR-менеджерам так і керівникам компаній з легкістю приймати відповідальні рішення, якісно керувати персоналом, що в свою чергу принесе великі вигоди.

Список літератури

1. Трошенкова М. Практика использования технологий интернет-исследований / М. Трошенкова // "Интернет-маркетинг": журнал. – 2001. – № 4.
2. Чузунов А.В. Опыт проведения массовых онлайн-опросов (на примере США) [Електронний ресурс] / А.В. Чузунов. – Режим доступу до ресурсу: <http://club.fom.ru/entry.html?entry=1851>.
3. Исследования Gemius Traffic [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://gemius.ru/ru/products_traffic_about.
4. Comley P. The use of the Internet as a data collection method [Електронний ресурс] / P. Comley. – 1996. . – Режим доступу до ресурсу: <http://www.sga.co.uk/esomar.html>
5. Batinic B. How to make an internet based survey? [Електронний ресурс] / B. Batinic. – Режим доступу до ресурсу: http://194.77.76.10/index.htm/texte/how_to.htm.
6. Computer-Assisted Interviewing [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.rti.org/page.cfm?nav=516>.
7. Watt J.H. Using the Internet for Quantitative Survey Research [Електронний ресурс] / J.H. Watt. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.swiftpinteract.com/whitepapers/Watt/SLAarticle.html>.