Ақпаратты жинау үшін қандай әдістер қолданылады. Ақпаратты жинаудың негізгі әдістері. Сауалнама әдістері, артықшылықтары мен кемшіліктері

13.10.2021

Мәселелерді шешу үшін қажетті деректерді анықтау, ең алдымен, есептерді, ресми түрде бар ақпарат көздерін зерттеуден басталады. Зерттеу сызбалары, мәліметтерді жинау нысандары құрастырылады, қамту мерзімі, егжей-тегжейлі деңгейі және қамту деңгейі анықталады.

**Құжаттарды талдау.**Бұл зерттеудің бастапқы кезеңдері және ең рәсімделген. Ұйымда бар құжаттаманың барлық көлемі талданады, бұл нормативтік материалдар (лауазымдық нұсқаулықтар, [біліктілік талаптары](https://rock-nation.ru/kk/life-and-business/prisvoenie-kvalifikacii-specialistu-po-kadram-dolzhnostnaya-instrukciya.html)және жұмыс сызбаларына сәйкес нұсқаулар, бұйрықтар, [ресми өкілеттіктер](https://rock-nation.ru/kk/life-and-business/selin-roman-davidovich-kak-reidery-zahvatyvayut-biznes-i-kak.html)бұйрықтармен және нұсқаулармен бекітілген және т.б.), есеп беру материалдары, есеп беру көрсеткіштерінің құрылымы, жоспарлар жүйесі. Басқару аппаратының қызметкерлері басшылардың, клиенттердің, жоғары және тексеруші органдардың жеке сұраныстары бойынша әзірлейтін арнайы есептер, анықтамалар, таңдамалы статистикалық деректер қызығушылық тудыруы мүмкін. Құжаттарды талдау кезінде, мысалы, жабдық пен жұмысшылардың тоқтап қалуы, тоқтау және артық жұмыс уақытының себептері туралы, қосымша тексеруді қажет ететін бұрмаланған деректер болуы мүмкін. Көбінесе басқарудың ұйымдық схемасы (құрылымы) өкілеттіктер мен жауапкершіліктердің нақты бөлінуін көрсетпейді. Құжаттарды талдаумен қатар мәселе бойынша ақпарат жинаудың басқа да түрлерін жүргізген жөн.

Басқару проблемалары туралы ақпарат көбінесе ресімделмейтінін ескере отырып [есеп беру нысаны](https://rock-nation.ru/kk/ideas/sostav-buhgalterskoi-otchetnosti-dlya-nko-buhgalterskaya.html)және ақпарат жинау үшін статистикалық мәліметтер, социологиялық әдістер қолданылады.

негізінде басқару мәселелері бойынша ақпарат жинау ***социологиялық әдістер***ұйым персоналының қажеттіліктері мен мүдделері, адамдар мен топтар арасындағы қарым-қатынастың сипаты, мәдениет түрі, басқару стилі мен мінез-құлқы туралы ақпараттық базаны қалыптастыруға, ауытқулардың пайда болуындағы жекелеген қызметкерлер мен топтардың рөлін анықтауға мүмкіндік береді. жоспарланған мақсаттардан, тапсырмаларды орындауға қызығушылықты бағалау.

Осы мақсаттарда кеңінен қолданылады ***: сұхбат, сауалнама, бақылау және интроспекция.***Мұның бәрі қажетті ақпаратты береді, оның негізінде ұйым персоналының белгілі бір шешімдерге реакциясын, топтардың, жеке қызметкерлердің мінез-құлқын бақылау мүмкіндігін болжауға болады.

**бақылау. Е**бұл ресми түрде жазу қиын ақпаратты алу үшін қолданылатын әдіс. Бақылау зерттеуі зерттеушінің зерттеу орнында өзінің болуын немесе оқиғаларға қатысуын талап етеді. Мысалы, қызметкерлер жиналысына қатысу проблемаға қатысты топтық процестер мен мінез-құлықтарды көрсетеді. Әдетте жеке адамдар емес, топтар бақыланады. Бақылаулар нәтижесінде коммуникация процесі қалай жүзеге асатыны туралы ақпарат жиналады, т.б. ақпарат алмасу немесе «кім» «кіммен» тығыз қызметтік қарым-қатынаста болады, бұл қатынастардың сипаты қандай, формальды және бейресми топтар, көшбасшылар, олардың қарым-қатынастары ашылады.

Бақылау өте нәзік процесс. Көптеген адамдар бақылауда бола отырып, өздерін еркін сезінбейді, демек, мінез-құлық өзгереді, бұл алынған ақпараттың сенімділігін өзгертеді. Бақылауды бастаған кезде адамдарға жүргізіліп жатқан зерттеудің мақсаттарын түсіндіру, мақсат сын емес, мәселені шешу үшін ақпарат жинау екенін анық көрсету керек. Бақылаушы мен бақыланушы арасында пікір алмасуды орнату қажет, сонда олар өз қызметіне не әсер ететінін көрсете алады. Бақылау зерттеуге байланысты кез келген жұмыс барысында, мысалы, сұхбат немесе сауалнама кезінде жүргізіледі. Бақылау әдісі жеке емес, ақпаратты жинау процесінде қолданылады.

Бақылау нәтижелерін, мысалы, қызметкерлердің мінез-құлқын зерттеу кезінде келесі схема бойынша жіктеу керек: тәжірибе, жұмысқа қанағаттану деңгейі, жұмыс процесіндегі күшті және әлсіз жақтары, ерекше қызығушылықтар, мотивтер, көпшілдік, басқа қызметкерлермен қарым-қатынас. , ынтымақтастыққа ұмтылу, басқару стилі, шығармашылық ойлау дәрежесі, инновациялық қабілеттілік немесе жаңа идеяларды қабылдау.

**Сұхбат.**Бұл әдіс ақпаратты іздеу және жинау үшін ең әмбебап болып табылады. Сұхбаттың екі түрі бар: еркін және ресми.

Үшін *еркін сұхбат*зерттеушінің әңгіме бағытына әлсіз әсері тән, жетекші сұрақтарды анда-санда ғана қоюға болады. Ресми сұхбат жүргізу кезінде зерттеушінің рөлі белсенді болады, өйткені респонденттер арнайы қойылған сұрақтарға жауап береді. Ресми сұхбатпен салыстырғанда еркін сұхбаттың артықшылығы - сұхбат алушының өзі туралы ашық және сенімді ақпарат. Дегенмен, еркін сұхбат зерттеушіден көп уақыт пен күш-жігерді талап етеді,

зейіннің шоғырлануы, әңгімелесушіні реттей білу.

Тегін сұхбат жүргізу белгілі бір дайындықты қажет етеді. Әңгімелесу нәтиже фактілер болатындай етіп жүргізілуі керек, сондықтан әңгімені жоспарлау қажет. Әңгімелесу үшін белгілі бір объектілерді таңдау қажет. Әңгімелесудің тиімділігі көбінесе әңгімелесу схемасының қаншалықты дұрыс жасалғанына байланысты. Сарапшылар сұхбатты жоспарлау және өткізу кезінде ұстануға болатын негізгі ережелерді анықтайды. Олардың ішінде :

1. Әңгімелесуді жоспарлағанда қандай фактілерді және кімнен алу керектігін анықтау керек. Әңгімелесудің логикасы әрбір келесі ақпарат алдыңғысынан болатындай етіп ойластырылуы керек.

2. Әңгімелесудің жалпы жоспары сұхбат алушыға алдын ала хабарлануы керек (мысалы, 2-3 күн бұрын).

3. Орын және уақыт. Әңгімелесу орнын таңдау маңызды, өйткені адамдар әдетте өздерінің таныс ортасында өздерін еркін сезінеді. Жұмыс орнында оларда барлық қажетті ақпарат бар. Шуды, кедергілерді, келушілерді, қоңырауларды болдырмау маңызды. Әңгімелесу үшін сізге 2-3 сағат уақыт қажет, өйткені еркін сұхбат ұйымның өткеніндегі кейбір тарихи әңгімелерді, болашаққа көзқарастарды анықтауды қамтиды.

5. Әңгімелесуден кейін алынған ақпаратты жүйелеу, ең маңызды ақпаратты бөліп көрсету, түсініксіз, қарама-қайшы фактілер бойынша сұрақтар дайындау, алғашқы қорытындыларды жасау, мәселені шешудің алғашқы гипотезасын алға қою керек.

*ресми сұхбат*нақты қойылған сұрақтар бойынша әңгімеге негізделген. Сауалнама, еркін сұхбатпен салыстырғанда, көптеген қызметкерлерден шектеулі көлемдегі фактілерді алуға мүмкіндік береді. Әдетте, сауалнамалар қарапайым фактілерді жинауға ғана жарамды. Сауалнамаларды сұхбат алушыларға таратуға болады [түсіндірме жазба](https://rock-nation.ru/kk/services/poyasnitelnaya-zapiska-k-proektu-postanovleniya-pravitelstva-rossiiskoi.html)бұл жағдайда сауалнаманы респонденттер толтырады. Зерттеуші сауалнаманы өзі жүргізе алады, егер жағдай мүмкіндік берсе, жауаптарды сауалнамаға енгізеді. Ережені сақтау маңызды: *адамдар бұл сұрақтардың «неге», «неліктен» қойылып жатқанын, «кім» сұрап жатқанын, жауаптармен «не» болатынын, тағы «кім» сұралатынын білуі керек.*

**Сұрақ қою.**Ресми сұхбаттың ең кең тараған әдісі. Сұрақ қою жұмысшылар бір-бірінен айтарлықтай қашықтықта болған жағдайда көптеген адамдармен сұхбаттасу мүмкіндігін береді. Сұрақ қою күндізгі және сырттай, топтық және жеке болуы мүмкін. [Бұл әдіс](https://rock-nation.ru/kk/success-stories/metody-sbora-dannyh-i-informacii-razrabotka-informacionnogo-obespecheniya-dlya.html)Сауалнама негізінен келесі жағдайларда қолданылады:

1. Зерттелетін мәселе құжаттық ақпарат көздерімен жеткілікті қамтамасыз етілмеген немесе ақпарат бекітілуге ​​жатпайтын кезде.

2. Зерттеу объектісі немесе жеке сипаттамалар бақылау үшін қолжетімді болмаған кезде.

3. Басқа жолмен алынған мәліметтерді қайта тексеру үшін қосымша бақылау әдісі ретінде.

4. Зерттеу пәні жеке сананың элементі болған кезде: мотивтер, қызығушылықтар, мәдениет, қажеттіліктер.

Сауалнама әдісінің оң және теріс салдары бар. TO *оң нәтижелер*мыналарды қамтиды: ынталандыру [аналитикалық әрекеттер](https://rock-nation.ru/kk/contract/dopolnitelnaya-professionalnaya-programma-upravlenie-personalom.html)және респонденттің проблемаға қосылуына ықпал етеді; қоғамдық белсенділікті ынталандырады.

*Теріс жағы*сұрақ қою әдісі – ақпарат көзіне қарсы сыни жауаптарды қолдану қаупі. Бұл психологиялық күйзелісті, анонимділікке ұмтылуды тудырады және ашық сауалнаманың сенімділігін төмендетеді.

Сауалнамаға қойылатын негізгі талаптар:

Сауалнамалар қарапайым, қысқаша сұрақтары бар, мүмкіндігінше «ИӘ» және «ЖОҚ» сияқты жауаптарды пайдалану керек;

сұрақтар логикалық ретпен берілуі керек, әрі қарай өңдеуді жеңілдету үшін оларды топтаған жөн.

**Тестілеу.**Бұл сауалнаманы пайдалана отырып, ақпараттың терең жинағы. Тестілеу психодиагностикамен тығыз байланысты. Тест әдіс ретінде белгілі бір мәндер шкаласы бар стандартталған сұрақтар мен тапсырмаларға негізделген. Тесттер әдетте мыналарды зерттеуде қолданылады: интеллектуалдық қабілеттер, бағалау [кәсіптік оқыту](https://rock-nation.ru/kk/accounting/upravlenie-personalom-vo-i-dpo-programma-dopolnitelnogo-professionalnogo.html), үміткерлерді іріктеуде, кәсіптік бағдар беруде. Тест белгілі бір ықтималдық дәрежесімен сандық және сапалық бағалауды қолдана отырып, білім деңгейін, жеке қасиеттерін, дағдылары мен дағдыларын анықтауға мүмкіндік береді.

*Тестілеудің артықшылықтары*: тесттерді қолдану зерттеушінің субъективті көзқарасын болдырмайды; сынақтардың уақыты шектеулі, ақпаратты жылдам жинауға ықпал етеді; мақсаттылық.

*Тестілеудің кемшіліктері:*сынақ нәтижелері белгілі бір уақыт кезеңінде өзекті болып табылады және адамдардың мінез-құлқы жағдайға байланысты динамикалық түрде өзгереді; сынақтарды стандарттау зерттеу көлемін шектейді [жалпы көзқарас](https://rock-nation.ru/kk/subtleties/upravlenie-personalom-osnovnye-podhody-i-koncepcii-upravleniya-personalom.html), даралық зерттеу шеңберінен тыс қалады; тестілеуге айтарлықтай дайындық қажет, сонымен қатар зерттеушілердің жоғары құзыреттілігін талап ететін зерттеудің этикалық және моральдық аспектілері қажет.

АҚШ-та тестілеуді қолдану тәжірибесін талдай отырып, сарапшылар АҚШ-та тестілеу екіұшты түрде қабылданатынын атап өтті. Тестілеуді көбінесе кадр қызметтері пайдаланады. Заңнамаға сәйкес сынақтың «тазалығын» қамтамасыз ету қажет, яғни. егер жұмысшылар (немесе жұмысқа үміткерлер) белгілі бір мақсат үшін тексерілсе, нәтижелерді сол жұмысшыларға қарсы немесе қарсы пайдалану мүмкін емес. Фирманың көзқарасы бойынша критерий қарапайым: әрбір сынақ немесе сауалнама табыс әкелуі керек. Фирма персоналының жалпы білім деңгейін немесе кәсіби дайындығын бағалайтын тесттерге қатынасы біршама күрделі. Дегенмен, қызметкерлер қатысуға міндетті. Зерттеу жұмыстарын жүргізу кезінде [кадр қызметтері](https://rock-nation.ru/kk/accounting/novoe-v-formirovanii-i-vedenii-kadrovogo-rezerva-na.html)келесі міндеттерді қою: қызметкерлердің пікірлерімен және бағаларымен танысуға басшылықтың мүддесін білдіру; қызметкерлер өз ойын қорықпай айта алатындай жағдай жасау; компанияның ішкі байланыстарын жақсарту; проблемалық аймақтарды анықтау және қақтығыстарды шешуге бағытталған күш салу; ақпаратты жедел жаңарту және еңбек деректер базасын талдау; тиімділігін бағалау [корпоративтік саясат](https://rock-nation.ru/kk/success-stories/realizaciyu-politiki-korporativno-socialnoi-otnesennosti-vidy-politiki-kso.html); ынтымақтастық пен ынтымақтастық атмосферасын жақсартуға ықпал ету; еңбекті ұйымдастыру мен басқаруды жетілдіру бағыттарын анықтау; шешім қабылдауға қызметкерлерді қатыстыру [корпоративтік міндеттер](https://rock-nation.ru/kk/subtleties/v-kakom-godu-poyavilis-pervye-korporativnye-portaly-zadachi-i-opredelenie.html)және жауапкершілік сезімін сақтау [экономикалық нәтижелер](https://rock-nation.ru/kk/ideas/osobennosti-selskohozyaistvennogo-proizvodstva-i-analiza-hozyaistvennoi.html); бөлімшелерде инновациялық климат құру .

Америкалық компаниялар жылына кемінде үш сауалнама жүргізеді. Компания бойынша меншік иелерінің сауалнамасы пошта арқылы жүргізіледі. Жауаптар қатысушылардың 90%-нан келеді. Нәтижелер графиканы қолдану арқылы құрастырылады, көрнекілік қызметкерлер мен басшылықтың назарына жеткізіледі. Қызметкерлердің мұндай зерттеулерге деген көзқарасы негізінен оң:

Менеджерлердің 73% қолдайды

70% - кадр мамандары,

58% - өндіріс қызметкерлері.

**Сараптамалық бағалаулар**. TO [социологиялық әдістер](https://rock-nation.ru/kk/forex/metody-socialno-marketingovyh-issledovanii-sociologicheskie.html)зерттеулерге сараптамалық бағалаулар да кіреді. Мұндай бағалаулар қандай да бір мәселе туындаған кезде белгілі бір адамдардан (сарапшылардан) ақпарат алынатын әдістер тобын білдіреді. Сарапшылар – мәселеге тікелей қатысы бар адамдар. Ақпарат сарапшының біліктілік деңгейіне қарамастан субъективті болып табылады. Субъективтілікті азайту үшін сарапшылар тобы қолданылады. Әдетте, сараптамалық бағалау жағдайды басқа әдістермен зерттеу мүмкін болмаған жағдайда қолданылады. Сараптамалық құзыреттілік деңгейін бағалау үшін келесі критерийлер қолданылады:

қызмет профилі мен талданатын аймақ арасындағы байланыс;

сарапшылардың көпшілігімен пікірдің келісу дәрежесі;

біліктілік деңгейін бағалау, тестілік бақылау нәтижелері;

сарапшы ретіндегі тәжірибесі, хабардарлық дәрежесі.

*Сараптаманы ұйымдастыру.*Сараптама жүргізіледі В бірнеше кезең. Алдын ала кезеңде жұмыс тобы құрылады, зерттеу мақсаттары қойылады, сараптама әдісі таңдалады, сарапшылар тобы құрылады. Қосымша зерттеулер келесі реттілікке ие:

*1-кезең*: материалдарды зерделеу, жеке және бірлескен талқылау.

*2-кезең*: сараптамалық бағалауды қалыптастыру;

*3 кезең:*сарапшылардың біліктілігін зерделеу, сарапшылардың сенімділігін бағалау.

*4-кезең*: сараптамалық қорытындыларды жалпылау, сараптамалық қорытындылардың сәйкестігін талдау, сараптаманың сенімділігін бағалау.

Экономикалық кибернетика сараптамалық сауалнама жүргізудің бірнеше әдістерін ұсынады. Әдістердің бірі – тізбекті салыстыру әдісі. Біріншіден, сарапшы ұсынылған шкала бойынша алдын ала бағалауды тағайындайды, содан кейін нәтижелердің әртүрлі комбинацияларына қатысты белгілі бір сұрақтар қойылады және олардың негізінде бастапқы бағалаулар түзетіледі.

Көбінесе келесі әдістер қолданылады: артықшылық, дәреже, жартылай және толық жұптық сәйкестік. Бұл әдістер ұжымдық сараптамалық бағалауды әзірлеу мақсатында мамандардың ұстанымдарын үйлестіруге бағытталған.

Мониторинг кезеңдерінің бірі мәліметтерді жинау кезеңі болып табылады. Бұл кезеңде ақпарат жиналады. Жиналған ақпарат қағаз түрінде де, түрінде де болуы мүмкін [электрондық нысаны](https://rock-nation.ru/kk/forex/ob-utverzhdenii-pravil-perevoda-v-elektronnuyu-formu-knig-gosudarstvennoi.html). Жиналатын ақпарат көлемі мониторингтің көлемі мен мақсаттарына байланысты.

Бақылау кезінде пайдаланыңыз [әртүрлі жолдар](https://rock-nation.ru/kk/foreign/kak-sdelat-vizitku-s-pomoshchyu-ms-word-kak-v-microsoft-word-sdelat-vizitku.html)ақпаратты жинау және өңдеу. Мониторинг жүйесін жасау процесінде ақпарат жинаудың сол немесе басқа әдістерінің артықшылықтары мен кемшіліктерін, оның мониторингтің мақсаттары мен міндеттеріне қатысты қолдану аясын білу қажет.

Сауалнама әдісі. Сауалнама – респонденттерден ақпарат жинау құралы ретінде арнайы әзірленген сұрақтар тізбесі бар сауалнама пайдаланылатын мәліметтер жинау әдісі. Сонымен, сауалнама – сауалнаманы қолданатын сауалнама.

Сауалнаманың ерекшелігі жоспарланған зерттеу жоспарын барынша қатаң орындау мүмкіндігі болып табылады, өйткені «Сұрақ-жауап» процедурасы қатаң түрде реттеледі. Бұл әдіс ең аз шығынмен жаппай зерттеудің жоғары деңгейіне қол жеткізуге мүмкіндік береді, анонимдік қасиетке ие және кез келген мәселе бойынша адамдардың көпшілігінің пікірін білу қажет болғанда қолданылады. [қысқа мерзімді](https://rock-nation.ru/kk/ideas/kak-naiti-rabotu-mechty-samye-neobychnye-vakansii-v-mire-kak-v.html). Төменде классификация берілген [әртүрлі әдістер](https://rock-nation.ru/kk/forex/osnovnye-napravleniya-i-podhody-strategicheskogo-analiza-sovremennyi.html)сұрақ қою.

Сауалнама әдістерінің классификациясы:

Респонденттердің саны бойынша:

* - жеке – бұл бір ғана респондент қатысатын сауалнама;
* - топтық – бұл бірнеше респондент қатысатын сауалнама;
* - бұқаралық – бұл жүзден астам респондент қатысатын сауалнама.

Қамту тұрғысынан:

* - үздіксіз – бұл іріктеудің барлық мүшелері сұралатын сауалнама.
* - селективті – бұл сауалнамада барлығы емес, тек таңдаулы респонденттер ғана сұралады.

Респонденттермен байланыс түрі бойынша:

* - күндізгі – бұл сауалнама-зерттеуші бар сауалнама;
* - Корреспонденция - бұл сауалнама-зерттеуші жоқ сауалнама.

Сауалнамадағы сұрақтарды құрастыру ережелері:

* - әрбір сұрақ логикалық және бөлек болуы керек;
* - нақты терминдерді қолдану қажет емес;
* - сұрақтар қысқа болуы керек;
* - сұрақтар нақты болуы керек;
* - сұрақтарда тұспал болмауы керек;
* - сұрақтың тұжырымы шаблондық жауаптарға жол бермеуі керек;
* - Шабыттандырушы сипаттағы сұрақтар қабылданбайды.

Сұрақтардың жіктелуі (шешілетін міндеттерге сәйкес):

* - ашық немесе жабық;
* - субъективті немесе проекциялық.

Жабық сұрақтар тізімнен жауапты таңдауды қамтиды. Жабық сұрақтар дихотомиялық («иә/жоқ») немесе бірнеше таңдау болуы мүмкін, яғни екіден көп жауап береді. Жабық сұрақтарға жауаптарды өңдеу оңай; Сұрақтардың бұл түрінің кемшілігі ойсыз жауаптардың жоғары ықтималдығы, олардың кездейсоқ таңдауы, респонденттің автоматизмі деп санауға болады.

[Ашық сұрақтар](https://rock-nation.ru/kk/ideas/hochu-otkryt-pivnushku-s-chego-nachat-kak-otkryt-pivnoi-bar-s-nulya-biznes-plan-s.html)дайын жауаптар жоқ, ал респондент еркін түрде жауап береді. Мұндай сұрақтарға жауаптардан алынған деректерді өңдеу жабық сұрақтарға қарағанда қиынырақ.

Субъективті сұрақтар респондентке оның бір нәрсеге қатынасы немесе белгілі бір жағдайдағы мінез-құлқы туралы сұрайды. [Проективті сұрақтар](https://rock-nation.ru/kk/manufacturing/motiviruyushchie-voprosy-voprosy-kotorye-stoit-zadavat-na.html)респондентті көрсетпей үшінші адам туралы сұраңыз.

сұхбат әдісі. Әңгімелесу – алдын ала белгіленген жоспар бойынша респондент пен сұхбат жүргізетін адам арасында әңгіме жүргізуден тұратын мәліметтерді жинау әдісі. Әңгімелесудің ерекшелігі әңгімелесушілердің қатаң ұйымдастырылуы мен функцияларының тең еместігі болып табылады: интервьюер респондентке белсенді диалог жүргізбей, жеке пікірін білдірмей, респонденттің жауаптарына немесе қойылған сұрақтарға өзінің бағасын ашық көрсетпей-ақ сұрақ қояды. ол.

Сұхбаттың мақсаты респонденттен ақпарат жинау мақсаттарына сәйкес тұжырымдалған сұрақтарға жауап алу болып табылады.

Сұхбаттың түрлері:

Ресімдеу дәрежесі бойынша:

* - стандартталған немесе формальды сұхбат: мұндай сұхбатта сұрақтардың тұжырымы және олардың қойылу реті алдын ала белгіленеді;
* - стандартталмаған немесе еркін сұхбат: мұндай сұхбатта интервьюер жағдай бойынша сұрақтар қоя отырып, зерттеу мақсатына сәйкес тұжырымдалған жалпы жоспарды ғана ұстанады; икемділігінің арқасында стандартталған сұхбатпен салыстырғанда респондентпен жақсы байланысқа әкеледі;
* - жартылай стандартталған немесе бағдарланған сұхбат: сұхбаттың бұл түрін жүргізу кезінде интервьюер қатаң қажетті және мүмкін болатын сұрақтардың тізімін басшылыққа алады.

Зерттеу кезеңі бойынша:

* - алдын ала сұхбат – сұхбаттың бұл түрі алдын ала (негізгі емес) ақпаратты жинау кезеңінде қолданылады;
* - негізгі сұхбат – сұхбаттың бұл түрі негізгі ақпаратты жинау кезеңінде қолданылады;
* - бақылау сұхбаты – сұхбаттың бұл түрі даулы деректерді тексеру кезінде, сонымен қатар жиналған деректер банкін толықтыру үшін қолданылады.

Қатысушылар саны бойынша:

* - жеке сұхбат – сұхбат алушы мен респондент қана қатысатын сұхбат;
* - топтық сұхбат – бірнеше респондент қатысатын сұхбат;
* - жаппай сұхбат – жүзден астам респондент қатысатын сұхбат.

Фокус-топ әдісі. Фокус-топ – арнайы критерийлер бойынша іріктеліп алынған адамдардың шағын тобын фасилитатор алдын ала жасалған сценарий бойынша мәселені талқылап жатқан кезде жиналысқа шақырудан тұратын ақпаратты жинау және талдау әдісі.

Фокус-топтың ерекшеліктері. Талқылау барысында фасилитатор қатысушылардың назарын зерттеушілерді қызықтыратын мәселелерге аударады, олардан берілген тақырыптар бойынша терең ақпарат алу үшін. Топ мүшелерінің оңтайлы саны - 810 адам, бірақ кез келген жағдайда олар 6 адамнан кем немесе 12 адамнан аспауы керек. Әйтпесе, сенімді ақпаратты алу қиынға соғады: бірінші жағдайда, қатысушылардың болмауына байланысты, екіншісінде, фокус-топ кезінде барлық қатысушылардың сөйлеуге уақыты бола бермейді.

Фокус-топтық әдістің тиімділігі топтық пікірталас жағдайында жасалған әсерде. Жеке сұхбат жүргізу кезінде интервьюер мен сұхбат алушы арасында нақты айырмашылық бар, бұл алынған ақпараттың сапасы мен тереңдігіне үлкен әсер етуі мүмкін. Топтық пікірталас кезінде сұхбат алушы өз түрімен қарым-қатынас жағдайында болады. Мұндай топта қорғаныш психологиялық кедергілерді жою оңай, эмоционалдық реакциялардың көрінісі жеңілдетіледі және барлық қатысушыларға түсінікті мәселелерді бірлесіп талқылау тілі тезірек дамиды.

Топтық пікірталастың негізгі әсері – зерттелетін мәселе бойынша әртүрлі көзқарастарды жинақтау және адамдардың өз пікірлерінен өзгеше пікірлерге қатынасын бағалау мүмкіндігі. Талқылау алдында қатысушылар жарнамалық роликтерді, журналистік бағдарламалардың үзінділерін, газет мақалаларын, парақшалар мен билбордтардың макеттерін көре алады. [сыртқы жарнама](https://rock-nation.ru/kk/foreign/dolzhnostnaya-instrukciya-montazhnika-naruzhnoi-reklamy-obrazec.html)т.б., ал топтық талқылау барысында – көргені туралы өз көзқарасын, пікірін білдіру.

бақылау әдісі. Бақылау - зерттелетін объектінің немесе құбылыстың мінез-құлқын мақсатты және ұйымдасқан қабылдау мен тіркеуден тұратын ақпарат жинау әдісі. Бақылау ақпарат жинаудың ең көне әдісі болып саналады. Ол бақылау объектісіне араласу қажет емес немесе мүмкін болмаған жағдайда қолданылады. Бұл әдіс не болып жатқанының толық бейнесін алу қажет болған кезде өте қажет.

Бақылау әдісінің негізгі ерекшеліктері:

* - бақылаушы мен бақыланатын объектінің тікелей байланысы;
* - бақылаудың жартылай болуы (эмоционалды бояу);
* - қайталап бақылаудың күрделілігі (кейде – мүмкін еместігі).

Бақылау объектісі тек объективті түрде тіркелетін нәрсе болуы мүмкін.

Бақылау келесідей болуы мүмкін:

* - сыртқы және ішкі;
* - енгізілген және қосылмаған;
* - тікелей және жанама;
* - далалық және зертханалық.

Бақылаулардың әрбір класын толығырақ қарастырайық.

Сырттай бақылау – зерттеуші зерттелетін объектіден толық бөлінген бақылау. Ішкі бақылау – бақылаушы зерттелетін объектіден бөлінбейтін бақылау түрі.

Қатысушы бақылау – зерттеуші өзі бақылайтын адамдар тобының мүшесі болатын бақылау. Қатыспайтын бақылау – зерттеуші бақыланатын адамдар тобының мүшесі болмаған бақылау.

Тікелей бақылау – оқиғаларды (объектілерді) бақылау кезінде зерттеуші қатысатын бақылау. Жанама бақылау – зерттеушінің «инкогнито» қатысуы және зерттелетін оқиғаны (объектіні) бақылайтын бақылау.

Далалық бақылау – бақыланатын объектінің өмір сүруіне табиғи жағдайларда жүргізілетін бақылау. Зертханалық бақылау – зертханаларда жүргізілетін бақылау.

Жүйелі бақылауға сәйкес:

* - жүйелі емес – байқалатын кезеңділіксіз жүргізілетін бақылау;
* - жүйелі – белгілі бір уақыт аралығында жүргізілетін бақылау.

Жүйелік емес бақылауды қолданудың нәтижесі белгілі бір жағдайларда зерттелетін объектінің мінез-құлқының жалпыланған бейнесін алу болып табылады. Жүйелі бақылаудың нәтижесі зерттелетін объектінің мінез-құлқын тіркеу, сондай-ақ жағдайларды классификациялау болып табылады. [сыртқы орта](https://rock-nation.ru/kk/agriculture/osnovnye-problemy-i-celi-predpriyatiya-teoreticheskie-osnovy-vnutrennei-i.html). Бақылаудың бұл түрі бақылау жоспарының болуымен сипатталады.

Тұрақты бақылау объектілері бойынша мыналар бөлінеді:

* - үздіксіз – бұл зерттелетін объектінің мінез-құлқының барлық белгілері жазылатын бақылау;
* - селективті - бұл мінез-құлықтың белгілі бір түрлері немесе параметрлері ғана жазылатын бақылау.

Бақылау формасы:

* - саналы;
* - санасыз ішкі;
* - бейсаналық сыртқы;
* - қоршаған ортаны бақылау.

Саналы бақылауда бақыланатын адам өзінің бақыланып жатқанын біледі. Мұндай бақылау әдетте зерттеудің (бақылаудың) міндетін немесе мақсатын білетін зерттеуші мен бақылау субъектісі арасындағы байланыста жүзеге асырылады.

Бейсаналық ішкі бақылау кезінде бақыланатын субъектілер өздерінің бақыланып жатқанын білмейді, ал зерттеуші-бақылаушы бақылау жүйесінің ішінде болады, оның бір бөлігіне айналады. Бақылаушы бақыланатын субъектілермен байланыста болады, бірақ олар оның бақылаушы рөлін білмейді.

Бейсаналық сыртқы бақылау кезінде бақыланатын субъектілер олардың бақыланып жатқанын білмейді, ал зерттеуші бақылау объектісімен тікелей байланысқа түспей өз бақылауларын жүргізеді.

Қоршаған ортаны қадағалау. Бақылаудың бұл түрінде зерттеуші оның мінез-құлқына әсер ететін бақыланатын қоршаған орта жағдайларын зерттейді. Ол сыртқы факторлардың жеке адамның немесе жеке адамдар тобының іс-әрекетін қалай анықтайтыны туралы қорытынды жасауға тырысады.

Құжаттарды талдау әдісі. Құжаттарды талдау - құжаттық немесе электрондық көздерден зерттелетін объект туралы ақпаратты алу үшін қажетті әдістемелік әдістер мен процедураларды қолданумен сипатталатын ақпаратты жинау әдісі. Құжаттарды дәстүрлі талдау - зерттелетін объект туралы ақпаратты ашуға бағытталған белгілі бір логикалық конструкциялардың жиынтығы.

Көп жағдайда құжаттардағы қызығушылық тудыратын ақпарат оларда жасырын түрде болады және бұл әрқашан талдаудың мүдделері мен мақсаттарымен сәйкес келе бермейді. Дәстүрлі талдау құжаттағы ақпараттың бастапқы түрін зерттеушіні қызықтыратын ақпарат түріне түрлендіруге мүмкіндік береді.

Бұл ретте құжаттың авторы кім екенін, бұл құжат қандай мақсатта және қандай әлеуметтік контексте жасалғанын, құжатта көрсетілген фактілердің зерттеліп отырған шындыққа арақатынасы қандай екенін, бұл құжаттың қалай жасалғанын анықтау қажет. көзқарастары, бағалары, автордың әлеуметтік және саяси қалауы, оның мәртебесі мен ұстанымы. Осы сұрақтарға жауап іздей отырып, зерттеуші құжаттың терең мағынасына енуге, оның мазмұнын білуге ​​және осы нәтижені осы нақты зерттеуге қолдануға мүмкіндік алады.

Тиімділікті арттыру үшін [персоналды жоспарлау](https://rock-nation.ru/kk/accounting/planirovanie-kadrovogo-rezerva-planirovanie-i-organizaciya.html)персоналға деген қажеттіліктің өзгеруін де, қызметкерлердің өнімділігін де үнемі бақылау қажет. Мониторингтің негізгі міндеті - қандай да бір себептермен қолданыстағы немесе жоспарланған талаптарға сәйкес келмейтін қызметкерлердің проблемалық топтарын анықтау, бұл персоналды жоспарлау мәселелерін неғұрлым «мақсатты» түрде шешуге мүмкіндік береді.

Кадрлық мониторинг шеңберінде ең алдымен қарастырылатын мәселелерге мыналар жатады:

* - формальды көрсеткіштердің өзгеруін бақылау (жасы, еңбек өтілі, кейін өткен уақыт). [медициналық тексеру](https://rock-nation.ru/kk/equipment/medicinskoe-obsledovanie-pri-trudoustroistve-prohozhdenie.html), оқыту және т.б.);
* - жұмыстың тиімділігін бағалау көрсеткіштерін бақылау (өнім көлемі, жасалған келісім-шарттардың көлемі, жобаны аяқтау мерзімдері, шағымдар саны және т.б.);
* - қызметкердің нақты профилін және атқаратын лауазымын көрсететін көрсеткіштерді бақылау;
* - қазіргі уақытта кадрлық мәселелердің көпшілігін шешуде ерекше ескерілетін персоналдың сапалық құрамының жасына байланысты өзгерістерінің болжамы.

Осылайша, бақыланатын параметрлердің тізбесі, әсіресе сертификаттау жүргізілетіні кәсіпорынның жергілікті нормативтік құжаттарында бекітілгені маңызды. Бір жағынан, оларды қызметкерлердің назарына жеткізу персонал жұмысының тиімділігін арттырудың қуатты баламалы механизмі болып табылады, ал екінші жағынан, осы ережелерді ресімдеу автоматтандырылған жұмысты қамтамасыз ететін мониторингтің заманауи бағдарламалық құралдарын пайдалануға мүмкіндік береді. бақылау міндеттерін шешу.

персоналдың ақпараттық мотивациясын бақылау

**1. Ақпарат жинағы**

**.1 Ақпарат жинағы**

Ұзақ уақыт бойы адамдар үнемі ақпарат жинау қажет екенін түсінді. Бұл коллекцияны қандай да бір түрде жеңілдету және жеңілдету үшін ол ойлап табылды:

анықтамалықтар;

анықтамалықтар;

· арнайы басылымдар;

реферат журналдары;

· шолулар мен тақырыптық монографиялар;

мәжілістердің стенограммалары мен хаттамалары;

қорытындылар.

20 ғасырдың екінші жартысына дейін өмір сүрген адамдар үшін бұл көздерден алынған ақпарат жеткілікті болды. Жағдай 1960 жылдардан бастап өзгере бастады. Қоғамның жаһандануының және ақпаратты жеткізудің жаңа құралдарының пайда болуының арқасында, ақпаратты жеткізудің дәстүрлі де, жаңа құралдары да толық емес (ең нашар жағдайда, біржақты) ақпаратты немесе ескірген ақпаратты береді, кез келген хабарлама қажетсіз (кейде тіпті қарама-қайшы) ақпарат, сондықтан техника жетілдірілуде.ақпаратты таңдау, сұрыптау, талдау және ұсыну.

**1.2 Ақпаратты жинау және деректерді өңдеу**

Ақпарат жинау технологиясы [дәстүрлі әдістер](https://rock-nation.ru/kk/manufacturing/kak-dobyvayut-izvest-vse-o-gornoi-porode-izvestnyak-dobycha.html)басына қарай дамып, біліммен тығыз байланысты болды. Ол ұжымдық және жеке құрамды қамтиды.

Ақпаратты жинаудың ұжымдық құрамдас бөлігі келесідей:

· Дәрістерге, шеберлік сабақтарына, симпозиумдарға және конференцияларға қатысу;

· Семинарларда, тренингтерде, іскерлік қарым-қатынаста жұмыс (сыныпта да, жеке қарым-қатынаста да).

· Корреспонденция (почталық және электронды, E-mail арқылы), телефонмен сөйлесу, чат бөлмелеріндегі байланыс, бейнеконференциялар және т.б.

· Маңызды ақпаратты тасымалдаушы мамандарға, мамандандырылған фирмаларға, агенттіктерге бару (жеке немесе курьер арқылы).

Ұжымдық ақпарат алмасудың маңыздылығын асыра бағалау мүмкін емес. Дәл осы коммуникацияда қатысушылар өз үлесін арттырады [кәсіби деңгей](https://rock-nation.ru/kk/contract/kvalifikacionnye-urovni-professionalnyh-kvalifikacionnyh-grupp-rabochih.html)(тіпті нөлден бастап), қажетті жұмыс дағдыларын меңгеру, әлеуметтік шеңбер құру, достар мен пікірлестер табу. Бірақ ақпарат алмасудың бұл әдісінің кемшіліктері бар:

· Байланыстардың шектеулі шеңбері;

· Адамдарды бір жерге жинаудағы қиындықтар (қаржылық, уақытша, ұйымдастырушылық);

· [Психологиялық ерекшеліктері](https://rock-nation.ru/kk/accounting/chto-yavlyaetsya-obektom-psihologii-upravleniya-obekt-predmet-celi.html)тұлғалар.

· Соның нәтижесінде жеке, өздігінен ақпарат жинауға көп көңіл бөлінді және берілуде.

Ақпарат жинаудың бұл әдістеріне мыналар жатады:

· Кітапханадағы арнайы әдебиеттерді оқу (конспектімен).

· Көтерілген тақырыптар мен мәселелердің өзектілігі үшін дәстүрлі БАҚ, теле және радио бағдарламаларын қарау.

· Мақалаларды, монографияларды және басқа да бастапқы дереккөздерді оқу.

· Берілген тақырып бойынша мақалаларды референтті журналдардан, бастапқы дереккөздер тізімінен және т.б. іздеу.

· Каталогтардан әдебиеттерді іздеу (кітапхана, онлайн және т.б.).

· Интернеттегі ақпараттар жинағы.

Бұл ақпаратты жинауға, сондай-ақ жеке сапарлар мен хат алмасуға арналған жеке тәсіл, яғни қазіргі уақытта деректерді өндіру деп аталады (Data - деректер және Тау-кен - кеніште кен өндіру деген сөздерден). Принцип [деректерді өндіру](https://rock-nation.ru/kk/agriculture/klasternyi-analiz-obektov-primery-zadachi-klasterizacii-v-data.html)- осы тақырып бойынша мүмкіндігінше көбірек ақпарат жинау, кейін талдау нәтижесінде пайдалы ақпарат алу және қажетті материалды дайындау.

**1.3 Офлайн ақпаратты жинау ережелері**

Ақпаратты жинауға кіріспес бұрын, осы жинақтың мақсаттарын анықтау қажет. Ереже: «ол жаққа бар, қайда, әкел, не екенін білмеймін» - өмірде де, деректерді өңдеуде де жұмыс істемейді. Әдетте ақпарат адамның кәсіби немесе жеке мүдделеріне қатысты қандай да бір мақсат үшін ізделеді. Сондықтан жинаудың бірінші қадамы мақсаттарды анықтау болып табылады.

Ақпарат жинаудың екінші, кем емес маңызды кезеңі - шамамен жұмыс жоспарын дайындау. Жоспарлауға әуесқойлықпен қарайтындардың үлкен қателіктері:

бастапқы кезеңдердегі жоспарды терең детальдау;

Тым бос жоспар

Жоспардан асыра күту.

Жоғарыда айтылғандай, мұндай жоспар сәтсіздікке ұшырайды. Сонда адам азғырылады: «Кел, бұл жоспарлар. Қолымнан келгенін істеймін» деп, нәтижесінде жеңіліске ұшырайды. Сондықтан, бір жоспар орындалмай қалған жағдайда, бұрын жіберілген қателерді ескере отырып, оны екіншісімен ауыстыру керек.

Сөз, сөз, жұмыс жазу үшін де жоспар керек. Сіз әрқашан не айтқыңыз келетінін елестетуіңіз керек және сіз материалды дәл осы «не» үшін жинайсыз.

**1.4. Ақпаратты жинау және сақтау технологиялары**

Ақпаратты жинау ең тексерілген бастапқы ақпаратты алуды қамтиды және ақпаратпен жұмыс істеудің маңызды кезеңдерінің бірі болып табылады, өйткені бүкіл ақпараттық жүйенің соңғы нәтижесі толығымен жинау мақсатына және кейінгі өңдеу әдістеріне байланысты.

Жинау технологиясы ақпаратты жинаудың белгілі бір әдістерін және ақпараттың түріне және оны жинау үшін қолданылатын әдістерге байланысты таңдалған техникалық құралдарды қолдануды білдіреді. Ақпаратты деректерге түрлендіру кезінде жинаудың соңғы сатысында, яғни. жүйеге компьютерлік өңдеуге жарамды формалды түрде ұсынылған ақпарат енгізіледі.

Ақпаратты жинау аяқталғаннан кейін жиналған деректер басқару объектісінің қызметінде әртүрлі тапсырмаларды орындау үшін қажетті ақпараттық қорды құру, сақтау және жаңартып отыру үшін жүйеге біріктіріледі. Сақталған деректер пайдаланушының сұрауы бойынша сақтау орнынан алу, көрсету, беру немесе өңдеу үшін жеткілікті қолжетімді болуы керек екенін атап өткен жөн. Ал мәліметтерді жинау деректерді таңдау, олардың қажеттілігін бағалау, сондай-ақ бар деректерді талдау және оларды кіріс, аралық және шығыс деп бөлу арқылы қол жеткізуге болатын сақталған ақпараттың қажетті толықтығын және ең аз артықтығын қамтамасыз етуі керек.

Кіріс деректері – пәндік аймақтың бастапқы сипаттамасын жасайтын және сақтауға жататын бастапқы ақпараттан алынған деректер.

Аралық деректер түрлендіру және өңдеу процесінде басқа деректерден қалыптасады және, әдетте, ұзақ мерзімді сақтауға жатпайды.

Шығарылатын мәліметтер сәйкес алгоритм бойынша кіріс мәліметтерін өңдеудің нәтижесі; олар басқару шешімдерін қабылдау үшін негіз болады және белгілі бір мерзімге сақтауға жатады.

Мәліметтерді жинау үшін ең алдымен жинауды жылдам және сапалы жүргізуге мүмкіндік беретін және мәліметтерді енгізу мен электронды түрде жіберуді қолдайтын техникалық құралдарды анықтау қажет. Жинау құралы ретінде [ақпараттық жүйелер](https://rock-nation.ru/kk/subtleties/dolzhnostnaya-instrukciya-specialista-po-obespecheniyu.html)әдетте электрондық емес нысанда ұсынылған ақпаратты кейіннен жүйеде пайдалану үшін электрондық түрге түрлендіруге қызмет ететін құрылғылар мен оларға арналған бағдарламалық қамтамасыз ету жиынтығы болып табылатын агрегаттар болады.

Есептеуіш техниканың дамуымен ақпаратты тікелей оның көзінен немесе аралық сілтемелер арқылы қолмен немесе автоматтандырылған жинауға мүмкіндік беретін әртүрлі техникалық құралдар пайда бола бастады. Айта кету керек, әрбір жеке жағдайда техникалық құралдар жиналған ақпарат түріне және оның мақсатына байланысты таңдалады.

Сонымен, мәтіндік және графикалық ақпаратты жинаудың әртүрлі кезеңдері үшін, сондай-ақ жүйе ұсынатын опциялардан таңдау үшін пернетақта, әртүрлі манипуляторлар («тінтуір», шарикті джойстик, жеңіл қалам және т.б.), сканер , планшет, сенсорлық экран мониторы. Дыбыс ақпаратын жинау үшін көбінесе дауыс жазу құрылғысы мен микрофон қолданылады, кейбір жағдайларда дыбыс сенсорлары мен сөйлеуді тану жабдықтары, сондай-ақ радиостанциялардың ауасын жазу құралдары қолданылады.

Бейнеақпаратты жинау бейнекамералар мен камералардың көмегімен жүзеге асырылады; бұдан басқа, телехабар тарату бейне сигналдарын жазуға мүмкіндік беретін қондырғылар бар.

**1.5 Ақпаратты жинаудың техникалық құралдары**

Сурет 1. Ақпаратты жинаудың техникалық құралдары

Өнеркәсіптік жүйелерде қолданбалы түріне қарай штрих-кодты сканерлеуге, суретке түсіруге арналған аппараттық құралдар, дыбыс деңгейін, қысымды, температураны, ылғалдылықты автоматты датчиктер, сигналдар мен кодтарды тану жүйелері және т.б.

Жалпы алғанда, ақпаратты жинаудың мұндай өнеркәсіптік құралдарын пайдалану автоматты сәйкестендіру технологиясы деп аталады, т.б. пернетақтаны пайдаланбай микропроцессорлық құрылғыға (компьютер немесе бағдарламаланатын контроллер) деректерді сәйкестендіру және/немесе тікелей жинау. Бұл технология деректерді жинаумен байланысты қателерді жою және жинау процесін жылдамдату үшін қолданылады; ол объектілерді анықтауға ғана емес, сонымен қатар оларды қадағалауға, ақпараттың үлкен көлемін кодтауға мүмкіндік береді.

Автоматты сәйкестендіру әртүрлі деректерді жинау мәселесін шешуді қамтамасыз ететін технологиялардың бес тобын біріктіреді:

Штрих-кодтау технологиялары (Bar Code Technologies).

2. Radio Frequency Identification Technologies (RFID - Radio Frequency Identification Technologies).

3. Карточкалық технологиялар (Card Technologies).

Деректерді жинау технологиялары (Data Communications Technologies).

Дауысты тану, оптикалық және магниттік мәтінді тану, биометриялық технологиялар және басқалары сияқты жаңа технологиялар.

Деректерді жинау технологиясын бастапқы әзірлеу кезінде техникалық құралдарды таңдағаннан кейін әдетте бірнеше кезеңдерді қамтитын деректерді жинау жоспарын қарастыру қажет, әсіресе ғылыми жобаларға тән:

Проблемалық жағдайды анықтау және мәліметтерді жинау мақсатын тұжырымдау;

Сарапшыларға сауалнама жүргізу, әдебиеттерді шолу және топтық талқылау және мәліметтер жинау мақсаттарын нақтылау арқылы пәндік саланы егжей-тегжейлі зерттеу;

Гипотезаларды құру, оларды практикалық тексеру, себеп-салдарлық байланыстарды анықтау негізінде мәліметтер жинау тұжырымдамасын жасау;

Деректерді жинауды егжей-тегжейлі жоспарлау, ақпарат көздерін анықтау (жобаға дейін біреу жинаған қосымша деректер немесе бастапқы, жаңа деректер);

Ақпарат көздерін таңдау және қосымша мәліметтерді жинау;

Алынған қайталама мәліметтерді бағалау (сәйкестігі, дәлдігі, толықтығы, әрі қарай өңдеуге жарамдылығы);

Алғашқы мәліметтерді жинауды жоспарлау, жинау әдісін таңдау;

Алғашқы ақпаратты жинауды және енгізуді жүзеге асыру;

Алынған мәліметтерді талдау;

Мәліметтерді жинау нәтижелерін ұсыну, оларды сақтауға және өңдеуге беру.

Мақсаттарға, қызмет саласына және қолда бар техникалық құралдарға байланысты деректерді жинау әдістерінің тұтас кешенін бөлуге болады:

) экономикалық ақпараттық жүйелерде (мысалы, маркетинг):

Сауалнама және әңгімелесу – топтық, жеке немесе телефон арқылы сауалнама, сауалнама түріндегі сауалнама, ресімделген және ресімделмеген сұхбат;

Тіркеу (бақылау) – объектінің немесе субъектінің мінез-құлқын жүйелі, жүйелі түрде зерттеу;

Панель – белгілі бір уақыт аралығында респонденттердің бір тобынан мәліметтерді қайталап жинау;

Сараптамалық бағалау – білікті сарапшылардың зерттелетін процестерді бағалауы;

) геоақпараттық жүйелерде:

Нормативтік-әдістемелік құжаттамадан ақпарат жинау;

Кеңістіктік (координаталық және атрибуттық) мәліметтерді жинау;

Операциялық және кешіктірілген режимде зерттеу ұшақтары мен теңіз кемелерінен, жағалау станциялары мен қалқымалардан келетін деректер ағындарын бақылау;

Деректерге қашықтан қол жеткізу арналары арқылы келетін деректерді жинау;

) статистикалық ақпараттық жүйелерде:

Бастапқы құжаттардан мәліметтер жинау;

Деректерді жинау кезінде өзіңіздің пішіндеріңіз бен шаблондарыңызды толтыру;

Белгіленген есеп беру нысандарын толтыру арқылы есеп беруші тұлғалардан мәліметтер жинау;

) өндірістік процестерді басқарудың ақпараттық жүйелерінде автоматты сәйкестендіру технологиясына негізделген мәліметтерді жинау әдістері кеңінен қолданылады.

Электрондық түрге аударылған жинақталған ақпарат кез келген заманауи ұйымның негізгі құндылықтарының бірі болып табылады, сондықтан сенімді сақтауды және оны одан әрі өңдеу үшін ақпаратқа жедел қол жеткізуді қамтамасыз ету бірінші кезектегі міндеттер болып табылады. Ақпаратты сақтау процедурасы компьютер жадындағы мәліметтерді сақтау құрылымын қалыптастыру мен қолдаудан тұрады.

Заманауи ақпараттық технологиялардың дамуының жоғары деңгейіне қарамастан, қазіргі уақытта көптеген ұйымдар үшін қолайлы деректерді сақтау жүйесін құрудың әмбебап әдістемесі жоқ. Әрбір жеке жағдайда мұндай мәселе жеке шешіледі, бірақ қазіргі заманғы сақтау құрылымдарына қойылатын негізгі талаптарды тұжырымдауға болады:

Сақталған деректерді пайдаланатын бағдарламалардан тәуелсіздік;

Мәліметтердің толықтығын және ең аз артықтығын қамтамасыз ету;

Деректерді жаңарту мүмкіндігі (яғни дерекқорда жазылған деректер мәндерін толықтыру немесе өзгерту);

Деректерді шығару, сондай-ақ көрсетілген критерийлер бойынша сұрыптау және іздеу мүмкіндігі. Көбінесе мәліметтер базасы немесе деректер банкі деректерді сақтау құрылымы ретінде әрекет етеді.

Мәліметтер қоры (МҚ) – бұл нақты жағдайда таңдалған пәндік аймақтың күйін көрсететін және көптеген пайдаланушылардың мәселелерді шешуде ортақ пайдалануына арналған өзара байланысты деректердің арнайы ұйымдастырылған жиынтығы.

Мәліметтер қоры – мәліметтерді жинауды, сақтауды, іздеуді және өңдеуді қамтамасыз ететін ақпараттық, техникалық, бағдарламалық, лингвистикалық және ұйымдастырушылық құралдар кешені.

Деректер банкі – кез келген сұранысқа қызмет көрсететін әмбебап деректер қоры [қолданбалы бағдарламалар](https://rock-nation.ru/kk/loans/nazvanie-kruzhka-dekorativno-prikladnogo-tvorchestva-rabochaya-programma.html)сәйкес бағдарламалық құралмен бірге.

Мәліметтер қорын басқару жүйелері (ДҚБЖ) мәліметтер базасына қол жеткізуді қамтамасыз ету, жалпыланған және егжей-тегжейлі есептерді құрастыру және сұрауларды қолдану арқылы деректерді талдауды орындау үшін қолданылады. Олардың ішіндегі ең таңғаларлықтары: Lotus Approach, Microsoft Access, Borland dBase, Borland Paradox, Microsoft Visual FoxPro, сонымен қатар клиент-сервер технологиясы арқылы құрастырылған қолданбаларда қолданылатын Microsoft SQL Server және Oracle дерекқорлары.

Деректер базалары мен деректер банктерінен басқа, [заманауи құрылым](https://rock-nation.ru/kk/services/referat-struktura-personala-sovremennoi-organizacii-struktura.html)ақпаратты сақтау келесі функционалды блоктарды қамтитын деректерді сақтауды қамтамасыз етеді:

Кәсіпорын мәселелерін шешуге қажетті ақпараттың барлық түрлерін көрсететін ақпараттық модельді құру құралдары;

Метадеректер репозиторийі, яғни. қойманың икемділігін қамтамасыз ететін қойманың ішкі бағдарламаларына да, сыртқы жүйелерге де қолжетімді деректер қоймасының құрылымының сипаттамасы;

Екі әдісті қолдана отырып, сыртқы көздерден, сондай-ақ қашықтағы бөлімдерден деректерді жинау технологиясы:

арнайы жүйелерге тән ETL құралдарын (Extract, Transformation, Loadin - шығару, түрлендіру, жүктеу) пайдалану, басқа деректер қорынан деректерді алу, жүйеде сипатталған ережелерге сәйкес түрлендіру және деректер қоймасына жүктеу;

деректерді жинаудың стандартты форматын қолдану және әртүрлі жүйелерден алынған деректердің біртектілігін қамтамасыз ететін көзде оларды түсіру процедураларын әзірлеу және бастапқы жүйені білетін мамандарға беру арқылы әзірлеуді орталықсыздандыру;

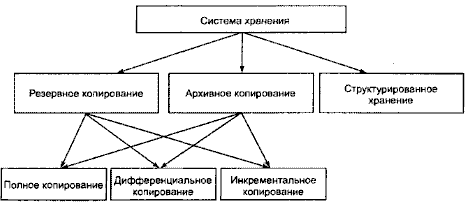
Мәліметтер құрылымын немесе көрсеткіштерді иерархиялық реттеу технологияларын, сондай-ақ кірістірілген бағдарламалау тілін пайдалана отырып, егжей-тегжейлі сақтау деректеріне негізделген агрегаттар мен көрсеткіштерді есептеу механизмдері;

Қызметкерлер тобына функцияларды бөлісуге және әртүрлі тапсырмаларды орындауға мүмкіндік беретін пайдаланушы интерфейстері, соның ішінде әкімшілік, қолданбалы дизайн, сақтау технологиясын қолдау, сұраныс бойынша деректерді талдау және т.б.;

Сұраныстарды және қажетті индекстерді генерациялауға арналған құралдарды қоса алғанда, ерікті сұрауларды орындау механизмдері;

Айта кету керек, кез келген деректерді сақтау жүйесіне қойылатын маңызды талап сақтық көшірме жасауды, мұрағаттауды, құрылымдық сақтауды және қажетті мерзімде деректерді қалпына келтіруді қамтамасыз ету болып табылады.

**1.6 Сақтау жүйелеріндегі деректерді жылдам қалпына келтіру операциялары**



Сурет 2. Сақтау жүйелеріндегі деректерді жылдам қалпына келтіру операциялары.

Деректер қоймасының соңғы өнімдері ретінде есептерді орнату және шығару құралдары, оның ішінде аналитикалық және пайдаланушы реттейтін реттелетін нысандағы есептерді.

Бұл операцияларды құру, өзгерту және файлдарға соңғы қол жеткізу күндерін, олардың кеңейтілуін, файлдық жүйе каталогтарында орналасуын және т.б. ескере отырып, сақталатын деректерді файл бойынша талдау арқылы ұйымдастыруға болады. Осы операцияларды толығырақ қарастырайық.

Сақтық көшірме – бұл төтенше жағдай кезінде жүйені жылдам қалпына келтіру үшін файлдардың көшірмелерін жасау. Файлдардың көшірмелері сақтық көшірмеде белгілі бір уақыт ішінде сақталады, содан кейін қайта жазылады. Толық, қосымша және дифференциалды резервтік көшірмелер бар.

Толық сақтық көшірме сақтық көшірме жасалатын барлық деректердің көшірмелерін жасауды қамтиды, бұл төтенше жағдайда ақпаратты жылдам қалпына келтіруге мүмкіндік береді; дегенмен, мұндай көшіру өте ұзақ уақыт алады.

Дифференциалды сақтық көшірме тек алдыңғы толық сақтық көшірме сеансынан бері жасалған немесе өзгертілген файлдардың сақтық көшірмесін жасайды. Апат жағдайында деректерді қалпына келтіру соңғы толық және дифференциалды сақтық көшірмелерді қажет етеді.

Қосымша сақтық көшірме тек соңғы толық, дифференциалды немесе қосымша сақтық көшірмеден кейін жасалған немесе өзгертілген файлдардың сақтық көшірмесін жасайды. Бұл сақтық көшірме жеткілікті жылдам, бірақ төтенше жағдайда деректерді қалпына келтіру соңғы толық және барлық кейінгі қосымша сақтық көшірмелерді қажет етеді және қалпына келтіру процесі өте ұзақ болады.

Қолданыстағы резервтік көшіру әдістерінің артықшылықтары мен кемшіліктерін ескере отырып, іс жүзінде толық резервтік көшірме (мысалы, аптасына бір рет) және қосымша (мысалы, күніне бір рет) қатар қолданылады.

Мұрағаттық көшіру – файлдарды мұрағаттық тасымалдаушыларға шексіз немесе ұзақ сақтау үшін көшіру процесі. Сақтық көшірмелер де толық, қосымша және дифференциалды болуы мүмкін, бірақ олар сақтық көшірмелерге қарағанда сирек кездеседі.

Сирек қолданылатын деректерді сақтау құнын төмендету үшін құрылымдық сақтау жүйесі пайдаланылады, яғни. ақпаратты сақтау құрылғыларының иерархиялық құрылымын ұйымдастыру, қатты дискілер жоғарғы деңгейде, ал алынбалы дискілер төменгі деңгейде болса, олар сирек қолданылатын ақпаратты сақтау үшін бір логикалық дискіге біріктірілген. Деңгейлер бойынша файлдарды жылжыту сервер дискілеріндегі бос орын көлемі көрсетілген шектерде сақталатындай ұйымдастырылған.

1.7 Ақпаратты жинаудың түрлері мен әдістері [маркетингтік зерттеулер](https://rock-nation.ru/kk/manufacturing/chto-takoe-marketingovye-issledovaniya-provedenie-marketingovyh.html). Стратегиялық маркетинг, маркетингтік зерттеулер

Қажетті ақпарат жиі дұрыс пішінде жоқ. Оны тауып, өңдеп, дұрыс түсіндіру керек. Маркетингтік зерттеулерде нәтижеге басымдық беріледі. Жеңімпаз - ең дәл нәтиже алған адам емес, дұрыс шешімді бірінші болып тапқан және қабылдау мүмкіндігі жоғары болса да. Маркетингтік зерттеулерде ақпаратты табу бес негізгі сұраққа жауап береді.

Маркетингтік зерттеулер және олардың негізінде маркетингтік стратегияларды жасау ақпаратты жинау, өңдеу және талдаумен тығыз байланысты. Қажетті ақпарат жиі дұрыс пішінде жоқ. Оны тауып, өңдеп, дұрыс түсіндіру керек. Мәселе мынада, әрбір нақты жағдайға қатысты маркетолог ақпарат көздерін анықтап қана қоймай, оны талдаудың әдістемесін дербес әзірлеуі керек.

Маркетингтік зерттеулерде ақпаратты іздеу бес негізгі сұраққа жауап береді:

Тапсырмаларды шешу үшін қандай ақпарат қажет?

Қажетті ақпаратты қайдан және қашан алуға болады?

Ақпаратты қандай формада және көлемде алуға болады?

Тапсырмаларды шешу үшін алынған ақпарат қаншалықты құнды?

Ақпаратты алудың қаржылық және уақыттық шығындары қандай?

Ақпаратты алу әдісі бойынша маркетингтік зерттеулер екі негізгі түрге бөлінеді: екіншілік зерттеу (кадрлық зерттеу) және бастапқы зерттеу (далалық зерттеу).

I. Екінші (үстелдік) зерттеу екі түрлі (ішкі және сыртқы) көздерден бұрыннан бар ақпаратқа негізделген.

Ішкі көздер – кәсіпорын ішінде орналасқан ақпарат көздері. Олар маркетингтегі ақпараттың негізгі көзі болып табылады, қымбат емес, әрқашан қол астында және маркетингтік ақпараттың кем дегенде үш түрін қамтиды:

Маркетинг статистикасы (тауар айналымының сипаттамасы, өткізу құрылымы, шағымдар және т.б.). Бұл нарық туралы ақпарат, кім, не, қашан, қайда, қандай жүйелілікпен, қандай жағдайда, қандай мөлшерде және т.б. сатып алады. Бухгалтерлік есепте де, есепте де «таза деректер» жоқ [қаржылық қызмет](https://rock-nation.ru/kk/contract/polozhenie-o-finansovom-otdele-primer-polozheniya-o-finansovoi-sluzhbe-v.html)немесе басқа бөлімдерде. Маркетинг бөлімі өз кәсіпорыны үшін көрсеткіштердің ішкі жүйесін дербес әзірлейді.

Маркетинг шығындарының деректері (өнім, сату және байланыс бойынша). Маркетингтік қызмет өте қымбатқа түседі. Олар тек ақтауға ғана емес, сонымен қатар нақты пайда әкелуі керек. Сондықтан, уақытты, ақшаны және нарықтық мүмкіндіктерді ысырап етуден гөрі, бірдеңе «кенеттен істемей қалса» дер кезінде тоқтаған дұрыс;

Компания ішілік деректер (жабдықтың өнімділігі, қуатты пайдалану, сақтау жүйесінің сипаттамалары және т.б.) Бұл кәсіпорында бұрыннан бар көмекші ақпарат. Ол кәсіпорынның ішкі әлеуетін көрсетеді, оны маркетингтік қызметті жоспарлау кезінде ескеру қажет. Мысалы, компания орындай алатыннан көп тапсырыс жинаудың мағынасы жоқ.

Сыртқы ақпарат көздері маркетинг қызметін жоспарлау үшін құнды болып табылатын үшінші тараптардың жалпыға қолжетімді материалдарынан тұрады. Бұл жұмыс үшін қажет нәрсе емес, бірақ олардан кейбір пайдалы ақпарат алуға болады. Мысалы:

Мемлекеттің материалдары және [муниципалды органдар](https://rock-nation.ru/kk/services/kachestvo-v-municipalnom-upravlenii-obzor-celei-vnedreniya.html)қуат және басқару. Олардан, мысалы, шағын кәсіпкерлікке қолдау көрсету шарттарын, аумақтарды дамытудың басымдықтарын, сайлау учаскелерін қалыптастыру туралы ережені (сауда орындарын бөлудің тиімділігін талдау) және т.б.

Бұл ақпарат құқықтық ақпараттық жүйелерде қолжетімді.

Сауда-өнеркәсіптік палаталардың материалдары. Сауда-өнеркәсіп палаталары (СӨП) болып табылады [коммерциялық емес ұйымдар](https://rock-nation.ru/kk/contract/buhgalterskii-otchet-nekommercheskoi-organizacii-buhgalterskaya-otchetnost-nekommercheskih-organizacii.html)үйлестіруге жауапты [кәсіпкерлік қызмет](https://rock-nation.ru/kk/equipment/sovmestnaya-predprinimatelskaya-deyatelnost-sovmestnye-formy.html)және оның мүшелерінің жарналары және ілеспе қызметтерді (сарапшы, аналитикалық және т.б.) көрсету есебінен бар. Сонымен қатар, аймақтық сауда палаталары басқа аймақтардың, тіпті елдердің сауда-өнеркәсіптік палаталарымен сауда байланыстарын дамыту, іскерлік сапарларды ұйымдастыру, мәмілелерді қолдау және т.б. Сауда-өнеркәсіп палатасының мүшелері сұраныс бойынша тиісті ақпаратты алуға мүмкіндігі бар.

Статистикалық ақпарат жинақтары. Статистика ең алдымен мемлекеттің қажеттіліктеріне бағытталған және әрқашан нақты жағдайды барабар көрсете бермейді. Дегенмен, көптеген жағдайларда оның деректері нарықтық үрдістерді талдау үшін өте қажет. Мұндағы ақпараттың негізгі көздері жалпыланған салық есептілігінің деректері, халық санағы мен шаруашылық жүргізуші субъектілердің сауалнамаларының материалдары, сондай-ақ басқа да мәліметтер болып табылады. [федералды органдар](https://rock-nation.ru/kk/life-and-business/voenkomaty-udmurtii-territorialnye-organy-i-uchrezhdeniya.html)(Кеден қызметі, Роспотребнадзор және т.б.). Сонымен қатар, Мемлекеттік статистика комитетінің барлық облыстық басқармалары кәсіпорындардың сұранысы бойынша қамтамасыз етеді [ақылы ақпарат](https://rock-nation.ru/kk/foreign/proverka-predpriyatiya-po-unp-proverka-kontragenta-v-belarusi.html)өз құзыреті шегінде.

Арнайы әдебиеттер, журналдар мен газеттердегі баяндамалар. Бұл – баспа басылымдарының мазмұнын талдаудан аңғаруға болатын нәрсе. Тіпті әлемдік кәсіби барлау агенттіктері де ақпараттың көп бөлігін ашық көздерден алады. Бұл жерде, мысалы, бизнесті дамытудың перспективалық бағыттарын немесе жаңа технологияларды табу туралы айтуға болады. Сірә, сіз бұл жолмен мәселенің шешімін таба алмайсыз, бірақ сіз оны қайдан іздеу керектігін анықтай аласыз.

Прайс-парақшалар, көрме каталогтары, брошюралар және басқа да компания басылымдары. Барлық осы материалдар [жеткілікті](https://rock-nation.ru/kk/business-plans/mezhdunarodnye-auditorskie-standarty-mezhdunarodnye-standarty.html)әдетте кез келгенінде кездеседі [коммерциялық ұйым](https://rock-nation.ru/kk/forex/analiz-kommercheskoi-deyatelnosti-optovogo-predpriyatiya-analiz.html). Әдетте, оларды алу үшін жаңа қызметкерлердің арасынан тағайындалған «бұзушылар» пайдаланылады, олардың міндеттеріне сатып алушылар атын жамылған бәсекелестерге бару кіреді.

Сонымен қатар, мұндай дереккөздер көрмелер мен тұсаукесерлерде еркін таратылады.

Консультациялық ұйымдардың материалдары. Әдетте бұл материалдарға нарық пен бәсекелестік талдау, консалтингтік фирмалар сыртқы аудиттер жүргізеді және әзірлейді [бәсекелестік стратегиялары](https://rock-nation.ru/kk/accounting/strategii-povedeniya-organizacii-v-konkurentnoi-srede-formirovanie.html). Консалтингтік фирмалар көбінесе тұтынушы жауапты болатын нәтижелерді ұсына отырып, аналитикалық әрекеттерге еліктейтінін есте ұстаған жөн.

Қосымша ақпаратқа негізделген зерттеулер әдетте алдын ала және сипаттамалық немесе кезеңдік болып табылады. Осындай зерттеулердің көмегімен, мысалы, нарықтық тенденцияларды, бәсекелестік стратегияларды, жергілікті инфрақұрылымдық ерекшеліктерді және т.б.

Екіншілік (үстелдік) зерттеудің артықшылығы – бастапқы зерттеулерге қарағанда аз уақыт пен қаражатты жұмсау және мақсатқа қол жеткізілмеген жағдайда алғашқы зерттеудің міндеттерін анықтау үшін нәтижелерді пайдалану мүмкіндігі. Әрбір жағдайда ішкі немесе сыртқы ақпараттың маңыздылығы зерттеу мақсаттарымен анықталады. Оларды пайдаланудағы негізгі мәселе қолда бар мәліметтерді интерпретациялаумен (олар әрқашан бейімделмейді) және талдау әдістемесін әзірлеумен байланысты (ол әрқашан жаңа).

II. Алғашқы (далалық) зерттеулер белгілі бір мақсат үшін алғаш рет жиналған нарықтық ақпаратқа негізделген. Бұл зерттеулер әрқашан үстелдегі оқудан әлдеқайда қымбат тұрады. Олар жоғары шығындар шешілетін міндеттердің маңыздылығымен өтелетін жағдайларда жүзеге асырылады. Маркетингте бастапқы зерттеулердің екі түрі бар.

Толық (үздіксіз) зерттеу барлық респонденттерді қамтиды. Ол әдетте олардың аз санын, мысалы, ірі тұтынушыларды немесе контрагенттерді зерттеу үшін қолданылады. Үздіксіз зерттеулер дәлдігімен, сондай-ақ жүргізуге төмен ресурстық және уақыттық шығындармен ерекшеленеді.

Таңдаудың үш түрі бар:

Кездейсоқ респонденттердің жеке ерекшеліктеріне қарамастан кездейсоқ таңдауды білдіреді. Мысалы, жаңа орын таңдау кезінде өтіп бара жатқан адамдарды сұрау [розетка](https://rock-nation.ru/kk/ideas/skolko-stoit-otkryt-pavilon-produktov-kak-otkryt-magazin-produktov-s.html);

Нормаланған (квота) халықтың құрылымына сәйкес респонденттерді таңдауды білдіреді. Мысалы, Ресейде орта есеппен әйелдердің 51% -ы өмір сүреді, ерлер - 49%, ал одан әрі - жасы, табысы, ұлттық ерекшеліктері, білімі, тұтынушылардың қалауы және т.б. зерттеу мақсатына байланысты;

Шоғырланған респонденттердің барлығын емес, тұтыну нарығының белгілі бір сегментінің өкілдерін немесе контрагенттерді таңдауды қамтиды. Мысалы, балалар жөргектерінің сатылуын зерттеу үшін ер адамдардан, мектеп оқушыларымен немесе зейнеткерлерден сұхбат алудың қажеті жоқ.

Маркетингтегі далалық (бастапқы) зерттеудің негізгі әдістерін шартты түрде үш топқа бөлуге болады.

І топ.Тұтынушылар мен мердігерлерді зерттеу. Сауалнама жүргізу оларды ұйымдастырудың екі ықтимал тәсілін білдіреді: сауалнама және сұхбат. Олардың арасында үлкен айырмашылық жоқ. Жалғыз айырмашылық - сауалнаманы кім толтырады. Сауалнама жүргізу кезінде мұны респондент, ал сұхбат жүргізгенде интервьюер жасайды.

Сауалнама [жазбаша нысаны](https://rock-nation.ru/kk/foreign/zakonnyi-otkaz-v-prieme-na-rabotu-ne-kazhdomu-soiskatelyu-nado-obyasnyat.html)респондентпен тікелей байланыстан тыс жүргізілген сауалнама. Сауалнамалар арзанырақ, жылдамырақ және оңайырақ. Бірақ респонденттердің сұрақтарды дұрыс түсінбеуінен, толтыру кезіндегі немқұрайлылықтан, сұрақтарға жеңіл қарауынан және т.б. салдарынан некеге тұрудың өте жоғары пайызын береді. Дәлдік бойынша ең жақсы нәтижені қысқа сұрақтардың аз саны бар барынша жеңілдетілген сауалнаманы пайдалану кезінде алуға болады.

Сұхбат – респондентпен тікелей байланыс процесінде жүргізілетін сауалнаманың жазбаша нысаны. Әңгімелесу дәлірек, көп еңбекті қажет етеді, уақытты қажет етеді және интервьюерлер үшін арнайы дайындықты қажет етеді. Кейде сұхбат жүргізу үшін арнайы жадынамалар жасау қажет. Сонымен бірге сұхбат зерттеу барысында көп сұрақтары бар ұзақ, күрделі сауалнамаларды пайдалануға мүмкіндік береді.

Сауалнама жүргізу технологиясы көптеген нұсқаларды қарастырады.

Респондентпен тікелей байланыс арқылы жеке сөйлесу үш түрге бөлінеді:

Стандартталған сауалнама – стандартты жауап нұсқаларын қолдануға негізделген (мысалы: 1. Сіз темекі шегесіз. 2. Сіз темекі шекпейсіз). Бұл әдіс өзін-өзі толтыру сауалнамаларында жиі қолданылады;

стандартты емес сауалнама – сауалнамаларда стандартты жауап нұсқаларынан басқа сұрақтарға ашық жауаптар деп аталатындарды қолдануға негізделген (мысалы: 1. Сіз темекі шегесіз бе. 2. Шылым шекпейсіз бе. 3. Темекіні тастау. 4. Басқа (атын атаңыз)). Бұл әдіс сауалнамада да, респонденттерден сұхбат алуда да қолданылады. Оның кемшілігі - ашық жауаптардың көп саны бар сауалнаманы өңдеудің жоғары күрделілігі;

сараптамалық сауалнама – сауалнаманы қолдануды мүлде білдірмейді. Әдетте әңгіме диктофонға жазылады, кейін транскрипция және талдау жүргізіледі. Мысалы, жеткізушінің өкілі контрагенттің сату өкілдерінен нарықтағы сұраныс пен бәсекенің аймақтық ерекшеліктерін анықтайды.

Телефон арқылы сауалнама арзанырақ, жылдамырақ және аз еңбекті қажет етеді. Дегенмен, оны пайдалану үлгі популяцияға сәйкестік мәселелерімен шектеледі (телефонды қажет емес, үйде болған адам көтереді). Сондықтан телефон арқылы сауалнамалар іріктеме іргелі болып табылмайтын жаппай сұраныстағы тауарлар мен қызметтер нарығын зерттеуге қатысты ғана қолданылады.

Компьютерлік сауалнама үш нұсқаны қамтиды: тікелей жіберу, веб-сайттардағы интерактивті сауалнама және электронды пошта арқылы мердігерлер мен әлеуетті серіктестерге сауалнаманы жіберу. Бірінші жағдайда жауаптар саны 1% -дан аз. Екінші жағдайда кімнің жауапты екені белгісіз (орыс немесе Канададан келген иммигрант, бәсекелес немесе жай ғана компьютерлік бұзақы). Ал үшінші нұсқа ғана уақытты үнемдеу мен ақпараттың жоғары мазмұнына байланысты айтарлықтай нәтиже береді.

Пошталық шолу зерттеудің күрделілігін төмендетеді, әсіресе үлкен аумақтарды қамтыған кезде. Оның кемшіліктері: уақытты тұтынудың жоғарылауы, қоңыраулардың төмен тиімділігі (әдетте 3-5%) және үлгілік бақылаудағы проблемалар. Электрондық пошта сауалнамасы сыйлықтармен, жеңілдік купондарымен, лотереялармен, жарнамалық акциялармен және т.б. біріктірілгенде тиімдірек болады.

Топтық сұхбат – сұхбат алушылардың әлеуетімен ғана шектелген нарықты зерттеудің өте тиімді түрі. Мысалы, өндірушінің өкілдері ми шабуылы арқылы жауаптарды тұжырымдайтын сату бөлімшелерінің қызметкерлерінен, көтерме саудагерлерден сұхбат алады. [сұрақтар қойылды](https://rock-nation.ru/kk/life-and-business/germaniya-sobesedovanie-na-vizu-v-posolstve-kakie-voprosy-mogut-zadat-na.html). Әртүрлі топтық сұхбаттар жаңа өнімдер ұсынылатын және тұтынушылар сұранысының ерекшеліктерін ашатын тұтынушылар конференциялары болып табылады.

Фокус-топ 12-15 адамнан тұрады, олармен жүргізуші (модератор) 1,5-2 сағат бойы магнитофонмен еркін атмосферада (бір кесе шай үстінде) сөйлеседі. Фокус-топ жоспарлауда өте тиімді [жарнамалық науқандар](https://rock-nation.ru/kk/agriculture/chto-poch-m-minimalnyi-byudzhet-dlya-yandeks-direkta-chto-takoe.html)және жоғары қолайлылық дәрежесімен жылдам жауап беруді талап ететін кез келген мәселелерді шешуде. Бірақ шақырылған әже мұндай әжелердің барлығының мүдделерін білдірмейді деген ықтималдық әрқашан бар. Сондықтан зерттеу нәтижелерін нақтылау үшін әдетте бірнеше фокус-топтар жүргізіледі, олардың нәтижелері салыстырылады.

Панель. Панельдік зерттеу нарықтың жай-күйі туралы мәліметтерді тұрақты негізде ұсынатын ұзақ мерзімге (бір жыл немесе одан да көп) іріктеуге сәйкес респонденттер тобын құруды болжайды.

Жалпы, панельдік зерттеулердің екі түрін бөлуге болады:

Сауда панелі - жеткізушінің ең типтік контрагенттерді таңдауын қалыптастыруды қамтамасыз етеді. Мысалы, өндіруші іріктелген көтерме саудагерлерге сұраныс жағдайы, бәсекелестердің белсенділігі және т.б. туралы маркетингтік ақпаратты тұрақты түрде ұсынудың орнына белгілі бір жеңілдіктер береді;

Үй шаруашылықтары панелі – тауарлардың (қызметтердің) ең типтік тұтынушыларының үлгісін қалыптастыруды қамтамасыз етеді. Ресейде бұл әдісті теледидарлық жарнаманың тиімділігін талдауға маманданған Gallup институты белсенді түрде қолданады. Үлкен көлемде [елді мекендер](https://rock-nation.ru/kk/accounting/rabota-artek-krym-oficialnyi-vospitatel-trebuetsya-v-fgbu-mdc.html)зерттеуге қатысу туралы келісімдер жасалған үй шаруашылықтарының таңдаулы жиынтығы таңдалады. Содан кейін пәтерлерде отбасы мүшелерінің қайсысы, қашан, қанша және теледидардан не көретінін бекітетін жабдық орнатылады. Содан кейін алынған ақпарат талданады және нәтижелер телебағдарламалардың көрермендерін бағалау үшін хабар таратушылар мен ірі жарнама берушілерге сатылады.

ІІ топ. Респонденттерді бақылау. Бұл маркетолог пен респондент арасындағы жеке байланыстарды білдірмейтін зерттеу.

Зерттеушінің қатысуымен қадағалау – маркетолог сату орнында болған кезде және сатып алушылардың мінез-құлқы туралы ақпаратты өз бетінше түсірген кезде. Бұл, мысалы, сатып алу көлемін, тауарларды көрсету тиімділігін, қызметкерлердің кәсіби дайындық деңгейін және т.б. зерттеу болуы мүмкін.

Зерттеушінің немқұрайлылығы – маркетолог ақпаратты жинауды компанияның басқа бөлімшелерінің қызметкерлеріне тапсырғанда немесе техникалық құралдарды (бейне камералар, компьютерлік технологиялар және т.б.) пайдаланғанда. Содан кейін алынған материалдар қорытындыланады және маркетингтік жағдайды одан әрі талдау үшін пайдаланылады.

Ең бірі [тиімді әдістер](https://rock-nation.ru/kk/foreign/kak-sdelat-matricu-swot-analiza-metod-swot-analiza-primenyaem-effektivno.html)мұнда сатып алу кезінде штрих-кодтарды пайдалану. Алынған ақпарат дисконттық карталарды беру кезінде толтырылған сауалнамалардағы мәліметтермен салыстырылады және алынған мәліметтер негізінде зерттеу үшін үлгі қалыптастырылады. Бұл әдіс респонденттердің келісімін сұрамай-ақ сатып алушылардың үлгісін жылдам қалыптастыруға және сатылымдарды талдауға мүмкіндік береді.

Бұған объект динамикада (белгілі бір уақыт аралығында) емес, статикада (белгілі бір сәтте) зерттелетін мезеттік бақылаулар әдісі де жатады. Мысалы, фирманың көптеген сауда нүктелерінің ең тәнінде сатып алу мөлшері мен келушілер саны «қарбалас сағат» және «өлі уақыт», жұмыс күндері және демалыс күндері жазылады.

ІІІ топ. Сынақ маркетингі. Ол сату ұсынысының параметрлерін өзгерту сату өнімділігіне қалай әсер ететінін зерттеуді қамтиды. Маркетингте мұндай зерттеудің екі түрі бар.

Эксперимент - бұл өнім параметрлерінің (бағасы, сапасы, дизайны, жарнамасы және т.б.) олар бойынша түпкілікті шешім қабылданғанға дейін жергілікті өзгеруі. Мысалы, көптеген сауда нүктелеріне ең тән, жоспарланған жаңалықтарға тұтынушылардың реакциясын анықтау үшін өнімнің параметрлері (бағасы, сыртқы түрі, ассортименті және т.б.) өзгертіледі.

Егер эксперимент қаржылық нәтиже берсе (қосымша пайда), инновация барлық сауда нүктелеріне қолданылады.

Нарықтық тестілеу тұтынушылардың реакциясын зерттеу үшін нарықта жаңа өнімнің сынақ нұсқаларын сатуды қамтиды. Бұл әдіс өндірушілер үшін де, бірдей қолайлы [сауда ұйымдары](https://rock-nation.ru/kk/contract/uchet-raschetov-po-zarabotnoi-plate-kursovaya-rabota-osobennosti-vedeniya-buhgalterskogo-ucheta-rascheto.html). Өндірушілердің нарықтағы тұтынушылық сұранысты зерттеу үшін көтерме саудагерлерге сынақ лоттарын тегін беруі сирек емес. Тауар сатылмаған жағдайда жеткізушіге қайтарылады, ал егер олар сатылса, сатушы толық немесе ішінара төлем жасайды және жеткізушімен тауарды сату туралы шарт жасайды.

Маркетингтік зерттеулер жүргізудің түрлерін, әдістерін және технологияларын таңдау бойынша нақты шешімдер кәсіпорынның алдында тұрған мәселелердің ерекшеліктеріне қарай қабылданады. бойынша тиімді зерттеу жүргізу іс жүзінде мүмкін емес [дайын шаблон](https://rock-nation.ru/kk/life-and-business/gotovye-i-effektivnye-shablony-obyavlenii-kak-priglashat-v.html)арнайы жасалған. Әр жолы бұл мүлдем жаңа, жеке көзқарас болады, оның тиімділігіне кәсіпорын басшылығы алдында жұмыс істейтін маркетинг маманы жеке жауапкершілікті өз мойнына алады.

**2. Ақпаратты өңдеу технологиясы**

**2.1 Ақпаратты өңдеу тәсілдері**

Заманауи ақпараттық технологиялар ақпаратты орталықтандырылған және орталықтандырылмаған (яғни таратылған) тәсілдермен өңдеуге мүмкіндік береді.

Орталықтандырылған әдіс ақпаратты өңдеудің технологиялық процесінің барлық негізгі әрекеттерін орындайтын ақпараттық-есептеу орталығында мәліметтерді шоғырландыруды көздейді. Орталықтандырылған әдістің басты артықшылығы - есептеуіш құралдарға жүктемені арттыру арқылы үлкен көлемдегі ақпаратты өңдеудің салыстырмалы арзандығы.

Орталықтандырылмаған әдіс ақпараттық және есептеу ресурстарының шашыраңқы болуымен және ақпаратты өңдеудің технологиялық процесін ақпараттың пайда болу және тұтыну орындарына сәйкес бөлумен сипатталады. Орталықтандырылмаған әдістің артықшылығы - нақты жұмыс орындарындағы қызметті автоматтандыру, ақпаратты берудің сенімді құралдарын пайдалану, бастапқы құжаттарды жинауды ұйымдастыру және олардың шыққан жерлерінде бастапқы деректерді енгізу арқылы ақпаратты өңдеу және міндеттерді шешу тиімділігін арттыру.

Ақпаратты өңдеудің орталықтандырылмаған әдісі автономды немесе желілік әдіспен жүзеге асырылуы мүмкін. Ақпаратты офлайн өңдеу кезінде құжаттар мен деректерді электрондық жеткізгіштерге беру пошта немесе курьер арқылы, ал желілік өңдеу арқылы қазіргі заманғы байланыс арналары арқылы жүзеге асырылады.

Көбінесе тәжірибеде ақпаратты өңдеудің аралас әдісі қолданылады, ол бір уақытта екі әдістің белгілерімен сипатталады (жартылай орталықсыздандырумен орталықтандырылған немесе жартылай орталықтандырумен орталықсыздандырылған).

Бұл жағдайда әдістердің бірі негізге алынады, ал екіншісінің артықшылықтарын пайдалана отырып, осының арқасында ақпараттық және есептеу құралдарының жоғары тиімділігіне қол жеткізіледі, материалдық және еңбек ресурстары үнемделеді.

**2.2 Ақпаратты өңдеудің технологиялық процесі**

Компьютерлердің пайда болуымен әртүрлі пәндік салаларда (банк ісі, сақтандыру, бухгалтерлік есеп, статистика және т.б.) жұмыс істейтін мамандар ақпараттық технологияларды пайдалану мүмкіндігіне ие болды. Осыған байланысты белгілі бір пәндік саладағы бастапқы ақпаратты қажетті нәтиже ақпаратына түрлендіруге арналған осы уақытқа дейін болған дәстүрлі технология түсінігін анықтау қажет болды. Осылайша пәндік технология ұғымы пайда болды.

Пәндік технология – белгілі бір пәндік саланың бастапқы ақпаратын құралдарды қолдануға тәуелсіз нәтижеге түрлендірудің технологиялық кезеңдерінің тізбегі. [есептеу техникасы](https://rock-nation.ru/kk/foreign/priborostroenie-radioelektronnaya-promyshlennost-proizvodstvo.html)Және [ақпараттық технология](https://rock-nation.ru/kk/loans/specialist-otdela-informacionnyh-tehnologii-dolzhnostnaya.html). Ақпараттық технология түсінігін техникалық (компьютерлік) ортадан бөлек қарастыруға болмайды, яғни. негізгі ақпараттық технологиядан.

Базалық ақпараттық технология – мәліметтерді түрлендіру (ақпарат, білім), олардың байланысы мен берілуі процесін ұйымдастыруға арналған аппараттық құралдардың жиынтығы. Ақпараттық технологиялар әртүрлі пәндік салаларда және компьютерлік орталарда айтарлықтай ерекшеленуі мүмкін болғандықтан, қамтамасыз ету және функционалдық ақпараттық технологиялар сияқты ұғымдар ажыратылады.

Ақпараттық технологияларды қамтамасыз ету – әртүрлі мәселелерді шешу үшін әртүрлі пәндік салаларда құрал ретінде пайдалануға болатын ақпаратты өңдеу технологиялары.

Есептеу және технологиялық орталардың жеткілікті үлкен саны әзірленген және қазіргі уақытта қолданыста болғандықтан, мүмкіндік беретін технологиялар көбінесе бір-бірімен үйлеспейтін әртүрлі платформаларға негізделуі мүмкін. Сондықтан оларды пәндік технология негізінде біріктірген кезде әртүрлі АТ стандартты бірыңғай интерфейске келтіру қажет болады.

Функционалды ақпараттық технологиялар – пәндік технологиялардың кез келгені жүзеге асырылатын қосалқы ақпараттық технологиялардың осындай модификациясы. Функционалдық ақпараттық технология нақты пәндік саладағы және берілген техникалық ортадағы тапсырмаларды автоматтандыруға арналған дайын бағдарламалық өнімді немесе оның бір бөлігін құрайды.

Ақпараттық технологияны қамтамасыз етуді функционалдыға айналдыруды тек жүйені әзірлеуші ​​ғана емес, пайдаланушының өзі де жүзеге асыра алады. Бұл пайдаланушының шеберлігіне және қажетті модификацияның күрделілігіне байланысты. Пәндік технологияның дұрыс орындалуы байланысты [ұтымды ұйымдастыру](https://rock-nation.ru/kk/loans/principy-racionalnoi-organizacii-organizaciya-proizvodstvennogo.html)ақпаратты өңдеудің технологиялық процесі.

Ақпаратты өңдеудің технологиялық процесі – бұл бастапқы ақпаратты пайда болған сәттен бастап қажетті нәтижеге дейін түрлендіру үшін орындалатын өзара байланысты процедуралардың қатаң анықталған тізбегі.

Технологиялық процесс негізгі ақпараттық технологиялардың техникалық құралдарын тарту арқылы бастапқы ақпаратты өңдеуді автоматтандыруға, қаржылық және еңбек шығындарын азайтуға және алынған ақпараттың жоғары сенімділігін қамтамасыз етуге арналған.

Белгілі бір пәндік саланың нақты тапсырмасы үшін ақпаратты өңдеудің технологиялық процесі жеке әзірленеді. Процедуралар жиынтығы келесі факторларға байланысты:

Шешілетін мәселенің сипаты мен күрделілігі;

Ақпаратты түрлендіру алгоритмі;

Қолданылатын техникалық құралдар;

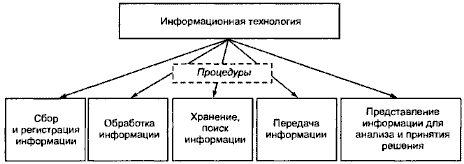
Мәліметтерді өңдеу шарттары;

Қолданылатын басқару жүйелері;

Пайдаланушылар саны және т.б.

Жалпы алғанда, ақпаратты өңдеудің технологиялық процесі 3-суретте көрсетілген процедураларды қамтиды.

**2.3 Ақпаратты өңдеу процедуралары**



Сурет 3. Ақпаратты өңдеу процедуралары

Кез келген пәндік салада ақпаратты өңдеудің технологиялық процесінде үш негізгі кезеңді бөліп көрсетуге болады.

Бірінші кезең әртүрлі көздерден бастапқы құжаттарды жинаудан және оларды автоматтандырылған өңдеуге дайындаудан басталады. Бұл кезеңде өңдеуге ұсынылған құжаттарды талдау, қолда бар ақпаратты жүйелеу, кейін енгізілген мәліметтердің дұрыстығын тексеру үшін пайдаланылатын бақылау ақпаратын жинақтау және нақтылау жүзеге асырылады.

Екінші кезең негізгі болып табылады және берілген алгоритм бойынша ақпаратты енгізуді, өңдеуді, сонымен қатар алынған құжаттарды шығаруды қамтиды. Бұл кезеңде бастапқы құжаттардан ақпаратты қолмен немесе автоматтандырылған енгізу, енгізу нәтижелерінің дұрыстығы мен толықтығын бақылау жүзеге асырылады. Бастапқы құжаттардағы ақпарат ақпараттық базаға немесе құжаттың электрондық формасына беріледі және осылайша деректерге түрлендіріледі. Одан кейін есепті шешу алгоритмі негізінде мәліметтерді өңдеу, оларды шығыс деректерге айналдыру, нәтижелік құжаттарды қалыптастыру және басып шығару жүреді.

Ақпаратты өңдеудің технологиялық процесінің соңғы үшінші кезеңінде алынған құжаттардың сапасы мен толықтығы бақыланады, олар көшіріледі және әртүрлі байланыс арналары арқылы мүдделі тұлғаларға беріледі. [электронды форматта](https://rock-nation.ru/kk/foreign/populyarnye-internet-ploshchadki-dlya-prodazhi-tovarov-elektronnye-torgovye.html)немесе қағазда.

**2.4 Компьютерде ақпаратты өңдеу режимдері**

Есептеу құралдары ақпаратты өңдеу процесіне екі негізгі режимде қатысады: пакеттік немесе диалогтық.

Компьютерде ақпаратты өңдеу технологиясы адамның араласуын қажет етпейтін алдын ала белгіленген операциялар тізбегі болып табылатын және пайдаланушымен диалог болмаған жағдайда ақпарат пакеттік режимде өңделеді. Оның мәні мынада: мәліметтерді өңдеу бағдарламалары операциялық жүйенің басқаруымен тапсырмалар жинағы (бумасы) ретінде дәйекті түрде орындалады. Операциялық жүйе мәліметтерді енгізуді, қажетті бағдарламаларды шақыруды, қажетті сыртқы құрылғыларды қосуды, үйлестіруді және басқаруды қамтамасыз етеді. [технологиялық процесс](https://rock-nation.ru/kk/contract/tehnologicheskii-process-proizvodstva-steklopaketov-svoi.html)ақпаратты өңдеу.

**Сауалнама астында**белгілі бір адамдар тобына сұрақтар қоятын бастапқы ақпаратты жинау әдісін білдіреді. Сауалнамалардың көмегімен оқиға (немесе нақты) ақпарат, сонымен қатар респонденттердің пікірлері, бағалаулары мен қалаулары туралы ақпарат алынады. Алған хаттардан айырмашылығы [мемлекеттік органдар](https://rock-nation.ru/kk/accounting/direkciya-po-koordinacii-deyatelnosti-medicinskih-organizacii-dolzhnostnaya.html), газет редакторлары және [қоғамдық ұйымдар](https://rock-nation.ru/kk/loans/obrazec-uchreditelnogo-dogovora-obshchestvennoi-organizacii-soyuz-pensionerov.html)сауалнамалар неғұрлым жүйелі және нақты ақпарат береді. Сонымен қатар, \* олар зерттеу процесіне сәйкес келетін адамдарды тарта отырып, ақпарат көздерінің көптігін кеңейтеді. [жеке бастама](https://rock-nation.ru/kk/success-stories/uvolnenie-generalnogo-direktora-ooo-po-sobstvennomu-zhelaniyu-ili-iniciative.html)сөйлемейді.

Қазіргі уақытта сауалнама әдісі алғашқы ақпаратты алудың ең кең тараған тәсілі болып табылады, сондықтан ол кейде жалпы барлық социологиялық зерттеулермен, ал кейде ғылым ретіндегі әлеуметтанумен (яғни, ғылым оның әдістерінің бірімен сәйкестендіріледі) сәйкестендіріледі. . Ол өте [тиімді жолы](https://rock-nation.ru/kk/business-plans/proizvodstvennoe-mnozhestvo-i-ego-formalnye-svoistva.html)объективті (адамдар өмірінің фактілері мен өнімдері туралы) және субъективті (белсенділік мотивтері, пікірлер, бағалаулар немесе құндылық бағдарлар туралы) әмбебап ақпаратты алу. Сауалнама әдісінің негізгі артықшылықтары бұқаралық сипат пен репрезентативтілік, сонымен қатар оны жедел социологиялық зерттеулерді жүргізуде пайдалану мүмкіндігі болып табылады. Бұл әдіс әмбебап болмаса да, оның рөлі мен маңызы неғұрлым үлкен болса, зерттелетін құбылыстың статистикалық және [құжаттық ақпарат](https://rock-nation.ru/kk/loans/kontent-analiz-v-psihologii-primer-kontent-analiz-dostovernost.html)және тікелей бақылауға неғұрлым аз қол жетімді. Бұл ретте, зерттеуші әлеуметтік құбылыстар туралы ақпаратты тек адамдар санасында бейнеленген және сауалнама жағдайында респондентпен білдірілген түрде ғана алатынын есте ұстаған жөн.

Сауалнама әдісімен алынған ақпараттың сапасына, бір жағынан, респонденттің жеке басына байланысты факторлар әсер етеді (білім деңгейі, мәдениет, есте сақтау қасиеттері, психиканың қорғаныс механизмдері, зерттелетін мәселеге көзқарасы және зерттеу жүргізетін тұлғаға немесе ұйымға), ал екінші жағынан, сауалнаманы құрастырудағы кәсіпқойлығынан бастап, сауалнаманың немесе сұхбат берушінің респондентпен қажетті ақпаратты алудағы шеберлігіне дейін зерттеушінің өзінің қызметімен. . Сауалнамалардың нәтижелеріне бөгде адамдардың қатысуы, оларды өткізу үшін сәтсіз таңдалған уақыт пен орын, анонимділік қағидатын сақтамау, сондай-ақ сауалнама жүргізу рәсімінің өзін нашар ұйымдастыру кері әсерін тигізеді. Сауалнамалардың нәтижелеріне теріс әсер ететін факторларды бейтараптандыру үшін оларды жүргізудің нормативтік талаптарын қатаң сақтау керек.

Бұл талаптарға мыналар жатады:

адекватты сауалнаманы ұсына отырып, зерттеу міндеттерін нақты бекіту;

Респонденттерге сұрақтардың ұсынылған тұжырымының болуы;

Сауалнама жүргізу үшін оңтайлы жағдайлар жасауға бағытталған техникалық және ұйымдастырушылық әдістерді қолдануды көздейтін интервьюерлер мен респонденттердің арасындағы әлеуметтік-психологиялық қарым-қатынас принциптерін қамтамасыз ету;

Респонденттердің жауаптарын жазудың дұрыстығы;

Сауалнамаларды жүргізу шарттарын стандарттау;

Сауалнама нәтижелеріне респонденттердің және интервьюерлердің қызығушылықтарын ынталандыру.

Жалпы халықты қамту дәрежесі бойынша сауалнамалар бөлінеді *қатты*Және *селективті.*Бірінші жағдайда сауалнама халықты түгел, ал екіншісінде оның бір бөлігін ғана қамтиды.

Сауалнамаларды жүргізу тәртібі бойынша олар бөлінеді *жеке*әлеуметтанушы мен респондент арасындағы конфиденциалды қарым-қатынас жолында орын алатын және *топ*, онда әлеуметтанушы бір емес, бірден бірнеше респондентпен жұмыс істейді.

Дегенмен, ең алдымен, оларды классификациялаудың негізі - мінез-құлық формасы, соған сәйкес олар жазбаша және ауызша болып бөлінеді. Жазбаша сауалнамалар әдетте сауалнама деп аталады, ал ауызша сұраулар сұхбат деп аталады.

**Сұрақ қою.**

*Сауалнама*сауалнамаларды қолдануға негізделген сауалнама түрі болып табылады. Оның анықтамасынан көрініп тұрғандай, ондағы орталық орынды сауалнама алады. астында *сауалнама*Бұл онда көрсетілген ережелерге сәйкес сұхбат алушы өз бетінше толтыратын сауалнамаға қатысты.

Сауалнамалар зерттелетін саладағы істің нақты жағдайы және оларға баға беру, сондай-ақ респонденттердің пікірлері, мүдделері мен уәждері туралы ақпарат алу үшін кеңінен қолданылады. Сұрақтың мазмұнына байланысты жауаптардан алынған ақпараттың сенімділігін арттыру үшін әртүрлі әдіс-тәсілдер қолданылады.

Сауалнама құрылымы үш бөлімнен тұрады: кіріспе, негізгі және төлқұжат (демографиялық блок).

*Кіріспе*респондентке өтініш, онда зерттеудің мақсаты, тапсырыс берушісі және орындаушысы, сондай-ақ сауалнаманы толтыру нұсқаулары бар.

Қатысты *негізгі бөлігі*, содан кейін ол зерттеудің мақсаты мен гипотезасына сәйкес келетін мағыналы сұрақтарды қамтиды. Бұл ретте сауалнаманың негізгі бөлігін құру ережелерінің бірінде сауалнаманың басында және соңында күрделі сұрақтарды қоюға болмайды деп көрсетілген.

Ақырында, *төлқұжат*респондент туралы қажетті объективті мәліметтерді қамтиды, оның жынысы, жасы, білімі және т.б.

Сауалнама – бұл әрқайсысы зерттеудің бағдарламасы мен процедуралық міндеттеріне қатысты құрылымдық ұйымдастырылған сұрақтар жиынтығы. Пішінге сәйкес, оған енгізілген сұрақтар еркін жауапты қажет ететін ашық сұрақтарға (мысалы, «Әскерде қызмет еткеннен кейін не істеу керек деп ойлайсыз?») және жабық сұрақтарға бөлінеді, олардың жауабы мынадан тұрады. сауалнамада ұсынылған бірнеше мәлімдемелерден таңдау арқылы. Ашық сұрақтар тереңірек ақпарат береді, бірақ сауалнамалар санының көп болуы стандартты емес жауаптарға байланысты өңдеуде айтарлықтай қиындықтарға әкеледі. Мазмұны бойынша сауалнама сұрақтары біліміне, жасына немесе байланысты объективті сұрақтарға бөлінеді [жалақы](https://rock-nation.ru/kk/life-and-business/oklady-dolzhnostnye-oklady-stavki-zarabotnoi-platy-sootnoshenie-s.html)респондент және оның психологиялық қатынасын ашатын субъективті, сондай-ақ оның өмір сүру жағдайларына және белгілі бір оқиғаларға қатынасы. Сұрақтарға әдетте анонимді түрде жауап беріледі.

Сауалнама келесі жолдармен жүргізілуі мүмкін:

Сауалнама жинаушының қатысуымен жеке толтырылады;

Таңдаушының қатысуымен топтық толтыру;

Респонденттер өз бетінше толтырады және анонимділік үшін бір уақытта сауалнаманы береді;

Сауалнама таратылады немесе үйге жіберіледі, содан кейін респонденттерге пошта арқылы қайтарылады («почта» сауалнамасы).

Оның тиімділігін арттыру үшін жаппай сауалнамалар алдында әдетте сынақтар өткізіледі, оның мақсаты сәтсіз («жұмыс істемейтін») сұрақтарды қабылдамау болып табылады.

Сауалнаманы құрудың негізгі ережелерін келесідей тұжырымдауға болады:

сұрақтармен қамтылған тақырыптар логикалық реттілікте болуы керек;

респонденттің қызығушылығы сұрақтан сұраққа өсуі керек;

сауалнамаларда тым күрделі немесе интимді сұрақтар болмауы керек;

сұрақтардың тұжырымы сұралған топтың білім деңгейіне сәйкес болуы керек;

жабық сұрақтарда барлық мүмкін жауаптар берілуі керек;

сұрақтардың жалпы саны тым көп болмауы керек - сауалнама респондентті шаршатпауы немесе тітіркендірмеуі керек.

Тікелей бақылауға қол жетімсіз және әртүрлі құжаттарда көрсетілмеген осындай құбылыстар мен процестер туралы ақпарат алу үшін сұрақ қою қолданылады. Мысал ретінде адамдардың мотивтері, қызығушылықтары мен қалаулары, сондай-ақ олардың өмірлік жоспарлары туралы ақпаратты алуға болады.

Сауалнаманың артықшылықтары: 1) адам өмірінің кез келген саласына қатысты болуы мүмкін зерттеу тақырыптарының кеңдігі; 2) объективті процестер туралы да, адамдардың оларға деген қатынасы туралы да ақпарат алу мүмкіндігі; 3) салыстырмалы түрде аз уақыт және экономикалық тиімділік; 4) машинада өңдеуге жарамды барынша формальды ақпаратты алу; 5) белгілі бір жиілікпен сауалнамаларды қайталау мүмкіндігі.

Сонымен қатар сауалнама әдісі кемшіліктерден де бос емес, олар мыналарды қамтиды:

оны жүзеге асыру кезінде сұрақтардың тұжырымы әрқашан шындықтың толық емес, кейде тіпті жеңілдетілген көрінісін береді. Олардан тек нені және қалай сұрайтынын білуге ​​болады;

оны жүзеге асыру барысында сауалнама сауатсыз болса немесе кездейсоқ жағдайлардың араласуынан (мысалы, сауалнаманы толық толтырмау) жалған және сапасыз ақпарат алуы мүмкін;

ол нашар көретін және жартылай сауатты адамдармен сұхбаттасу үшін, сондай-ақ өте нәзік мәселелер бойынша және жоғары әлеуметтік шиеленіс жағдайында ақпарат алу үшін қолданылмайды.

**Сұхбат**.

*Сұхбат*сұхбатқа негізделген сауалнама түрі болып табылады.

астында *сұхбат*бұл мақсатты әңгімені білдіреді, оның мақсаты зерттеу бағдарламасында қарастырылған сұрақтарға жауап алу. Сауалнама түрі ретінде сауалнамаға қарағанда сұхбат келесі аспектілер бойынша жақсырақ:

жауапсыз сұрақтар іс жүзінде жоқ;

анық емес немесе қарама-қайшы жауаптар анықталуы мүмкін;

респондентті бақылап, оның ауызша жауаптарын ғана емес, вербалды емес реакцияларын да бекітуге болады;

алынған ақпарат сауалнамаға қарағанда толық, тереңірек және сенімдірек;

оның көмегімен респонденттің мәдениетінің деңгейін, оның әңгіме тақырыбына немесе жеке мәселелерге қатынасын есепке алуға, респонденттің жеке басын және мазмұнын ескере отырып, сұрақтардың тұжырымын икемді түрде өзгертуге болады. алдыңғы жауаптар, сонымен қатар қосымша сұрақтар қою.

Әңгімелесудің икемділігіне қарамастан, ол барлық негізгі сұрақтар мен қосымша және нақтылау сұрақтарының әртүрлі нұсқалары жазылған зерттеу бағдарламасымен қарастырылған жоспарға сәйкес жүзеге асырылады.

Әңгімелесу әдісінің негізгі кемшіліктеріне оның төмен тиімділігі, айтарлықтай уақыт шығындары, интервьюерлердің көп санының қажеттілігі және қысқа мерзімді жаппай сауалнамалар жағдайында оны қолданудың мүмкін еместігі жатады. Жаңадан бастаған зерттеушілер үшін бұл айтарлықтай қиындықтар туғызады, өйткені ол арнайы дайындық пен қатты дайындықты қажет етеді. Сонымен қатар, сұхбаттың әртүрлі түрлері зерттеушінің білімдері мен дағдыларының екіұшты жиынтығы бар екенін көрсетеді.

Әлеуметтік танымда ең кең таралған *стандартталған сұхбат*, [ерекше белгілері](https://rock-nation.ru/kk/success-stories/stanok-s25-4-tehnicheskie-harakteristiki-otlichitelnye.html)қатаң реттілік болып табылатын сұрақтардың алдын ала дайындалған нақты тұжырымдары және оларға жауаптардың ойластырылған үлгілері. Оны сауалнамалық сауалнама бойынша жүргізуге болады, ол көбінесе сауалнама деректерін бақылау және толықтыру үшін жасалады.

Біршама азырақ қолданылады *жартылай стандартталған сұхбат*, ол респонденттік сауалнама негізінде емес, респондентпен зерттеу тақырыбына қатысты басқа мәселелерді талқылауды жоққа шығармайтын міндетті сұрақтар тізбесі бар жадынама («нұсқаулық») негізінде жүзеге асырылады.

Тіпті сирек кездеседі *бағытталған сұхбаттар*, онда тек бастапқы сұрақ стандартталған және негізгі міндет респонденттердің назарын олар үшін ең маңызды болып көрінетін мәселенің нұсқасын талқылауға аудару болып табылады.

Тәжірибелі зерттеушілер ғана өте қиын деп есептелетін еркін және зерттеушілік сұхбатты пайдаланады.

*Тегін*шақырыңыз *сұхбат*, онда интервьюер алдын ала әзірленген құралсыз зерттеу тапсырмаларына қатысты ақпаратты жинау мәселесіне тап болады. Онда зерттеуші сұрақтарды таңдауда, олардың ретін, санын және айтылу жолдарын, сондай-ақ ақпаратты бекіту әдістерін анықтауда еркін. Ашық сұхбат – интервьюердің сұрақтары зерттеудің түпкі мақсатымен анықталатын ұзақ, еркін әңгіме.

Мақсат *ақыл*(немесе терең) *сұхбат,*Зерттеу бағдарламасын жасау сатысында жұмыс гипотезаларын тұжырымдауды анықтауда немесе нақтылауда қолданылады, ол объект туралы ақпарат алуда емес, алдағы зерттеуде қандай ақпарат шығарылатынын анықтауда қолданылады. Бұл ретте сұхбат беруші де, респондент те әңгімені қалай жүргізу керектігін таңдауда еркін.

**Бақылау**әдіс болып табылады [ғылыми зерттеулер](https://rock-nation.ru/kk/services/rossiya-eksportiruet-unikalnuyu-produkciyu-i-tehnologii.html), ол объектіні белсенді, жүйелі, мақсатты, жоспарлы және әдейі қабылдаудан тұрады, оның барысында зерттелетін объектінің сыртқы жақтары, қасиеттері мен байланыстары туралы білім алынады. Оның құрылымы мынадай элементтерді қамтиды: бақылау субъектісі (бақылаушы), бақылау объектісі және бақылау құралдары. Бақылау құралы ретінде адамның сезімін жалғастырушы және күшейтетін, сондай-ақ объектіге әсер ету құралы ретінде қызмет ететін әртүрлі құрылғыларды қолдануға болады. Бақылаудың келесі әдістемелік талаптары бар, олар оны анықтаудың салдары болып табылады:

*белсенділік*(объектіні ойлау емес, зерттеушіні қызықтыратын оның осындай пайымдауын іздеу және бекіту);

*жүйелі*(алған білімді белгілі бір жүйеге келтіру);

*мақсаттылық*(тек зерттеушіні қызықтыратын құбылыстарға назар аудару);

*жүйелілік*Және *алдын ала ойлау*(алдын ала белгіленген жоспар немесе сценарий бойынша).

Көбінесе бақылау зерттеушіге қажетті ақпаратты басқа жолмен алу мүмкін болмаған кезде қолданылады, мысалы, митингілердегі немесе бұқаралық көріністер кезіндегі адамдардың мінез-құлқын зерттеу кезінде - футбол матчында, рок-топтың өнерінде немесе экстремалды жағдайда (жол-көлік оқиғасы, өрт және т.б.) г.). Сонымен қатар, оны әдеттегі, жиі қайталанатын жағдайларда (жұмысқа көшу және жұмыс істеу, азық-түлік дүкендерінен сатып алу және т.б.) адамдардың мінез-құлқын зерттегенде, жеке адамдар мен олардың топтарының әрекеттері «автоматтандырылған» жағдайда қолданған жөн. Табиғатқа байланысты және адамға сәйкес жағдайда бұл нақты әрекетті не үшін жасағанын түсіндіру қиынға соғады. Екінші жағынан, экстремалды жағдайға түсіп, осыған байланысты шамадан тыс эмоционалдық стрессті бастан кешірген адам көбінесе бірінші импульспен әрекет етеді, сондықтан кейіннен ол неліктен осы немесе басқа әрекетті жасағанын түсіндіре алмайды. Бұл жағдайда бақылау адамдардың төтенше жағдайларға, сондай-ақ күйзеліс жағдайларына тән реакцияларын анықтауға мүмкіндік береді. Бақылауды зерттеу объектісі мен проблемасы туралы нақты түсінік әлі қалыптаспаған және алдын ала гипотезалар тұжырымдалмаған кезде интеллекттік сипаттағы зерттеулерде де қолдану керек. Осылайша, бақылау әртүрлі мақсаттарға қызмет етуі мүмкін. Біріншіден, оны зерттелетін объект туралы ақпарат көзі ретінде пайдалануға болады. Екіншіден, оны зерттелетін объект туралы қосымша ақпарат алу үшін пайдалануға болады. Үшіншіден, бақылау басқа әдістермен алынған мәліметтерді тексеру құралы ретінде қызмет ете алады.

Мониторинг қойылған мақсаттарға жету үшін оны жүзеге асырудың бағдарламасын және жоспарын жасау қажет. Бақылау жоспары оның негізгі кезеңдерін анықтайды, ақпаратты жинау құралдарын, қажетті құжаттаманы (карточкалар, нұсқаулықтар, бланкілер, хаттамалар, [Техникалық құрал-жабдықтар](https://rock-nation.ru/kk/agriculture/shirokouniversalnyi-frezernyi-stanok-sf-676-stanok-specializirovannyi-frezernyi-sf676-tehnicheskie.html)- дауыс жазу құрылғылары, бейнежабдықтар және т.б.), сондай-ақ есеп беру түрлері мен оны мүдделі ұйымдарға ұсыну мерзімдері. Бағдарламаға келер болсақ, ол байқауға жататын проблемалық жағдайды ашып көрсетеді, мақсат-міндеттерді, бақылау объектісі мен субъектісін, сондай-ақ алынған ақпаратты жүзеге асыру және есепке алу жолдарын анықтайды. Ол ғылыми бақылаудың келесі негізгі кезеңдерін анықтайды:

Бақылаудың мақсаты мен міндеттерін анықтау. Мақсатына қарай бақылаудың міндеттері оның объектісіне алдын ала бағдарлану, бақылаушыны қызықтыратын ақпаратты алу, басқа әдістерді пайдалана отырып алынған нәтижелерді нақтылау және тексеру, сондай-ақ алдын ала болжамды ұсыну және оларды тексеру болуы мүмкін;

Бақылау объектісі мен субъектісін анықтау. Бақылау объектісі жеке тұлғалар, олардың әртүрлі қауымдастықтары мен топтары, сондай-ақ олардың іс-әрекет тәсілдері болуы мүмкін. Бақылау объектілері жеке тұлғалардың немесе олардың топтарының (отбасылық, кәсіптік және т.б.) вербалды және вербалды емес мінез-құлық актілері, сондай-ақ зерттелетін жеке адамдар мен әлеуметтік қауымдастықтардың өздеріне тап болатын белгілі бір жағдайлар болуы мүмкін;

Қажетті ақпаратты жинауды тиімді қамтамасыз ететін бақылау әдісін таңдау;

Бақыланатын объектіні, оның әрекеттерін және өзгерістерін тіркеу тәсілдерін анықтау. Бақылау нәтижелерін тіркеу арнайы әзірленген бақылау карточкалары мен хаттамаларында, дәптерлерде, дыбыс және бейне жазбаларда, сондай-ақ кино және фотоқұжаттарда жүргізілуі мүмкін;

Бақылау бақылауын жүзеге асыру. Ол зерттелетін оқиғалар мен жағдайларға байланысты құжаттарға сілтеме жасау, өз бақылауларының нәтижелерін басқа білікті бақылаушылардың бақылауларымен салыстыру және т.б. арқылы жүзеге асырылуы мүмкін;

Алынған ақпаратты өңдеу және интерпретациялау дәстүрлі әдістермен де – алынған эмпирикалық мәліметтерді логикалық жалпылау, қорытынды жасау және т.б., сондай-ақ ЭЕМ көмегімен алынған ақпарат массивтерін өңдеу әдістерімен де жүзеге асырылуы мүмкін;

Бақылау нәтижелері мен қорытындылары бойынша есеп құрастыру. Мұндай есепте бақылау объектісі, пәні, уақыты, орны мен жағдайлары туралы құжаттама, оның әдісі мен бақылаушының рөлі, бақыланатын адамдардың сипаттамалары туралы мәліметтер, [әлеуметтік топтар](https://rock-nation.ru/kk/foreign/sovokupnost-vzaimosvyazannyh-i-vzaimodeistvuyushchih-socialnyh-grupp.html), белгілі бір жағдайларда олардың қарым-қатынас жолдары мен әрекеттері, сондай-ақ ұсыныстар [практикалық жүзеге асыру](https://rock-nation.ru/kk/equipment/kaskadnaya-model-ais-opredelenie-modeli-zhc-ais-opyt.html)ақпарат алды.

Ағымдағы бақылаудың мақсаттары мен міндеттеріне, зерттелетін жағдайдағы бақылаушының позициясы мен рөліне, зерттеу процедурасының ресімделу дәрежесіне, сондай-ақ оны ұйымдастырудың шарттарына байланысты оның бірнеше түрі бөлінеді.

Олардың негізгілері мыналар:

*- стандартталмаған*(құрылымсыз) *бақылау -*тек бақылау объектісі ғана айқындалатын, бірақ зерттеуші зерттелетін процестің қандай элементтерін, оқиғаларды, жағдайларды және т.б. бақылайтынын алдын ала анықтамайтын қоғамдық құбылыстар мен процестерді зерттеу әдісі. Бақылаудың бұл түрі проблемалық жағдайды анықтау мақсатында зерттеудің бастапқы кезеңінде жиі қолданылады;

*- стандартталған*(құрылымдық) *бақылау -*зерттеу объектісі мен пәні ғана емес, сонымен қатар алға қойылған мақсаттарға жету және алдында тұрған мәселелерді шешу үшін маңызды болып табылатын зерттелетін процесс элементтерінің құрамы алдын ала анықталатын эмпирикалық ақпаратты жинау әдісі зерттеуші немесе зерттеу тобы. Оны зерттеу пәнін нақты сипаттау үшін ақпарат жинаудың негізгі әдісі және басқа әдістермен алынған нәтижелерді тексеру, сонымен қатар оларды түзету әдісі ретінде пайдалануға болады. Стандартталған бақылауды пайдалану зерттеу пәнін жақсы білуді және оны жүзеге асыру процесінде қолданылатын категорияларды алдын ала стандарттауды, сондай-ақ бақыланатын факторларды анықтауды және оларды кестелер, хаттамалар, карточкалар түрінде көрсетуді талап етеді. және басқа да техникалық құралдар;

*қосылмаған*(сыртқы) *бақылау*- зерттеуші зерттелетін объектіден тыс, оны сырттан зерттейтін әлеуметтік таным әдісі. Бұл жағдайда бақылаушы оқиғалардың барысына қосылмайды, оларға қатыспайды және бақыланатын тұлғаларға сұрақ қоймайды, тек зерттеудің мақсаттары мен міндеттері тұрғысынан не болып жатқанын тіркейді. Қатысушы емес бақылау бақылаушыны қызықтыратын оқиғалар орын алатын әлеуметтік жағдайды сипаттау үшін қолданылады;

*бақылауды қамтиды*- бақылаушы сол немесе басқа дәрежеде зерттелетін процеске тікелей қатысатын, зерттелетін адамдармен және топтармен тікелей байланыста болатын, олармен белгілі бір қызмет саласында қатысатын әлеуметтік таным әдісі;

*далалық бақылау -*зерттеушінің зерттелетін объектімен тікелей байланысын көздейтін нақты өмірлік жағдайда қолданылатын зерттеу әдісі. Стандартталған, стандартталмаған және енгізілген бақылаулардың көпшілігі осы формада жасалады;

*зертханалық бақылау -*бақыланатын топ үшін жасанды түрде жасалған және зерттеушілер бақылайтын жағдайларда жүзеге асырылатын эмпирикалық ақпаратты жинау әдісі. Оны жүзеге асыру барысында топтың мінез-құлқын өзгерген жағдайларда және ол үшін арнайы таңдалған қатысушылардың әрекеттері жүзеге асырылатын жағдайларда бекіту үшін әртүрлі техникалық құралдар қолданылады;

*жүйелі бақылау*- алдын ала белгіленген белгілерді, жағдайларды, процестер мен әрекеттерді жүйелі түрде белгілей отырып, нақты белгіленген кесте бойынша жүргізілетін зерттеу әдісі. Ол зерттелетін процестер мен оқиғалардың динамикасын анықтауға мүмкіндік береді, мысалы, қозғалыстың қажетті ырғағын орнату үшін бір ай немесе бір жыл ішінде адамдардың жұмысқа ауысқандағы тәртібін зерттеу;

*эпизодтық бақылау -*зерттелетін құбылыстар мен оқиғаларды олардың белгілі бір уақыт аралықтарында немесе олардың жүруінің әртүрлі кезеңдерінде тіркелуінің нақты регламенті болмаған кезде бекіту;

*кездейсоқ бақылау*- бақылау бірліктері мен мерзімдері алдын ала берілмейтін, зерттеуші қоғам өмірінің назар аударарлық фактілері мен оқиғаларын бақылап, жазып алатын зерттеу. Сондай-ақ зерттеуші жүйелі бақылауды жүзеге асырған кезде де туындауы мүмкін [қызықты факт](https://rock-nation.ru/kk/forex/soroka-kartinki-i-foto-dlya-detei-interesnye-fakty-kak-narisovat.html)немесе зерттелетін объектімен тікелей байланысты, бірақ ғылыми жобада алдын ала болжанбаған оқиға;

*бір реттік бақылау*- белгілі бір жерде және белгілі бір уақытта болып жатқан бір құбылыс немесе оқиға тіркелетін бақылау;

*панельдік бақылау -*бір объектіде болып жатқан өзгерістерді анықтау мақсатында белгілі бір аралықта жүзеге асырылатын, қайталанатын, уақыт бойынша ұзартылған, жүйелі және ұйымдасқан түрде бақылау процесі;

*бақыланатын қадағалау*- зерттелетін объект туралы сенімді ақпарат алу және болжамды тексеру үшін стандартталған жоспарлар мен құжаттамаларды пайдалана отырып, алдын ала дайындалған бағдарлама бойынша мақсатты түрде жүргізілетін бақылау. Бұл ретте бақылау бақылаушылар санын көбейту және олардың бақылау нәтижелерін салыстыру, сондай-ақ оның процесін күшейту арқылы ұйымдастырылады;

*бақылаусыз қадағалау*- бақылаушының нақты өмірлік жағдайларды зерттеуде қатаң жоспарсыз және алдын ала дайындалған құжаттаманы қолдану арқылы жүргізетін бақылауы.

Танымдық іс-әрекеттің алғы шарты бола отырып, жалпы алғанда, бақылау эмпирикалық тұжырымдар жиынтығы түрінде объект туралы алғашқы ақпаратты береді. Неопозитивизм тәжірибе деректерін бекітуді хаттамалық сөйлемдер мәселесі ретінде квалификациялады, одан ғылыми теория шығарылады және оны тексеру үшін негізінен ғылыми теория қысқартылуы мүмкін.

**Эксперимент.**

*Эксперимент*бақыланатын және бақыланатын жағдайларда шындықтың құбылыстары зерттелетін таным әдісі болып табылады. Ол есептерді құрастыруды және оның нәтижелерін түсіндіруді анықтайтын теория негізінде жүзеге асырылады. Көбінесе эксперименттің негізгі міндеті - принципті маңызы бар теорияның гипотезалары мен болжамдарын тексеру. Бұл жағдайда біреу айтады *шешуші эксперимент,*жалпы ғылыми таным ақиқатының критерийі қызметін атқара отырып, оны тәжірибенің бір түрі ретінде қарастыру. Эксперимент олардың элементтерін қайта реттеу, сондай-ақ оларды жою немесе басқалармен ауыстыру арқылы оларға әсер етуге мүмкіндік беретін жасанды жүйелерді құруды қамтиды.

Эксперимент теорияның жағдайымен белгіленген белгілі бір когнитивті мәселелерді шешу үшін жүргізіледі. Екінші жағынан, оның өзі өз шешімін талап ететін жаңа мәселелерді тудырады, яғни ол сонымен қатар жаңа білімнің қуатты генераторы болып табылады.

Эксперимент келесі нәтижелерге қол жеткізуге мүмкіндік береді:

бүйірлік (фондық) факторлар жасанды түрде жойылған кезде құбылысты оның «таза» түрінде зерттеу;

жасанды түрде жасалған объектінің қасиеттерін зерттеу [экстремалды жағдайлар](https://rock-nation.ru/kk/equipment/s-mka-v-ekstremalnyh-usloviyah-podrobnosti-iz-pervyh-ust-ekshn-kamery.html)немесе табиғи режимдерде әлсіз немесе көрінбейтін құбылыстарды тудыруы;

қажетті нәтиже алу үшін әртүрлі шарттарды жүйелі түрде өзгерту және өзгерту;

қатаң бекітілген және қайталанатын жағдайларда процестің барысын қайта-қайта жаңғырту.

Қазіргі ғылым эксперименттердің әртүрлі түрлерін қолданады: сапалық және өлшемдік, толық масштабты және ментальді, модельдік, есептеулік және т.б.

*Сапалық эксперимент*, бұл саладағы ең қарапайымдардың бірі болып саналады [іргелі зерттеулер](https://rock-nation.ru/kk/loans/fundamentalnye-issledovaniya-metodika-ocenki-ekonomicheskoi-effektivnosti-primeneniya-uchebno-trenirov.html), теорияда болжанған құбылыстың бар немесе жоқтығын анықтауды мақсат етеді.

Неғұрлым күрделі *өлшеу эксперименті*, объектінің кез келген қасиетінің сандық анықтығын ашу.

*Далалық тәжірибе*Объектілермен жүргізілетін және зерттелетін шындық жағдайларының өзі әдетте оқиғалардың табиғи ағымына экспериментатордың араласуын болжайды.

*ойлау эксперименті*зерттеушіні қызықтыратын қасиеттерді көрсететін жағдайдың шарттарын орнатуды, сондай-ақ идеалдандырылған объектілермен жұмыс істеуді қамтиды.

Аралық күй *модельдік эксперименттер*жасанды түрде жасалған модельдермен жүргізіледі. Олар кез келген нақты объектілер мен жағдайларға сәйкес келуі немесе сәйкес келмеуі мүмкін осы модельдердің нақты өзгеруін ұсынады.

Соңғы онжылдықтарда ол кең таралған *есептеу эксперименті*, ЭЕМ көмегімен процестің математикалық модельдерінің нұсқаларын есептеуге және олардың ең оңтайлысын таңдауға негізделген.

«және бүгін бірінші кезең туралы - ***Ақпаратты іздеу және жинау.***

Егер тапсырма/проблема/мақсат болса, бірақ оның шешімі болмаса, онда бұл шешімді іздеу кезеңі сөзсіз басталады.

Ал мәселе неғұрлым дұрыс тұжырымдалған болса, оның шешімін табу оңайырақ болады.

Егер мәселе тривиальды болса, онда ақпаратты іздеудің бір қадамы жеткілікті - ашық ***Интернет іздеу жүйесі***, біз сұрау жасаймыз - және бізде бірнеше ақпарат көздері бар.

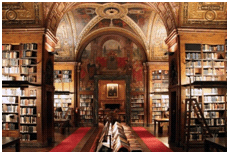
https://i0.wp.com/tehread.ru/wp-content/uploads/2014/08/galka.pngБұл жағдайларда талап етілетін негізгі дағды ***дұрыс өтініш жасаңыз.***Бірақ мұны да сауатты жасау керек және мұны да үйрену керек.

Менің ойымша, адамдардың 90 пайызы ақпаратпен жұмыс істеудің осы деңгейімен шектеледі. Мәселе болды - іздеу жүйесіне бардым - жауап алды.

Егер міндеттер осы шектен шықпаса, атап айтқанда, тұрмыстық сұраққа жауап табу немесе жаңалықтардан хабардар болу, онда ақпаратпен жұмыс істеудің жеке жүйесін құру туралы алаңдаудың қажеті жоқ шығар.

Ақпаратпен жұмыс істейтіндер үшін 1000 файл немесе кітаптар бірлігінде көрсетілген үлкен массивтерді жинау және өңдеу қажеттілігі ақпаратпен жұмыс істеу жүйесін құру қажет болады.

Ақпаратты басқару жүйесінің қажеттілігі



Кез келген жоғары деңгейдегі маманның өз білім кітапханасы болады.

Білімнің шекарасы жоқ және үнемі жетілдіруді және жаңартуды қажет етеді.

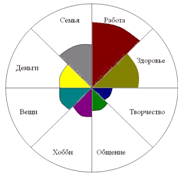
Бұл жағдайда ақпарат жинау болып табылады ***жүйелі сипат.***Анау. Ақпарат білім қорына енгізіледі ***үнемі.***

Бірақ ақпаратпен жұмыс істеу жүйесіне қажеттілік тек арасында ғана емес [кәсіби мамандар](https://rock-nation.ru/kk/agriculture/planirovanie-poshagovyi-plan-meropriyatii---struktura-sostavit.html), ол сондай-ақ күнделікті деңгейде, өзін-өзі дамытуға немесе ең болмағанда өмірін ретке келтіруге ұмтылатын әрбір адамның жеке өмірінде туындайды.

Өмір үздіксіз әрекеттің үздіксіз ағыны сияқты ағып кетуі мүмкін. Мұндай ағында жеке бөліктерді бөліп алу және құрылымдау қиын. Адам өмір сүреді және болды, оған жетеді.

Бірақ біздің өмірімізді әртараптандыруға, құрылымдауға болады [өмірлік мақсаттар](https://rock-nation.ru/kk/loans/osnovnye-problemy-i-celi-predpriyatiya-cel-predpriyatiya-organizaciya-i-upravlenie-po-dostizheniyu-celi.html)өмірге және біздің бүкіл өмірімізге мән беру.

Ағымдағы жағдайды талдауға арналған құралды сіз бұрыннан білетін шығарсыз ***«Өмір дөңгелегі».***Ол өзіңіздің қазіргі жағдайыңызды бағалауға және қай салада даму қажет екенін анықтауға мүмкіндік береді.

  
Мұндай бірнеше бағыт/бағыттар болуы мүмкін (әдетте, 10-нан көп емес): «Денсаулық», «Рухани даму», «Спорт», «Мансап», «Отбасы», «Қаржы» т.б.  
Кез келген салада үздік болу үшін білім керек. Ал бұл процесс ақпарат жинаудан, дәлірек айтқанда, осы тақырыптар бойынша жеке кітапхананы қалыптастырудан басталады.

Сонымен, ақпаратпен жұмыс істеу жүйесінің болуы жұмыста да, жеке өмірде де қажет. жұмыс арасындағы және [жеке өмір](https://rock-nation.ru/kk/subtleties/zamestitel-prezidenta-sb-rf-kuznecov-stanislav-konstantinovich.html)Өздеріңіз білетіндей, теңгерім болуы керек.

Неліктен біз ақпаратты жинаймыз?

Ақпарат жинау өз алдына мақсатқа айналмау үшін ақпаратты не үшін жинайтынымызды шешейік.

«… *біз ақпаратты білім жинау үшін емес, дұрыс әрекет ету үшін жинаймыз».*», - деді басшылық гуру **Питер Ф. Дракер.**

Ақпаратты жинау тек білім жинау үшін емес, ең соңында - жұмыста немесе үйде болмай, дұрыс шешім қабылдау және мақсатымызға жету үшін екенін есте ұстаған жөн.

Ақпаратты қашан, қайда және қалай жинау керек?

Осы сұрақтарға жауап берейік.

**Қашан?**

Маманның білім қоры қалыптасатын болса, онда ақпарат үнемі жаңартылып отырады. Жаңа ақпарат пайда болды, тақырып назар аударды - ақпарат бірден осы дерекқорға түседі.

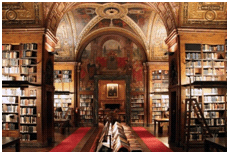
Сіз қалта жасай аласыз **«Қарау үшін»**және жүйелі түрде жаңа ақпаратты өңдеу, қажет емес ақпаратты жою және қажетті ақпаратты жүйеңіздің тақырыптық анықтамалықтарына тарату (ақпаратты жүйелеу туралы келесі мақалаларда айтатын боламыз).

Егер шешім қабылдауды талап ететін нақты тапсырма шешілсе, онда ақпарат жинау ситуациялық және бір реттік болуы мүмкін. Анау. жиналды - мәселені шешті - есеп алды - сақтауға арналған есеп.

Бұл компанияны басқару сияқты: мүмкін ***тұрақты басқару***, мүмкін ***ситуациялық***. Бір қызығы, екеуі де жұмыс істейді.

Бірақ басқарушылық, ашықтық, әбігер мен күйзелістің болмауы, ақыр соңында - тұрақты басқарудың тиімділігі әлдеқайда жоғары.

Анау. деген сұраққа жауап беру - қашан - жағдайға сәйкес мүмкін, бірақ бұл, әрине, жақсырақ - үнемі және Технологияны пайдалану.

****Ақпаратты қайдан жинау керек?

Мұны істеу үшін ақпарат бар екенін есте сақтаңыз ***бастапқы және қосалқы.***

**Екінші**- бұл кейбір дереккөздерде, мысалы, кітаптарда, журналдарда, бухгалтерлік есеп деректерінде, статистика бөлімінде, есептерде, алдыңғы зерттеулерде және т.б. бар ақпарат.

**Негізгі**берілген мәселені шешу мақсатында тікелей алынатын ақпарат. Бұл әртүрлі сауалнамалар, сұхбаттар, бақылаулар.

Қосымша ақпарат, әдетте, басқалардың қатысуынсыз үстелдік зерттеу процесінде жиналады. Орны: [жұмыс орны](https://rock-nation.ru/kk/services/transportnaya-dostupnost-rabochego-mesta-kem-opredelyaetsya.html), кітапхана.

Егер бұрыннан жүргізілген зерттеулер сатып алынған болса, біз тиісті сұраныс пен төлем жасаймыз.

Менің ойымша, бұл түсінікті. ***Екінші***- бұл кейбір ақпарат құралдарында бұрыннан бар ақпарат.

Негізінде олар ақпарат тек осы формада бар екенін ескере отырып, осы ақпаратпен жұмыс істейді.

Дегенмен, көзқарастарды салыстыру үшін белгілі бір мәселе бойынша сарапшыдан немесе бірнеше сарапшыдан сұхбат алу арқылы жақсырақ ақпарат алуға болады.

Немесе компанияңыз, өніміңіз және қызметіңіз туралы не ойлайтыны туралы ақпарат алу үшін тұтынушыларға сауалнама жүргізіңіз.  
Немесе мәселенің тривиальды емес шешімін алу үшін қызметкерлер арасында ми шабуылы.

Мұның бәрі бастапқы ақпаратты жинауға қатысты.

Көшбасшы шешім қабылдай алады - бір немесе екі маманның пікірін тыңдағаннан кейін. Бұл жағдайда ол да ***бастапқы ақпарат жинағы***.

***Бақылау***сияқты адамның мінез-құлқы үшін [сауда алаңы](https://rock-nation.ru/kk/ideas/osnovnye-instrumenty-merchandaizinga-instrumenty-merchendaizinga-vremya-v.html)- бұл сондай-ақ, мысалы, витриналарды орналастыру туралы шешімдер қабылданатын бастапқы ақпаратты жинау.

Сонымен ***, бастапқы ақпарат***- бұл әзірге ешбір тасымалдаушыда жоқ ақпарат және біз оны басқа адамдармен байланысу арқылы жинауымыз керек.

Бұл жалпы мағынада азды-көпті түсінікті болады деп ойлаймын.

Ақпаратты қалай жинау керек?

Бұл сұраққа жауап берейік, яғни. қайсысын анықтаңыз ***ақпаратты жинау әдістері***бар.

Мақалада айтқанымдай, «» - әр кезеңде жұмыстың кезеңдері мен әдістерін білу маңызды.

Қазір қарастырып жатырмыз ***Бірінші кезең – ақпаратты іздеу және жинау.***Ал біз ақпарат жинау әдістеріне жақындадық.

**Ақпаратты іздеу әдістері**:

1. **Сіздің білім қорыңызды тексеру.**

Сізде файлдар, кітаптар, аудио және бейне материалдар түрінде жинақталған деректер қоры бар. Сіз жасай алатын бірінші нәрсе - сізде бар ақпараттың арасынан іздеу.

Әдетте, ақпарат дұрыс жүйеленіп, кодталған болса, мұны істеу қиын емес. Сұрау жеткілікті **Іздеу**файл атауы бойынша немесе кодтауыңызға сәйкес басқа жолмен.

Егер ақпарат жүйеленбеген болса, онда құжат мәтініндегі түйінді сөздер бойынша іздеуге болады. Бұл операциялар мүмкіндік береді **Microsoft Windows.**

Осылайша, қажетті сұрау критерийлерін көрсету ( ***[түйінді сөздер](https://rock-nation.ru/kk/foreign/upravlenie-osnovnym-kapitalom-klyuchevye-slova-kursovaya-rabota-upravlenie.html)***) дерекқорыңыздан қолайлы қалталар мен файлдарды оңай таба аласыз.

Екінші қадам - ​​баспа кітаптар мен журналдарды кітапханадан іздеу.

Кітаптар тізімін келесі жолмен кеңейтуге болады:

Тізім жасаудан бастаңыз.

Мен «» кітабымда тізімді құру үшін негізгі ақпарат көздерін келтірдім:

3. Мамандандырылған форумдардан әдебиеттер тізімін іздеңіз.

4. Мамандандырылған тарату тізімдеріне әртүрлі жазылымдар.

5. Өз пәніңізге арналған әртүрлі электронды қауымдастықтарға қатысу.

6. Дүкендерге бару, оның ішінде интернет-дүкендерді іздеу.

7. Қажетті әдебиеттерді ұсыну туралы өтінішпен мамандарға жүгіну.

Бұл тақырып бойынша маңызды кітаптар тізімін алудың негізгі көздері

**2. Үстелдік зерттеу**.

Қолданыстағы білім қорынан ақпаратты алғаннан кейін сіз оны келесі арқылы толықтырасыз:

Орталық кітапханалардағы кітапхана қорымен жұмыс жасау, статистикалық және мұрағаттық қызметтерге сұрау салу.

Іздеу жүйелерінде жұмыс істеу.

Телебағдарламаларды, бейне және аудио материалдарды көру.

Қосымша ақпаратпен жұмыс істеудің осы кезеңінде сіз аяқтауға және қажет болған жағдайда бастапқы ақпаратты жинауға кірісуге болады.

**3. Қызықтыратын тақырып бойынша сарапшылармен қарым-қатынас жасау.**

Көбінесе сарапшылар ақпаратты іздеу ауқымын кеңейтуге болатын «ілмектерді» береді. Маманнан біліңіз - қандай ақпарат көздері ең маңызды екенін, алдымен қандай кітаптарды оқу керектігін және т.б.

Сарапшылардың қол жетімділігі қазіргі уақытта Интернетті қамтиды. Теру жеткілікті **YouTube**Сіздің сұрағыңыз - және көптеген бейне материалдар, дәрістер, семинарлар болады. Тек шынымен лайықты мамандарды таңдау ғана қалады.

Бірақ жанды қарым-қатынасты пайдаланған дұрыс, осылайша байланыстарыңызды кеңейтіп, қарым-қатынас дағдыларын жетілдіре аласыз.

**4. Тікелей бақылау.**

Бұл бастапқы ақпаратты жинау әдістерінің бірі. Мысалы, сатып алушылардың әлеуметтік-демографиялық портретін алу үшін ең көп трафикті бір күнді бөліп алып, кестені толтыру жеткілікті - жас, жыныс және уақыт бойынша топтар. Өте [пайдалы ақпарат](https://rock-nation.ru/kk/equipment/kogda-byvayut-skidki-v-mazekeya-promokody-i-skidki-mothercare-poleznaya.html)шешімдер үшін.

**5. Сауалнама, сұрақ қою, тестілеу.**

Көптеген әдістер болуы мүмкін: бұл фокус-топтар, миға шабуыл сессиялары, Ишикава моделін пайдалану және т.б.

Ақпаратты жинау кезеңінде маңызды және пайдалыны таңдау үшін кейбір артықшылықтарды жасаған дұрыс.

Осымен шектелейін, сахнада алғаш рет ақпарат іздеу жеткілікті деп ойлаймын.

Егер сізде сұрақтар болса, мен жауап беруге қуаныштымын. Пікірлерде жазыңыз.

Құрметпен, Николай Медведев.

Copyright © 2023 rock-nati