**Ситуация 1.**

В США одним из наиболее показательных примеров важности выборки может служить случай, происшедший во время президентских выборов в 1936 году. Журнал «Литрери Дайджест», успешно прогнозировавший события нескольких предшествующих выборов, разослав десять миллионов пробных бюллетеней своим подписчикам, а также людям, выбранным по телефонным книгам всей страны и людям из регистрационных списков автомобилей. В 25% вернувшихся бюллетеней (почти 2,5 миллиона) голоса были распределены следующим образом:

• 57 % отдавали предпочтение кандидату-республиканцу Альфу Лэндону

• 40 % выбрали действующего в то время президента-демократа Франклина Рузвельта

*1) Является ли представленный пример выборки репрезентативным или нет и почему?*

Выборка не является репрезентативной. Ошибка «Литрери Дайджест» заключалась в следующем: желая увеличить репрезентативность выборки, – так как им было известно, что большинство их подписчиков считают себя республиканцами, – они расширили выборку за счет людей, выбранных из телефонных книг и регистрационных списков. Однако они не учли современных им реалий и в действительности набрали еще больше республиканцев: во время Великой депрессии обладать телефонами и автомобилями могли себе позволить в основном представители среднего и верхнего класса (то есть большинство республиканцев, а не демократов).

*2) Что необходимо скорректировать, чтобы результат отражал реалии событий?*

Необходима репрезентативная выборка, т.е. такое процентное соотношение, которое отражает основную характеристику генеральной совокупности – процентное соотношение демократов и республиканцев в стране.

*3) Возможно ли вообще проведение исследований в данном вопросе или же нет? Если «ДА», то представьте свою структуру данного исследования? (В данном случае от Вас требуется отразить блок-схему проведения данного исследования с необходимыми пояснениями к каждому шагу)*

В данном вопросе возможно проведение исследования.

*4) Какие последствия для бизнеса может иметь такое политическое исследование? Что требуется порекомендовать топ-менеджерам компаний, чьи ожидания не оправдались?*

Политический риск часто таит в себе опасность того, что отдельные предприятия могут понести убытки и сократить прибыль. Но политический риск не всегда связан с потерями и негативными последствиями, он может иметь и положительное влияние, стимулируя рост и процветание бизнеса. В любом случае политический риск оказывает особое влияние на деятельность компаний.

Избавиться от политических рисков не представляется возможным, а вот снизить их отрицательное влияние можно, это достигается квалифицированной оценкой всех возможных рисков при планировании бизнеса.

Изучать и устранять негативные последствия рисков нужно заранее. Одним из методов снижения политического риска является страхование политических рисков. Оно включает страховку от риска невыплат со стороны импортеров по причине введения эмбарго на импорт и экспорт, либо от запретов на перевод валютных средств.

**Ситуация 2.**

Компания, проводившая исследования по поводу внедрения новой системы стимулирования персонала предприятия, в одном из филиалов, в качестве эксперимента, внедрила систему, пояснив сотрудникам, что это эксперимент, в течение которого будет производиться наблюдение. Требуется отметить, что сотрудники предприятия – коллектив среднего возраста (35-45 лет.). По результатам компания определила, что новая система эффективна. В результате внедрения были получены неутешительные результаты, определившие, что система не работает, а сотрудники начали увольняться.

*1) Определите тип исследования, проводимого компанией, и опишите основные требования к нему?*

Тип исследования – экспериментальное. К общим требованиям организации экспериментального исследования относятся: четко сформулировать цель исследования, определить выборку исследования; необходимо тщательно продумать и прописать методики проведения эксперимента; определить условия, в которых будет проходить эксперимент (место и время его проведения); необходимо эти условия создать заранее, до того, как начнется процедура эксперимента.

*2) Что необходимо скорректировать, чтобы результат отражал реалии событий?*

Необходимо объяснить сотрудникам, зачем компания вносит эти изменения и чего она надеется добиться, внедряя эти изменения, т.е. должно быть понимание цели – «Куда мы бежим?». Для того, чтобы люди двигались вперед, им необходимо доказать, что невозможно оставаться на месте, а также не допустить движения в неправильном направлении. Также необходимо организовать вовлеченность в процесс.

*3) Возможно ли вообще проведение исследований в данном вопросе или же нет? Если «ДА», то представьте свою структуру данного исследования? (В данном случае от Вас требуется отразить блок-схему проведения данного типа исследования с необходимыми пояснениями к каждому шагу)*

Определение цели и задач исследования

1 ЭТАП ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ

Определение предмета и объекта исследования

Установление сроков проведения эксперимента

Сбор и предварительная обработка информации для проведения исследования

2 ЭТАП

ОСНОВНОЙ

БЛОК 1. ИЗУЧЕНИЕ СТРУКТУРЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Выявление и анализ расходов на оплату труда

Выявление и анализ прочих выплат материального стимулирования труда

Анализ прочих выплат

Анализ социального пакета

Анализ расходов на соц. развитие предприятия

Анализ социальных выплат работникам

БЛОК 2. РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ НОВОЙ СИТЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ

БЛОК 3. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА

Обобщение результатов проведенного исследования

3 ЭТАП

ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЙ

Разработка рекомендаций по совершенствованию системы стимулирования труда на предприятии

*4) Определите рекомендации топ-менеджерам и исследовательским отделам по проведению подобных исследований в виде памятки (воспользуйтесь курсами лекций по модулю).*

Для успешного проведения изменений необходимо учитывать следующие факторы: понимание цели изменений, руководство изменениями, вовлеченность в процесс, наличие ресурсов для проведения изменений, своевременность проведение изменений, фокусирование на приоритетных целях, четко определенные роли и обязанности, консультации в период проведения изменений, учесть возможные риски.

**Ситуация 3.**

Основываясь на данных крупного консалтингового агентства в области управления коммерческой недвижимостью, компания принимает решение о начале строительства купного офисного объекта в центре города. На момент окончания строительства и фактического начала сдачи помещений в аренду выясняется, что предлагаемая цена не конкурентоспособна, потребность рынка в таком количестве помещений сильно преувеличена.

*1. Определите тип исследования, проводимого компанией, и опишите основные требования к нему?*

Тип исследования – эмпирическое. Формирование выборки должно отвечать следующим требованиям: содержательному критерию или критерию операциональной валидности, критерию эквивалентности испытуемых или критерию внутренней валидности, критерию репрезентативности, то есть соответствия характеристик испытуемых данной выборки характеристикам представителей всей генеральной совокупности.

*2. Что необходимо скорректировать, чтобы результат отражал реалии событий?*

Необходима репрезентативная выборка, т.е. такое процентное соотношение, которое отражает основную характеристику генеральной совокупности. Кроме этого, необходимо учесть изменения во времени данных (от момента проведения исследования до реализации).

*3. Возможно ли вообще проведение исследований в данном вопросе или же нет? Если «ДА», то представьте свою структуру данного исследования? (В данном случае от Вас требуется отразить блок-схему проведения данного типа исследования с необходимыми пояснениями к каждому шагу)*

*4. Определите рекомендации топ-менеджерам и исследовательским отделам по проведению подобных исследований в виде памятки (воспользуйтесь курсами лекций по модулю).*

Необходимо учитывать следующие этапы:

1. Обнаружение факторов, которые по независящим от компании основаниям могут повлиять на арендную плату.

2. Выбор способа формирования стоимости.

3. Создание и внедрение наиболее результативной схемы ценообразования.

4. Изменение цены согласно сложившейся на рынке ситуации.