

## Chestionar PIC<sub>EEE1</sub>

### Purpose, Improvement & Commitment

(descriere sintetică)

#### DESCRIERE PIC<sub>EEE1</sub>

**Chestionarul PIC** (Purpose, Improvement & Commitment) este un instrument construit pentru a evalua sensul dat muncii, nivelul de implicare în muncă și angajamentul organizațional al unei persoane, pe de o parte, și măsura aceasta simte că activitatea profesională din acel colectiv contribuie la dezvoltarea personală și profesională, pe de altă parte. Prin identificarea acestor factori, la nivel individual sau organizațional, se pot implementa strategii eficiente de creștere a satisfacției și performanței în muncă, consolidând astfel cultura organizațională și promovând un mediu de lucru pozitiv și productiv.

**Chestionarul PIC** este parte a **Kit-ului EEEE** (Evaluating the Employee Engagement Experience) care conține chestionarele JCB, OCL și PIC.

**Chestionarul PIC** est un instrument standardizat, compus din **84 de itemi** formulați la persoana I.- a singular, cu o scală de răspuns de tip Likert în 5 trepte, de la 1 („În foarte mică măsură”) la 5 („În foarte are măsură”). Răspunsurile angajaților sunt agregate, standardizate și reprezentate grafic prin intermediul a **11 de dimensiuni psiho-sociale**, grupate în trei arii majore:

- **Scop și angajament** (*Purpose & Commitment*), cu dimensiunile: 1. Scopul muncii; 2. Impactul muncii; 3. Implicarea în muncă; 4. Angajament organizațional; 5 Promotor organizațional;
- **Dezvoltare profesională** (*Personal Improvement*), cu dimensiunile: 6. Valorificarea punctelor forte; 7. Experimentare și inovație; 8. Comunicare și transparență; 9. Feedback profesional; 10. Recunoaștere și apreciere;
- **Percepții despre sine** (*Self-Perception*), cu dimensiunile: 11. Încredere în sine; 12. Tendința de fațadă.

Dimensiunile incluse în **Chestionarul PIC** sunt selectate pe baza literaturii științifice din psihologia muncii și organizațională, fiind în acord cu modele internaționale validate empiric precum JD-R Model (Demerouti & Bakker, 2001), teoria autodeterminării (Deci & Ryan, 2020), modelul angajamentului în muncă (Schaufeli & Bakker, 2004), teoria suportului organizațional perceput (Eisenberger et al 1986; Kurtessis et al., 2017) și cercetări recente privind etica organizațională, leadershipul și employer branding (Biswas & Suar, 2016; Azhar et al., 2024).

Utilizarea Chestionarului PIC poate oferi multiple beneficii în evaluarea și dezvoltarea resurselor umane. **La nivel individual**, facilitează identificarea gradului de potrivire cu rolul actual, precum și a nivelului de angajament și loialitate față de organizație. **La nivel de echipă**, permite analiza diferențiată a percepțiilor în colective profesionale diferite, ajutând la fundamentarea intervențiilor pentru îmbunătățirea

comunicării, relațiilor și suportului reciproc. **La nivel organizațional** se pot realiza diagnoze organizaționale focalizate pe analiza comparativă a celor 11 dimensiuni, analize ale rezultatelor din diferite colective sau categorii de angajați pentru fundamentarea deciziilor strategice legate de angajați și angajamentul organizațional. Chestionarul poate fi utilizat cu succes atât în evaluări individuale de tip coaching/ consiliere cât și în optimizarea activității în echipă sau studii de impact asupra satisfacției și implicării angajaților.

**Timp mediu** de completare a chestionarului online: *15 minute*.

**Vârsta minimă** de la care este posibilă evaluarea: *18 ani*.

## FACTORI PIC

### I. Scopul muncii (*sense of purpose*)

( – ) Vede activitatea profesională ca fiind lipsită de semnificație personală sau impact profund. Nu regăsește o legătură între munca desfășurată și valorile în care crede. Îndeplinește sarcinile mai degrabă ca o obligație decât ca o expresie a sensului personal sau a contribuției semnificative.

( + ) Trăiește un sentiment puternic de împlinire prin activitatea profesională și simte că munca sa este în acord cu valorile personale. Percepe ceea ce face ca parte dintr-un scop mai larg, cu sens și relevanță. Se implică cu autenticitate și motivație, știind că ceea ce face contează.

### II. Impactul muncii (*work impact*)

( – ) Nu percepe rezultatele muncii sale ca fiind vizibile sau apreciate, iar contribuția la succesul organizației sau al clienților pare nesemnificativă. Ideile nu sunt luate în considerare, ceea ce reduce sentimentul de influență personală. Activitatea este resimțită ca izolată și lipsită de impact concret.

( + ) Este conștient de impactul pozitiv pe care îl are asupra organizației, echipei și clienților. Contribuțiile sunt recunoscute, iar ideile propuse sunt aplicate în practică. Se simte parte esențială din succesul colectiv și din atingerea obiectivelor organizaționale.

### III. Angajament organizațional (*organizational commitment*)

( – ) Exprimă un nivel redus de loialitate față de organizație și nu se simte motivat să se implice pe termen lung. Nu ar recomanda compania altora și nu se identifică cu valorile sau obiectivele acesteia. Percepe relația cu organizația ca fiind tranzacțională și limitată în timp.

( + ) Manifestă un angajament puternic față de organizație, exprimând loialitate și dorință de implicare pe termen lung. Se simte mândru de apartenența sa profesională și este motivat să contribuie constant la succesul colectiv.

### IV. Implicarea în muncă (*work engagement*)

( – ) Se implică superficial în activitățile profesionale, resimțind lipsă de energie, motivație și entuziasm. Nu participă activ în întâlniri, evită inițiativele și simte că zilele de lucru trec greu și lipsit de sens.

( + ) Se implică cu entuziasm, dedicare și energie în activitatea profesională. Participă activ în echipă, propune idei, inițiază acțiuni și trăiește zilele de lucru cu plăcere și absorbție.

## **V. Promotor organizațional** (*employer brand advocate*)

---

- ( – ) Nu promovează imaginea angajatorului în afara organizației și evită să vorbească despre locul de muncă în contexte sociale. Nu participă la evenimente de imagine și nu se simte mândru de compania în care
- ( + ) Promovează activ imaginea organizației în cercul personal și profesional, implicându-se în acțiuni care susțin brandul de angajator. Se simte mândru că face parte din companie și o recomandă cu încredere

## **VI. Valorificarea punctelor forte** (*using one's strengths*)

---

- ( – ) Nu are ocazia să își utilizeze sau dezvolte competențele-cheie, iar sarcinile nu valorifică zonele de excelență. Nu se simte încurajat să contribuie prin ceea ce știe să facă cel mai bine, ceea ce reduce eficiența și satisfacția profesională.
- ( + ) Își folosește zilnic competențele în care excelează și este încurajat să își dezvolte punctele forte. Primește sarcini adaptate expertizei sale și contribuie valoros în proiecte relevante pentru nivelul său profesional.

## **VII. Inovație** (*innovation*)

---

- ( – ) Nu are ocazia de a propune idei noi sau de a experimenta soluții inovative. Nu beneficiază de sprijinul managerilor sau de resursele necesare pentru a contribui la procesele de inovare. Colaborarea pe
- ( + ) Are libertatea și sprijinul necesar pentru a experimenta idei noi și a propune soluții inovatoare. Colaborează cu echipa în proiecte creative și beneficiază de susținerea managementului în direcția inovării.

## **VIII. Recunoaștere și apreciere** (*recognition & appreciation*)

---

- ( – ) Simte că eforturile și realizările sale nu sunt recunoscute sau apreciate. Nu primește laude, recompense sau feedback pozitiv pentru munca bine făcută. Climatul de lucru este unul în care performanța trece neobservată.
- ( + ) Primește frecvent recunoaștere și apreciere pentru performanța profesională, atât din partea colegilor, cât și a liderilor. Munca sa este valorizată, iar mediul încurajează gratitudinea și validarea eforturilor.

## **IX. Feedback profesional** (*professional feedback*)

---

- ( – ) Nu primește feedback constant sau constructiv și nu are ocazia de a discuta sau clarifica sugestiile primite. Informațiile oferite sunt generale sau centrate doar pe erori, fără impact real asupra dezvoltării profesionale.
- ( + ) Primește feedback constructiv, regulat și valoros, care susține clarificarea obiectivelor și îmbunătățirea performanței. Poate discuta deschis despre punctele forte și ariile de dezvoltare.

## **X. Comunicare și transparență** (*communication & transparency*)

---

- ( – ) Are acces limitat la informații relevante și nu este implicat în deciziile care îl afectează direct. Percepe lipsă de transparență și dificultăți în comunicarea verticală și orizontală.
- ( + ) Este consultat în deciziile relevante și are acces la informații clare, la timp. Comunică direct cu liderii și resimte o cultură a deschiderii și transparenței în organizație.

## **XI. Încredere în sine** (*coping & self-efficacy*)

---

- ( – ) Manifestă dificultăți în a-și gestiona eficient stresul, provocările și responsabilitățile profesionale. Nu are încredere în deciziile proprii și nu se simte pregătit pentru a face față situațiilor complexe sau imprevizibile. Obstacolele profesionale sunt percepute ca fiind greu de depășit și consumatoare de resurse.
- ( + ) Se adaptează rapid la schimbări, gestionează cu încredere stresul profesional și ia decizii sigure în situații dificile. Are încredere în propriile resurse și este convins că poate depăși orice obstacol. Abordează provocările cu calm și convingerea că va reuși să-și atingă obiectivele.

## **XII. Dezirabilitate & conformism** (*social desirability & conformity*)

---

- ( – ) Își exprimă cu sinceritate opiniile, chiar și atunci când acestea diferă de ale grupului. Nu evită confruntările și își menține autenticitatea în interacțiunile profesionale. Nu este preocupat de a lăsa impresii false sau de a se conforma pentru a fi plăcut.
- ( + ) Tinde să se conformeze normelor și așteptărilor sociale, evitând exprimarea unor opinii contrare sau nepopulare. Își adaptează comportamentul pentru a fi acceptat și perceput pozitiv de ceilalți, chiar dacă acest lucru implică autocenzură sau exagerare.

## **ÎNREGISTRARE DATE PIC**

**Chestionarul PIC** poate fi folosit gratuit în scop de cercetare de către studenți și cercetători.

În acest caz, el poate fi aplicat în format *print* (*creion-hârtie*) sau *electronic* (*Google.form*), itemii chestionarului fiind accesibili pe pagina web de descriere a instrumentului din secțiunea "Metodologie". Pentru descrierea chestionarului vor fi folosite informațiile din acest document (vezi secțiunile următoare) iar pentru obținerea scorurilor pe factori și a coeficienților de consistență internă trebui urmate instrucțiunile din secțiunile care urmează.

### **Pentru cotare manuală/ pentru cercetare**

1. Se creează o bază de date în care fiecare item al chestionarului PIC se definește ca o variabilă numerică cu rădăcina PIC (PIC1, PIC2, PIC 3 .... PIC42) la care se adaugă variabile socio-demografice. În cazul aplicării prin intermediul *Google.form* se redenumesc coloanele corespunzătoare răspunsurilor la fiecare item după modelul PIC1, PIC2, PIC 3 .... PIC42.

2. În baza de date, în dreptul fiecărui subiect/ persoane se înregistrează valorile bifate / alese de acea persoană la itemii chestionarului (1, 2, 3, 4, sau 5).
3. După introducerea în baza de date a valorilor bifate pe chestionar (1, 2, 3, 4, sau 5) și salvarea bazei de date ("bazadate0.sav") se verifica corectitudinea datelor introduse (În SPSS: *Analyze - Descriptive statistics – Frequencies, Minimum si Maximum*).
4. În aceeași bază de date se introduc și valorile la celelalte probe psihologice sau alte variabile luate în calcul în designul de cercetare și se calculează scorurile pe factori la acest probe psihologice.
5. Se trimite baza de date corect completată la adresa [suport@psihoprofile.ro](mailto:suport@psihoprofile.ro) solicitând verificarea consistenței interne și calcularea scorurilor pe factori.

#### **Pentru cotare automată PIC / pentru cercetare & consiliere**

**Chestionarul PIC** poate fi aplicat și în format electronic (on-line), prin invitații e-mail trimise de pe platforma **PsihoProfile** ([www.psihoprofile.ro](http://www.psihoprofile.ro)). Detaliile succinte referitoare la utilizarea PsihoProfile se găsesc la adresa <http://www.psihoprofile.ro/Public/Viitorul>.

Dacă se intenționează colectarea datele direct de pe PsihoProfile înainte de a face acesta este necesară solicitarea acordului din partea PsihoProfile la adresa [suport@psihoprofile.ro](mailto:suport@psihoprofile.ro) și trebuie îndeplinite următoarelor condiții: (a) să fie evaluate minim 100 de persoane și (b) să fie solicitate maxim 2 instrumente similare de pe PsihoProfile.

Dacă se dorește aplicarea chestionarului în format imprimat (creion-hârtie) și înregistrarea în baza de date PsihoProfile (alături de chestionarele aplicate on-line), după logarea pe PsihoProfile, în secțiunea **EVALUARE – "Aplică chestionare"** – (selectează) **PIC** - "Introdu răspunsuri", pot fi introduse datele de pe chestionarele aplicate în varianta imprimată.

La finalul cercetării (după aplicarea/ înregistrarea tuturor chestionarelor), pentru a avea acces la baza de date cu toate chestionarele completate (on-line, introduse automat sau imprimat, introduse manual), se va trimite un e-mail la adresa [suport@psihoprofile.ro](mailto:suport@psihoprofile.ro) pentru a solicita baza de date, precizând: *Numele si prenumele* cercetătorului (clientului PsihoProfile, cel care a oferit spre completare chestionarul), *chestionarul/ chestionarele* aplicate, *intervalul* în care au fost culese datele si *numărul aproximativ* de persoane evaluate. Ca răspuns la acest e-mail se va primi o bază de date în format Excel sau SPSS cu toate chestionarele completate (itemi si scoruri pe factori).

## **CITARE UTILIZARE PIC**

**Citare:** Constantin T., et al. et al. (2026) Measuring the Employee Experience through Job Characteristics: A Psychometric Evaluation of the PIC-EEE Scale (Unpublished manuscript)