**Процедура проведення соціологічного дослідження**

В емпіричному соціологічному дослідженні, як правило, визначається декілька основних етапів. Перші п’ять етапів зазначених нижче, називають програмою дослідження. Програма є необхідним документом, в якому виділяють три розділи: теоретичний (постановка проблеми, визначення мети та завдань, формулювання гіпотези); методичний (обґрунтування вибірки, методів отримання даних, обробки та аналізу інформації); організаційний (план дослідження, порядок проведення окремих етапів, розподіл ресурсів). Далі представлено етапи соціологічного дослідження.

* + 1. ***Обґрунтування дослідження***
		- для кого та для чого проводиться дослідження;
		- наявні ресурси (фінансові, людські, технічні, тощо), джерела надходження ресурсів, яких не вистачає;
		- яким чином дослідження вписується в загальний план роботи
		1. ***Визначення фокусу дослідження***: ключові питання, на які потрібно одержати відповіді та вирішити в ході дослідження.

***Наприклад:***

* + - вивчити соціально-демографічну структуру групи ризику;
		- оцінити необхідність запланованих заходів по профілактиці тютюнопаління;
		- визначити рівень обізнаності представників певної соціальної, або демографічної групи щодо проблеми;
		- визначення зміни рівня обізнаності за результатами проведеної роботи

Сформулюйте до теми вашого дослідження питання: «що?», «хто?», «чому?», «як?», «коли?», «де?».

***Наприклад:*** якщо ви досліджуєте вживання наркотиків юнаками у віці 14 – 16 років в районі (місті), можна скласти такий перелік питань:

* «хто?» - що це за юнаки, які їх соціальні, гендерні та демографічні характеристики;
* «що?» - що за наркотики вони вживають, чи комбінують вони їх;
* «чому?» - причини початку та продовження вживання наркотиків;
* «як?» - яким чином вживають наркотики, які типові обставини, які типи ризикованої поведінки;
* «коли?» - як часто та в який час вживають наркотики, який середній стаж вживання, в якому віці починають вживати наркотики;
* «де?» - в яких місцях району відбувається вживання
	1. ***Формулювання гіпотези***, як обґрунтованого припущення про наявність зв’язку між поняттями (змінними). ***Гіпотеза*** є припущенням про характер та структуру об’єкту, який планується вивчати. Вона має відповідати сенсу дослідження. Гіпотеза вважається правильно сформульованою, якщо в її змісті міститься , хоча б опосередковано засіб її перевірки. Скасування гіпотези в результаті дослідження також є важливим результатом, який допомагає по-новому підійти до проблеми.
	2. ***Вибір методів та засобів дослідження***
		+ опитування – анкета, інтерв’ю;
		+ робота фокус-групи – диктофон;
		+ спостереження – зовнішній спостерігач, або внутрішній

***5. Побудова вибірки***

***Генеральною сукупністю*** є всі люди в складі групи, яка знаходиться у фокусі дослідження. ***Вибірка*** – те число одиниць спостереження, яке за рядом критеріїв визнане достатнім для екстраполяції (перенесення) висновків на всю генеральну сукупність. ***Репрезентативна вибірка*** – вибірка, яка є істинним відображенням генеральної сукупності, тобто має той самий профіль ознак (наприклад статевовікову, або класову структуру). Розрізняють ***одноступеневі*** (в яких одразу відбираються безпосередньо об’єкти дослідження – навчальний заклад, завод), ***багатоступеневі*** (спочатку відбираються певні групи досліджуваних об’єктів, після чого відбір відбувається всередині цих груп). Однак декілька ступенів відбору призводить до появи ***дизайн-ефекту*** (збільшенню помилки вибірки). Обрахувати його складно і можливо лише після закінчення дослідження.

При соціологічному дослідженні використовують наступні ***способи формування вибірок***:

* + - * + ***систематичний відбір*** – відбір за певною системою, схемою (наприклад – якщо генеральна сукупність 100 тис. одиниць, а розмір вибірки визначено в 1000 одиниць, то потрібно відбирати кожен 10 номер зі списку). Це найпоширеніший метод відбору;
				+ ***простий випадковий відбір*** (за типом лотереї) – вибірка, яка формується таким чином, всі одиниці генеральної сукупності мають абсолютно рівні шанси потрапити до вибіркової сукупності. Складний, але самий надійний з точки зору достовірності дослідження метод відбору;
				+ ***регулярний розподіл*** – експериментально доведено, що приблизно з 36 одиниці спостереження починається регулярний розподіл. Тобто вибір тих чи інших варіантів відповідей починає повторюватися, та при подальшому опитуванні нарощується тільки чисельність відповідей, а їх змістовна спрямованість вже істотно для мети дослідження не змінюється. В залежності від кількості критеріїв відбору (наприклад - сімейний стан, наявність дітей, вища освіта) у вибірці має бути представлено 35 одружених, 35 неодружених, 35 з дітьми. 35 без дітей, 35 з вищою освітою і 35 без вищої освіти. В сумі, з урахуванням можливих співпадінь за критеріями відбору отримуємо чисельність вибіркової сукупності;
				+ ***стратифікована пропорційна вибірка*** – маючи дані про властивості генеральної сукупності, з якої складається вибірка. Можна до початку відбору визначити групи (страти) та намітити кількість одиниць спостереження, включених у вибіркову сукупність від кожної страти. Якщо для кожної з цих страт відомий розподіл по всій генеральній сукупності, потрібно орієнтуватися на те, щоб до вибірки пропорційно ввійшла така ж кількість одиниць спостереження по кожній із страт, як і по всій генеральній сукупності. Наприклад, якщо відповідно до гіпотези, на думку респондента може впливати його статевовікові характеристики та рівень освіти, а в складі міського населення 47 % чоловіків, 53 % жінок, 32 % людей у віці від 18 до 25 років та 38% мають вищу освіту, то в такій же пропорції вони мають бути представлені у вибірці;
				+ ***квотна вибірка*** – сукупність вибірки здійснюється квотами (долями) від кожної певної групи населення. Така вибірка не репрезентативна, бо не випадкова, але застосовується для висунення гіпотези. Часто використовується в маркетингових дослідженнях;
				+ ***реплікаційна вибірка*** – вибірки, які розділяються на дві рівнозначні частини. Використовуються в психології, медицині (експериментальна та контрольні групи);
				+ ***експертна вибірка*** – спрямована на вивчення носіїв певної рідкої ознаки (наприклад експерти в певній сфері.). Формуються методом «снігового кому» - знаходиться один респондент і через нього виходять на інших потенційних респондентів;
				+ ***диспропорційна вибірка*** – інколи тільки така вибірка може забезпечити достовірність емпіричного дослідження. Наприклад - потрібно вивчити певні особливості етнічних груп. Якщо основна етнічна група – 90 %, а національні меншини складають 10 % населення, побудова репрезентативної вибірки із співвідношенням 1 до 10 не забезпечить мету дослідження. Потрібно визначити рівні квоти для названих груп. Така вибірка не буде пропорційною відносно генеральної сукупності, але тільки вона зможе забезпечити мету виконання мети дослідження;
				+ ***хаотична (безсистемна) вибірка*** – відбір всіх бажаючих (телевізійне опитування);

Об’єм вибірки залежить від однорідності досліджуваного об’єкта – чим більше відмінностей, тим більша вибірка; від кількості та об’єму підгруп, які будуть в подальшому аналізуватися. Мінімальний об’єм вибірки 12 об’єктів.

В таблиці представлено об’єм вибіркової сукупності (при випадковому відборі!) в залежності від генеральної сукупності, які дають максимальну помилку 5%, 3%

|  |  |
| --- | --- |
| Об’єм генеральної сукупності | Об’єм вибіркової сукупності (всіх людей, яких потрібно дослідити) |
| 5 % | 3 % |
| **100** | **80** |  |
| **200** | **133** | **169** |
| **500** | **222** | **344** |
| **1000** | **285** | **526** |
| **2000** | **333** | **714** |
| **5000** | **370** | **909** |
| **10000** | **384** | **1000** |
| **20000** | **392** | **1052** |

***Розробка анкети передбачає дотримання певних правил***:

* макет опитувального листа: зазначення повної назви організації та структурного підрозділу якій проводить дослідження (1-ша сторінка); звернення до учасника опитування (центральна частина 1-ої сторінки): повідомлення мети дослідження; запрошення до участі в обговоренні визначеної проблеми; нагадування про значимість відвертих відповідей; інформація про способи відповідей на питання різних типів; гарантія анонімності; подяка за згоду взяти участь в опитуванні; місто, рік проведення дослідження;
* співвідношення запитань: дотримання принципу розподілу складних (в середині) та простих (на початку) питань; кількісне співвідношення складних і простих питань (1:3); рівномірність розподілу питань різного типу по всій анкеті; антропометричні питання (в кінці анкети): стать, вік, освіта, етнічний статус, соціальний статус, матеріальне положення;
* графіка анкети: яскрава та лаконічна назва, яка відображає ідею (окрема сторінка, центральне місце); формулювання питань та варіанти відповідей надруковані різними шрифтами, або виокремлюються відступом лівого поля; питання-фільтри повинні мати чіткі, виділені шрифтом посилання з вказівкою до якого питання переходити після відповіді на попереднє; за потребою додаткові коментарі до окремих питань; використання малюнків нейтрального характеру;
* оцінка питань: якість питань: доцільність, доступність; кількість (15-45 питань);
* пілотажне дослідження: апробація анкети, корекція питань за результатами апробації;
1. ***Проведення дослідження (збір даних та реєстрація отриманої інформації)***
2. ***Інтерпретація результатів*** (обробка та узагальнення отриманих даних): коротко описуються вагомі результати дослідження, не дублюючи тих, які вже представлялися в емпіричній частині дослідження. Повідомлення про підтвердження, або не підтвердження гіпотези
3. ***Оформлення звіту за результатами дослідження, рекомендацій***. Аналітичний зміст містить ***передмову*** (назву закладу який здійснює дослідження, джерела фінансування. подяку учасникам, консультантам, експертам), ***зміст*** (глави, параграфи, списки таблиць та графіків, якщо вони є), ***вступ*** (формулювання мети, актуальності, значимості дослідження, гіпотези, опис та обґрунтування вибірки, характеристика методів та процедур), ***теоретична частина*** (пояснення та обґрунтування постановки проблеми), ***емпірична частина*** (самий об’ємний розділ, тому розділяється на більш дрібні частини відповідно до досліджуваних змінних), ***висновки*** (найвагоміші результати дослідження, не дублюючи тих, які представлялися в емпіричному дослідженні, повідомлення про підтвердження, або скасування гіпотези), ***примітки***, ***бібліографія***, ***додатки***.
4. ***Презентація результатів.***

***Використана література:***

* + - Кокрен У. Методы выборочного построения. – М.: Статистика, 1976.
		- Паниотто В.И., Максименко В.С., Количественные методы в социологических исследованиях. – К.: Наукова думка. 1982
		- Сикевич З.В. Социологическое исследование: практическое руководство. - СПб.: Питер, 2005. – 320с.: ил.
		- Чурилов Н.И. Проектирование выборочного социологического исследования. – К.: Наукова думка, 1986.