Тема: «Организация и проведение исследования социума и рынка»

Содержание

Введение

1. Роль социологических исследований в управлении обществом

* 1. Виды исследований социума и рынка
  2. Характеристика основных методов исследования социума и рынка

2. Проектирование плана проведения исследования [социальной проблемы]

2.1 Определение генеральной совокупности и выборки исследования социальной проблемы

2.2 Характеристика основных этапов проведения исследования [социальной проблемы]

3. Проведение пилотного исследования общественного мнения о [социальной проблеме – из задания]

3.1 Проектирование анкеты пилотного исследования [социальной проблемы]

3.2 Анализ результатов пилотного исследования [социальной проблемы]

Заключение

Список использованных источников

Приложение - Анкета

Введение

Актуальность проблемы

Проработанность проблемы: указать, кто писал о видах, методах, этапах исследования социума и рынка, а также о социальной проблеме (из задания).

Цель исследования – проектирование программы исследования [социальной проблемы].

Задачи исследования:

- теоретический анализ подходов к проведению исследований социума и рынка;

- разработка инструментария исследования социальной проблемы и проведение пилотного исследования;

- разработка плана исследования социальной проблемы.

Объект исследования – организация и проведение исследования социума и рынка.

Предмет исследования – организация и проведение исследования [социальной проблемы – из задания].

Методы исследования - анализ литературы, анкетирование, проектирование.

Объем – 2 страницы

1 Роль социологических исследований в управлении обществом

1.1 Виды исследований социума и рынка

1.2 Характеристика основных методов исследования социума и рынка

2. Проектирование плана проведения исследования [социальной проблемы]

2.1 Определение генеральной совокупности и выборки исследования [социальной проблемы]

Дать определение генеральной совокупности. Описать факторы и способы формирования выборки исследования.

Описать генеральную совокупность для проведения исследования [социальной проблемы]. Определить объем выборки c учетом, что проблема изучается на региональном уровне.

2.2 Характеристика основных этапов проведения исследования [социальной проблемы]

Перечислить основные этапы и дать им краткую характеристику

3 Проведение пилотного исследования социальной проблемы

3.1 Проектирование анкеты для проведения пилотного исследования

Формулирование социальной проблемы.

Цель пилотного исследования – разработать и апробировать анкету для изучения [социальной проблемы].

Задачи исследования:

- разработать анкету по изучению мнения населения о [социальной проблеме];

- провести пилотное исследование общественного мнения населения о [социальной проблеме];

- провести анализ результатов пилотного исследования.

Выдвижение гипотез.

Гипотеза основание. На общественное мнение о [социальной проблеме ] влияют объективные и субъективные факторы.

Гипотеза-следствие 1: На формирование общественного мнения о [социальной проблеме] оказывают влияние [экономическое положение, профессиональные различия и т.д.]/

Гипотеза-следствие 2: На формирование общественного мнения о [социальной проблеме] оказывают влияние [мода, семья, сообщения СМИ и т.д.].

Гипотеза-следствие 3: Наиболее эффективными способами решения социальной проблемы являются …

Описание выборочной совокупности. Выборочная совокупность для проведения пилотного исследования представлена [студенческой молодежью, обучающейся на очном отделении в высших и средних профессиональных учреждениях, жителями города и т.д.] – 30 человек. Распределение респондентов по полу, возрасту, месту жительства, типу учебного заведения представлено в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Распределение респондентов по полу, возрасту, типу учебного заведения

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Распределение по полу | мужчин | | | | женщин | | | |
|  | | | |  | | | |
| Распределение по возрасту | 17-18 лет | 19-20 года | | 21-22 лет | | 23-24 года | | 25 лет и старше |
|  |  | |  | |  | |  |
| Распределение респондентов по месту жительства | город-миллион-ник | город  500 – 950 тыс. человек | | город  100-500 тыс. человек | | город  до 100 тыс. человек | | село |
|  |  | |  | |  | |  |
| Распределение респондентов по типу учебного заведения | высшее учебное заведение | | среднее профессиональное учебное заведение | | | | школа | |
|  | |  | | | |  | |

В пилотном исследовании используется количественный метод – анкетирование. Содержание данного метода отвечает задачам исследования, позволит собрать необходимый объем информации по заданной в выборке в короткие сроки. Также данный метод позволит получить и систематизировать информацию о фактах, событиях, устойчивых взаимосвязях. Удобство анкетного метода также заключается в процедуре анализа данных респондентами ответов.

Инструментарий исследования – анкета – составлена в соответствии с операционализацией понятий и их эмпирической интерпретацией.

Эмпирическая интерпретация и операционализация основных понятий.

Молодёжь – это особая социально-возрастная группа, отличающаяся возрастными рамками и своим статусом в обществе: переход от детства и юности к социальной ответственности. Некоторыми учёными молодёжь понимается как совокупность молодых людей, которым общество предоставляет возможность социального становления, обеспечивая их льготами, но ограничивая в возможности активного участия в определённых сферах жизни общества. Возрастные рамки, позволяющие относить людей к молодёжи, различаются в зависимости от конкретной страны. К категории молодёжи в России относятся граждане от 14 до 30 лет [источник].

Далее раскрываются другие понятия, характеризующие социальную проблему (например: доход, расходы, услуга, качество услуг, доступность услуг, общественное мнение, образование, дополнительное образование, культура, досуг, муниципальное образование и т.д.). В таблице 2.2. проведена опреционализация основных понятий.

(Операционализация понятий – это совокупность операций, с помощью которых понятия расчленяются на составляющие элементы, способные в совокупности описывать их содержание.)

Таблица 2.2 – Операционализация основных понятий ПРИМЕР

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Исходное понятие | Теоретическое понятие | Операциональное понятие | Эмпирические индикаторы |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Досуг | Виды досуга | Хобби | Открытый вопрос |
| Домашний досуг | Занимаюсь своим хобби, увлечением  Провожу время в Интернете (социальные сети, онлайн-игры и тому подобное)  Чтение книг, журналов  Просмотр телепередач, сериалов, видеоклипов и тому подобное  Занимаюсь дополнительным образованием (самообразование)  Просто отдых без особого напряжения  Другое  Ничего из перечисленного |
| Досуг вне дома | Встречи и общение с друзьями, знакомыми, семьей  Занимаюсь спортом, физ. культурой, туризмом  Шопинг  Посещение ресторана, бара или кафе  Посещение концертов или кинотеатра  Посещение театра, филармонии, музея  Посещаю церковь, другие религиозные собрания / Пешие прогулки по парку, городу, лесу Посещаю политические организации, собрания, митинги  Посещение парков аттракционов, цирков, зоопарков  Ничего из перечисленного  Другое |
| Посещение учреждений развлекательно-коммерческого досуга (дискотеки, ночные клубы, караоке-бары и тому подобное) | Да, очень часто посещаю  Да, посещаю время от времени заведения такого рода  Да, посещаю, но редко  Нет, не посещаю  Другое |
| Вид досуга в зависимости от места проведения | Предпочитаю проводить свободное время дома  В свободное время куда-то хожу, не нахожусь дома  Бывает провожу свободное время дома, а иногда и вне его  Затрудняюсь ответить  Другое |
| Экстремальный досуг | Прогулки по крышам высотных зданий  Покорение самых высоких точек в городе без специального снаряжения  Спуск и изучение подземных коммуникаций (шахты метро, бомбоубежища) Посещение и изучение заброшенных мест  Зацепинг, или проезд вне салона электрички или трамвая (на крыше, подножке)  Подъем на большую высоту без страховки  Акрострит, или уличная акробатика с выполнением сложных и опасных трюков  Паркур (перемещение и преодоление попадающихся на пути препятствий)  Ничего из перечисленного  Другое |
| Свободное время | Структура свободного времени | Наличие свободного времени (в сутки) | Менее 1 часа / примерно 1 час / около 2-3 часов / 4 и более часа / другое |
| Проведение свободного времени вне дома | Каждый день / несколько раз в неделю / два-три раза в месяц / один раз в месяц / реже одного раза в месяц |
| Количество свободного времени в определенные дни недели | Будние дни / Выходные дни / Бывает много свободного времени и в будни, и выходные / затрудняюсь ответить / другое |
| Субъективные факторы | Личные интересы | Цель проведения досуга | Развеять скуку / испытать новые эмоции / отдохнуть от работы или учебы и расслабиться / познакомиться с новыми людьми / пообщаться с друзьями или семьей / культурно или духовно обогатиться / другое |
| Личные предпочтения в проведении досуга с кем-то | С друзьями, знакомыми /  С семьей /  В одиночестве /  Затрудняюсь ответить /  Другое |
| Личные предпочтения в проведении свободного времени | Если меня позовут куда-то друзья, знакомые или члены семьи, то соглашаюсь не задумываясь о том, занят я или нет / в зависимости от того, занят я или нет в данный момент / предпочитаю проводить свободное время в одиночестве, обычно не хожу никуда, если зовут / другое |
| Личные предпочтения в выборе места проведения досуга вне дома | Учреждения искусства (театров, филармоний, картинных галерей и тому подобное) /  Научно-просветительские учреждения (музеев, выставок, библиотек, планетариев и тому подобное) /  Спортивно-оздоровительные учреждения (стадионы, бассейны, катки) /  Учреждения развлекательно-коммерческого досуга (дискотек, ночных клубов, ресторанов, караоке-баров) /  Центры игрового досуга (квест-комнаты, боулинг, компьютерные клубы) /  Затрудняюсь ответить /  Никуда бы не пошел /  Другое |
| Удовлетворенность проведением свободного времени | Отметить на шкале цифру, где «1» – «полностью не удовлетворен», а «5» - «полностью удовлетворен» |
| Наличие хобби или увлечения | Да, есть / Нет, отсутствует |
| Финансовые возможности | Денежные затраты на развлекательно-коммерческий досуг | Обычно больше, чем предполагал(-а) изначально / трачу примерно столько, сколько планировал(-а) /  Трачу обычно меньше, чем предполагал(-а) изначально /  Я не особо слежу за тем, сколько потрачу денег, посещая такие заведения /  Я не посещаю такого рода заведения /  Другое |
| Денежные затраты на хобби/увлечение | Да, большая часть моих денежных средств уходит на мое хобби /  Да, примерно половина моих денежных средств уходит на хобби /  Да, трачу небольшую часть денег на мое хобби /  Нет, мое хобби практически не нуждается в денежных тратах /  Не увлекаюсь ничем, нет хобби /  Другое |
| Наличие денежных средств на проведение досуга | Да, денег всегда хватает /  Денег хватает не всегда для того, чтобы проводить досуг, как хочется / как обычно провожу /  Денег недостаточно, чтобы проводить досуг так, как хочется, но есть возможность отдохнуть, немного ограничивая себя /  Для моего досуга наличие денег не обязательно /  Другое |
| Объективные факторы | Социальные факторы | Влияние эпидемилогической обстановки в стране | Да, в значительной степени /  Да, повлияла, но в незначительной степени /  Почти не ощутил каких-либо изменений /  Затрудняюсь ответить /  Другое |
| Влияние окружения на выбор хобби | Мои родители, так как они также проводят  Мои друзья и знакомые, так как они также проводят свое свободное время и досуг  Известная личность, мне хочется быть похожей на неё / достичь того же  Увидел рекламу (по ТВ, в газете, Интернете, на афише) и захотел попробовать  Практически ничто не влияло / сам выбрал  Затрудняюсь ответить  Другое |
| Экономические факторы | Места продажи товаров для хобби или увлечения | В специализированных отделах или магазинах (в крупных торговых центрах) /  В гипер/cупермаркетах («Пятерочка», «Магнит», «Лента», «IKEA», «О`Кей», «Леруа Мерлен» и тому подобное) /  В интернет-магазинах /  Я не приобретаю ничего / практически ничего для своего хобби /  Ничем не увлекаюсь, нет хобби /  Затрудняюсь ответить /  Другое |
| Наличие организаций для проведения досуга | Учреждений искусства (театров, филармоний, картинных галерей и тому подобное) /  Научно-просветительских учреждений (музеев, выставок, библиотек, планетариев и тому подобное) /  Спортивно-оздоровительных учреждений (стадионы, бассейны, катки) /  Учреждений развлекательно-коммерческого досуга (дискотек, ночных клубов, ресторанов, караоке-баров) /  Центры игрового досуга (квест-комнаты, боулинг, компьютерные клубы) /  Не ощущаю того, что каких-либо заведений не хватает для проведения свободного времени и досуга /  Затрудняюсь ответить /  Никуда не хожу, или предпочитаю проводить свободное время и досуг дома /  Другое |

Разработанная анкета представлена в Приложении А. Студентам, попавшим в выборочную совокупность, будет предложено заполнить анкету, содержащую \*\* [указать количество] вопросов. Предполагается, что вся процедура анкетирования займет около \*\* [указать время] минут. Процедура анкетирования включает в себя: раздачу и сбор анкет, объяснение правил заполнения анкеты, непосредственно само заполнение анкеты респондентами. Данные будут обработаны с помощью компьютерной программы SPSS Statistics.

3.2 Анализ результатов пилотного исследования ПРИМЕР

В начале опроса респондентам было предложено ответить на следующий вопрос: «Сколько свободного времени в сутки (не считая работы, учебы, быта и сна) Вы обычно имеете в своем распоряжении?». 59,6% студентов ответило, что у них в распоряжении есть около 2-3 часов свободного времени в день. У 29,2% респондентов 4 часа и более свободного времени. Только 6,7% ответило «около 1 часа», а 4,5% - «менее 1 часа».

Как можно заметить, в основном у студентов есть примерно 3-4 и более часа свободного времени в день, что говорит о несильной загруженности студентов.

Следующий вопрос, который был задан в анкете звучал так: «Когда у Вас обычно больше свободного времени?». У 44,9% респондентов больше свободного времени в выходные дни. Можно сказать, что это является очевидным фактом ввиду специфики общественного распределения рабочего времени: основная учебная и трудовая нагрузка ложится на студентов именно в будние дни, в то время как выходные определены для отдыха от какой-либо деятельности. У 33,7% студентов бывает много свободного времени и в выходные, и в будние дни. Почти четверть респондентов (18%) на данный вопрос не смогла дать ответ.

Студенты могут проводить свое свободное время в разных местах (рисунок 1). 71,9% студентов предпочитают проводить свободное время иногда дома, иногда и вне его. Почти в равном соотношении были отмечены такие варианты ответов, как «Предпочитаю проводить свободное время или досуг дома» (13,5%) и «В свободное время куда-то хожу, не нахожусь дома» (14,6%) (рисунок 2.1).

Рисунок 2.1 – Распределение ответов на вопрос: «Где Вы обычно предпочитаете проводить свободное время или досуг?»

…Был задан также такой вопрос: «Представьте, что Вас только что позвали на какое-то событие или мероприятие, или просто предложили встретиться. Согласитесь ли Вы?». Подавляющее большинство опрошенных (89,9%) соглашаются исходя из того, заняты ли они на данный момент или нет. 10,1% студентов отметило, что сразу же согласятся на какое-либо приглашение.

Если же мы рассмотрим соотношение ответов на данный вопрос с вопросом о том, с кем обычно проводят свободное время или досуг респонденты, то можем увидеть следующее (таблица 2.2.1).

Можно увидеть, что большая часть респондентов решают в зависимости от ситуации, то есть заняты они или нет на данный момент. И можно заметить, что малая часть респондентов, предпочитающих проводить свободное время или досуг в одиночестве, согласятся на встречу с друзьями или семьей не раздумывая. Это говорит о некотором влиянии со стороны окружающих на респондента в плане организации свободного времени или досуга.

Таблица 2.2.1 – Соотношение ответов на вопросы «С кем Вы предпочитаете проводить свое свободное время или досуг?» и «Представьте, что Вас только что позвали на какое-то событие или мероприятие, или просто предложили встретиться. Согласитесь ли Вы?»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Вариант ответов | Если меня позовут куда-то, то соглашаюсь, не задумываясь о том, занят я или нет | В зависимости от того, занят я или нет в данный момент, принимаю решение | Предпочитаю проводить свободное время в одиночестве, обычно не хожу никуда, если зовут | Затрудняюсь ответить |
| С друзьями, знакомыми | 4 | 38 | 0 | 0 |
| С семьей | 0 | 19 | 0 | 0 |
| В одиночестве | 3 | 15 | 0 | 0 |
| Затрудняюсь ответить | 2 | 8 | 0 | 0 |

И т.д. по всем вопросам анкеты.

В конце подраздела привести выводы о том, подтвердились ли гипотезы.

Заключение

Отметить роль социологических исследований в управлении социумом и рынком.

Дать характеристику анкетированию как методу исследования (достоинства и недостатки).

Описать решенные задачи и достигнутые цели в ходе проведенного пилотного исследования. Описать выдвинутые гипотезы. Описать выборку пилотного исследования. Сформулировать основные выводы по результатам проведенного пилотного исследования. Отметить подтверждены ли гипотезы или нет.

Указать основные этапы разработанного плана проведения исследования социальной проблемы.

Объем заключения – 2 страницы.

Список использованных источников

Список должен содержать не менее 15 источников

Приложение

Анкета

Привести анкету