

Міністерство освіти і науки України  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
факультет соціології  
кафедра методології та методів соціологічних досліджень

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ПІЗНАВАЛЬНІ МОЖЛИВОСТІ ФАКТОРІАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ У  
ДОСЛІДЖЕННІ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ВСТУП ДО МАГІСТРАТУРИ»**

Спеціальність: 054 «Соціологія»  
Освітня програма «Соціологія»  
Освітній рівень: магістр  
Кваліфікація: магістр соціології

**Виконавець:**

Коваль Марія Дмитрівна,  
студентка магістратури

**Науковий керівник:**

Сидоров Микола Володимир –  
Станіславович,  
кандидат фізико-математичних наук

Магістерська робота допущена до захисту  
рішенням кафедри *методології та методів соціологічних досліджень*

Протокол № \_\_\_\_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 р.

Зав. кафедри \_\_\_\_\_ канд. ф. – м. наук Сидоров М.В.– С.

підпис

**Київ 2020**



Тема: Пізнавальні можливості факторіального дизайну у дослідженні факторів впливу на вступ до магістратури

#### АНОТАЦІЯ

У дипломній роботі розглядаються пізнавальні можливості факторіального дизайну для дослідження факторів, що впливають на рішення студентів вступати на навчання на магістерську програму. Основна увага зосереджена на методологічних особливостях факторіального дизайну у соціологічних дослідженнях, обґрунтуванні доцільності та особливостях використання факторіального дизайну, виборі факторів впливу, що потенційно можуть впливати на рішення студентів (на основі напівформалізованих інтерв'ю зі студентами та теоретичних засад). Також проілюстровано застосування факторіального дизайну на прикладі власного дослідження оцінки значущості факторів впливу на вступ до магістратури. Були відображені результати дослідження, а також проінтерпретовані, за наявними даними проведеного опитування, рівні значущості кожного фактору впливу на рішення студентів.

Ключові слова: факторіальний дизайн, факторіальне дослідження, віньєтки, студенти, фактори впливу.

Theme: Factorial design: cognitive possibilities in studying factors of influence on entering Master program

#### ANNOTATION

The diploma thesis examines the cognitive possibilities of factorial design for the study of factors that influence students' decision to enter the master's program. The main focus is on methodological features of factorial design in sociological research, substantiation of expediency and features of use of factorial design, selection of significant factors that can potentially influence students' decisions (based on semi-formal student interviews and theoretical backgrounds). Also illustrated is the use of factorial design as an example of own study of influencing factors regarding students' decision to enter the master's program. The results of the study were reflected and the levels of significance of each factor influencing students' decisions were interpreted, according to the available survey data.

Keywords: factorial design, factorial survey, vignettes, students, factors of influence.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	1
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ВИКОРИСТАННЯ ФАКТОРІАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ В СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ.....	9
1.1. Теорія раціонального вибору як підґрунтя застосування факторіального дизайну в соціологічних дослідженнях .....	9
1.2. Факторіальний дизайн як інструмент реалізації теорії раціонального вибору в емпіричних соціологічних дослідженнях .....	17
ВИСНОВОК ДО I РОЗДІЛУ .....	21
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФАКТОРІАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ В СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ.....	22
2.1. Факторіальний дизайн як метод збору та аналізу соціологічної інформації.....	22
2.2. Методологія використання факторіального дизайну, його переваги та недоліки.....	24
ВИСНОВКИ ДО II РОЗДІЛУ .....	34
РОЗДІЛ 3. ЗАСТОСУВАННЯ ФАКТОРІАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ У ДОСЛІДЖЕННІ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ВСТУП ДО МАГІСТРАТУРИ.....	35
3.1. Розробка та імплементація інструментарію дослідження .....	35
3.2. Програмні засади дослідження факторів впливу на рішення студентів вступати до магістратури .....	43
3.3. Оцінка значущості факторів впливу на вступ до магістратури. ....	48
ВИСНОВКИ ДО III РОЗДІЛУ .....	66
ЗАГАЛЬНИЙ ВИСНОВОК .....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ: .....	72
ДОДАТОК А .....	76

## ВСТУП

Область прийняття рішень індивідами дає широке поле для досліджень в різних наукових напрямках: статистиці, математиці, психології, соціології або економіці. Тому у сучасному суспільстві вивчення закономірностей конструювання вибору, а також способів пошуку найбільш вигідних з можливих рішень, є актуальними дослідницькими завданнями. Існує чимало чинників, які можуть виступати факторами впливу на індивідуальний вибір людини. Чи, можливо, в залежності від певних характеристик – культурних, соціально-демографічних або економічних – індивіди приймають те чи інакше рішення? Але як визначити, який саме з факторів є найбільш вагомим у конструюванні вибору індивідом? Адже саме так можна буде дізнатися, з чого складається істинний вибір, та як на нього можна впливати. Саме тому є сенс досліджувати більш новітні дизайни дослідження, а саме – факторіальний дизайн.

### **Актуальність дослідження:**

У соціології існують чимало технік та методик збору інформації, які вважаються більш традиційними та широко використовуються в дослідженнях. Факторіальний дизайн – експериментальний метод, в якому респонденти оцінюють гіпотетичні ситуації, в результаті чого дослідникові вдається зібрати дані, які не могли б бути зібрані зовсім, або лише в невеликій кількості випадків, адже використовуючи даний метод, дослідники не задають питання про ставлення респондентів напряду, як дозволяють робити більшість традиційних методів, а виокремлюють потрібну інформацію опосередковано.

В нашому дослідження ми звернемо увагу на особливості використання та застосування факторіального дизайну на прикладі визначення факторів впливу на рішення вступати до магістратури. Використання методу віньеток допоможе нам виокремити ті фактори, які є найбільш впливовими, і з'ясувати міру впливу кожного фактору окремо.

Розвиток цього методу в соціології пов'язують з іменами П. Россі, Дж. Міллера, А. Андерсена.

**Проблема дослідження:** недостатність інформації про пізнавальні можливості та процедурні особливості використання факторіального дизайну в дослідженні факторів впливу на вступ до магістратури.

**Об'єкт дослідження:** факторіальний дизайн як метод збору та аналізу соціологічної інформації.

**Предмет дослідження:** емпіричне застосування факторіального дизайну в дослідженні факторів впливу на рішення студентів вступати до магістратури.

**Метою** даної роботи є визначення пізнавальних можливостей та методологічних особливостей застосування факторіального дизайну у дослідженні факторів впливу на вступ до магістратури.

**Завдання дослідження:**

- описати особливості використання факторіального дизайну в соціологічних дослідженнях;
- обґрунтувати факторіальний дизайн як метод збору та аналізу соціологічної інформації;
- розглянути етапи та логіку застосування факторіального дизайну;
- визначити методологічні особливості та пізнавальні можливості застосування факторіального дизайну у дослідженні факторів впливу на вступ до магістратури;
- оцінити значущість факторів впливу на вступ до магістратури.

До основних понять даної роботи, можна віднести: факторіальний дизайн, експериментальний дизайн, пізнавальні можливості, віньєтки.

Структура роботи відповідає етапам розкриття теми. Робота містить вступну частину, три розділи, висновки та додатки. У першому розділі розкриваються теоретичні передумови застосування експериментального дизайну в соціології, а саме – теорія раціонального вибору. Другий розділ

зосереджений на описі та дослідженні характерних особливостей використання факторіального дизайну як методу збору та аналізу даних в соціології, його логіки, структури, процесу побудови віньєток, а також описано всі переваги та недоліки. Третій розділ зосереджений на практичному використанні методу в соціології. А саме проілюстровано його використання в власному емпіричному дослідженні оцінки значущості факторів впливу на вступ до магістратури. Проаналізовано значущість кожного фактору окремо, та надано змістовні висновки.

# **Розділ 1. Теоретичні передумови використання факторіального дизайну в соціологічних дослідженнях**

## **1.1. Теорія раціонального вибору як підґрунтя застосування факторіального дизайну в соціологічних дослідженнях**

У 80-90-ті роки ХХ ст. в соціальних науках масове застосування одержав підхід, який отримав назву теорії раціонального вибору [Култигін, 2004; с. 27]. Основні принципи теорії раціонального вибору вперше відображаються ще в неокласичній економічній теорії. Спираючись на різні моделі, Фрідман і Хечтер розробили модель теорії раціонального вибору. Предметом вивчення в теорії раціонального вибору стають діючі суб'єкти. Такі суб'єкти описуються як цілеспрямовані або наділені інтенціональністю. Тобто у акторів є цілі, на які спрямовані всі їхні дії. Крім того, вважається, що у діючих суб'єктів є свої переваги (або «цінності», «корисності»). Теорія раціонального вибору не розглядає, які ці переваги або їх джерела. Важливо, що дія робиться для досягнення цілей, що відповідають ієрархії переваг діючого суб'єкта [Рітцер, 2002; с. 318].

Провідні автори праць, заснованих на теорії раціонального вибору, А. Даунс, М. Олсон, Р. Беккер, Д. Коулмен розвивають підхід, який намагається пояснити, що індивід повинен робити, якщо діє раціонально. Теоретики раціонального вибору розвивають економічні і соціологічні теорії, їх мета – пояснити і передбачити поведінкові зразки дій індивідів і груп [Култигін, 2004; с. 27]. Хоча теорія раціонального вибору передбачає врахування цілей або намірів акторів, вона не ігнорує і ймовірність обмеження дій, виділяючи два основні різновиди таких. Перший — це недостатність ресурсів. У діючих суб'єктів наявні ресурси різняться. До того ж, неоднаковий їх доступ до інших резервів. Люди, які володіють великою кількістю ресурсів можуть порівняно легко досягти цілей. Але от тим, хто має невеликий запас ресурсів або взагалі не має його, досягти мети важко або неможливо. Актор може відмовитися від досягнення найбільш цінного для себе орієнтира, якщо наявні у нього ресурси

незначні. Іншим джерелом, що обмежує індивідуальну дію, є звичайно соціальні інститути. Згідно з формулюванням Фрідмана і Хетчера, дії індивіда від народження і до смерті стримують сімейні та шкільні правила; закони і приписи, жорсткі установки; церкви, синагоги і мечеті; лікарні та похоронні контори. Обмежуючи можливий набір доступних індивідам напрямів дії, нав'язані правила гри — в тому числі норми, закони, програми і правила голосування — систематично впливають на соціальні наслідки [Рітцер, 2002; с. 319].

Також, Фрідман і Хетчер наголошують ще на двох важливих аспектах теорії раціонального вибору, які вони вважають фундаментальними.

Перший – процес, за допомогою якого окремі індивідуальні дії об'єднуються, породжуючи соціальний результат.

Другий – провідна роль інформації під час раціонального вибору. Раніше вважалося, що діючі суб'єкти володіють потрібною інформацією (повною або достатньою мірою), щоб зробити цілеспрямований вибір, обираючи з усіх доступних їм альтернатив. Однак тепер усе більше поширюється думка, що кількість або якість доступної інформації надзвичайно мінлива, і ця мінливість породжує величезний вплив, який може вплинути на вибір акторів [Радаєв, 1997; с. 319].

Тож, можна сказати, що основними положеннями "раціонального вибору" є допущення інтенціональності і раціональності; розрізнення між "повною" та "неповною" інформацією, між "ризиком" і "невизначеністю"; розрізнення "стратегічних" і "параметричних" дій.

Теорія раціонального вибору істотно розширила набір параметрів, що пояснюють поведінку. Фактично "раціональність" у теорії раціонального вибору володіє суб'єктивними критеріями — існує стільки ж раціональностей, скільки індивідуальних "я". Тому об'єктивні критерії раціональності завжди було нелегко виділити, і ця проблема залишається не вирішеною й досі [Швери, 1995; с. 46]. Наприклад, Парето пов'язував раціональну дію з об'єктивною

ситуацією аналізу і називав раціональними ті дії, які «логічно досягають мети не тільки з точки зору діючих суб'єктів, але також з точки зору людей, що володіють більш широкими знаннями». Очевидно, що апеляція до "більш широкого знання" не об'єктивізує вибір, який може в даному випадку інтерпретуватися накладанням різних "раціональностей". Наприклад, дитина хоче дивитися телевизор і менше хоче робити уроки. Вона чинить абсолютно раціонально, незважаючи на позицію батьків, які володіють "більш широкими знаннями" і вважають, що треба робити уроки, а не дивитися телевизор. У всіх випадках людина обирає альтернативу, яку вважає кращою для себе і найкраща для нього альтернатива саме та, яку він обирає. Таким чином, відтворюється старий парадокс функціоналізму: теорія раціонального вибору набуває свого сенсу після того, як отримує застосування. Раціональність обмежена, вона залежить від якості і кількості інформації, яка знаходиться в розпорядженні суб'єкта дії. У теорії раціонального вибору прийнято вважати, що прагнення індивідів до повної інформації перешкоджає їй висока вартість. Однак цей аргумент має істотний недолік. Чи виправдана вартість інформації, і є інформація достатньою, стає відомо лише після її використання [Швери, 1995; 47].

Поняття раціональності рішень пов'язано з обмеженістю тимчасових ресурсів. Людина не має можливості занадто довго думати над варіантами вибору. Коли стає відомий максимально повний набір рішень, з яких треба вибрати оптимальне, необхідно припинити накопичення інформації, оскільки в інакшому випадку виникає ризик пропустити ситуацію, найбільш підходящу для рішення. Теорія раціонального вибору пояснює раціональність як загальність інтенціональних пояснень, вони атрибуують раціональність в соціальних діях. Під раціональністю розуміється, грубо кажучи, що, діючи і взаємодіючи, індивід має план і прагне максимізувати сукупність задоволеностей своїх уподобань, одночасно мінімізуючи можливі витрати. Таким чином, раціональність передбачає "допущення пов'язаності", яке

стверджує, що залучений індивід має повний "порядок переваг" щодо різних опцій [Рітцер, 2002; с. 28].

Хоча поняття раціональності вельми дискусійне, у найбільш загальному вигляді раціональність може бути визначена таким чином:

«суб'єкт (1) ніколи не вибере альтернативу Х, якщо в той же час (2) доступна альтернатива Y, яка, з його точки зору, (3) переважніше Х». Цифрами позначені три найважливіші риси раціональності: її індивідуальний характер, обмеженість і суб'єктивність. У теорії раціонального вибору цілі індивідів розглядаються як зумовлені і залежать від самого індивіда.

Проблема оптимізації стратегії поведінки в ситуації, коли індивідуально раціональні дії призводять до соціально ірраціональних наслідків, розкривається на моделях математичної теорії ігор. Найвідоміша з них отримала назву «дилема в'язня» (від англ. Prisoner's Dilemma) [Нуреев. 2005; с. 24].

Для кожного з двох заарештованих (за скоєння одного злочину) існують два варіанти дій: зізнатися або відпиратися. Матриця можливих результатів для першого учасника (див. табл. 1) включає чотири випадки, в залежності від дій другого учасника:

1) обидва зізнаються і, розділивши відповідальність, отримують однакове покарання;

2) перший зізнається, поки другий відмовляється від зізнання, і провина перекладається на другого;

3) перший відмовляється від зізнання, другий зізнається, і провина перекладається на першого;

4) обидва відмовляються від зізнання і отримують однакове мінімальне покарання.

*Таблиця 1*

		2-й учасник	
		відмова	кооперація
1-й учасник	відмова	спільний програш (1)	одностороння перемога (2)
	кооперація	односторонній програш (3)	спільна перемога (4)

Табл.1 «Дилема в'язня»

Досягнення найкращого результату (2) передбачає вибір варіанту «зізнатися», тобто стратегії ухилення від кооперації з співучасником. Але найбільш прийнятний для другого учасника результат (3) передбачає, що він також обере стратегію ухилення. В результаті одночасного вибору обома учасниками індивідуально раціональної стратегії ухилення вони опиняться в ситуації загального програшу (1). Оптимальним є колективно раціональний вибір обома учасниками стратегії кооперації (4), тобто вибір варіанта «відмовлятися». Але такий вибір можливий, якщо між учасниками існує довіра, якщо кожен упевнений, що інший не вибере більш вигідний для себе варіант ухилення. Саме відсутність довіри провокує колективно ірраціональний результат.

Застосування моделей, подібних до «дилеми в'язня», в аналізі різних соціальних явищ становить основу науково-дослідницької стратегії прихильників теорії раціонального вибору [Іванов, 2005; с. 26].

Також існує відмінність між стратегічними і параметричними виборами. Параметричні вибори відносяться до альтернатив, з якими стикаються індивіди в оточеннях, не залежних від їх виборів. Субоптимальність (наприклад, в умовах взаємопов'язаних виборів, індивід обирає подібну іншим стратегію, розуміючи, що від зміни певної стратегії, може залежати зміна прибутку) і контрзавершенність (помилкове сприйняття індивідом в конкретній ситуації оптимального рішення як рішення, яке спрацює завжди в подібних ситуаціях) є прикладами стратегічних виборів, при яких індивіди повинні прийняти до уваги вибір інших, перш ніж визначити власний курс дій. Наприклад, люди, які

купують і продають акції на біржі, прагнуть врахувати дії інших, перш ніж самі приймуть рішення [Рітцер, 2002; с. 29].

У соціології теорія раціонального вибору найбільш яскраво виражена в книзі Джеймса Коулмена "Основи соціальної теорії". Коулмен прагне подолати традиційне протистояння макро - і мікрорівнів. Його внесок у соціальну теорію помітний на трьох рівнях: як система впливає на індивіда, що відбувається саме на індивідуальному рівні діючого суб'єкта, і звичайно як він впливає на систему відповідно. Його базова ідея проста: культура породжує конкретні специфічні цінності у своїх членів, які змушують їх діяти у пошуках цих цінностей, а, роблячи це, вони впливають на суспільство. Особливо важливе значення у концепції Коулмена має поняття цільової і раціональної дії. З його точки зору, люди не просто діють умисно, але вони також обирають дію або благо, які максимізують корисність [Coleman, 1990; с. 14]. Наводяться дві підстави цього припущення. По-перше, теорія, яка передбачає, що люди максимізують корисність, має велику пророчу силу, ніж теорія, яка просто постулює навмисність. По-друге, припущення, що люди максимізують корисність, додає цій теорії простоти. Дуже важливо, однак, та обставина, що впливає на макрорівень. Коулмен приділяє особливу увагу ролі неочікуваних наслідків. Люди діють умисно, однак вони можуть викликати результати, яких не припускали, або яких не передбачали. Іноді ці зусилля можуть навіть протистояти початковим інтенціями [Coleman, 1990; с. 19].

Коулмен стверджує, що соціологія повинна розглядати соціальні системи, однак такі макроявища слід пояснювати внутрішніми факторами, насамперед, звертаючись до розгляду індивідів. Він виділяє дослідження цього рівня з кількох причин, зокрема, тому що дані зазвичай збираються на індивідуальному рівні, а потім групуються або компонуються, утворюючи системний рівень. Прихильність Коулмена вивчати рівень індивіда пояснюється ще й переконанням, що на цьому рівні реалізуються «інтервенції», націлені на здійснення соціальних змін [Радаєв, 1997; с. 347]. Ключові поняття в теорії Коулмена — актори і ресурси. Ресурси — це те, що

контролюється діючими суб'єктами, і в чому ті так, чи інакше зацікавлені. Виходячи з теорії раціонального вибору, Коулмен далекий від думки, що даний підхід надасть відповіді на всі виникаючі питання. Однак він переконаний в її можливості розвиватися в цьому напрямку, оскільки стверджує, що «успіх заснованої на раціональності соціальної теорії полягає в послідовному покращенні тієї сфери соціальної діяльності, яка не піддається поясненню цієї теорією» [Рітцер, 2002; с. 348]. Але все-таки підходу Коулмена не вдається уникнути декількох недоліків. По-перше, він приділяє переважну увагу питанню про перехід від мікро - до макрорівня, не концентруючись на розгляді відносин іншого плану. По-друге, він нехтує відносинами всередині макрорівня. Нарешті, він встановлює причинні зв'язки суто однонапрямлені; інакше кажучи, не враховує діалектичних відносин, що зв'язують мікро - і макрорівня [Култигін, 2004; с. 35].

Пояснювальна модель, використана Коулменом, заснована на співвідношенні інтересів і ресурсів. Іншими словами, актори прагнуть здійснити свої інтереси шляхом використання підконтрольних їм ресурсів. Проблема полягає в тому, що існують ресурси, в оволодінні якими індивід зацікавлений, але вони йому не підконтрольні. Отже, він повинен спрямовувати свої дії на оволодіння цими ресурсами [Швери, 1996; с. 64].

Як Коулмен розглядає макрорівня, показує феномен колективної поведінки. Він обрав його для дослідження, оскільки вважається, що неупорядкований і нестабільний характер такої поведінки важко проаналізувати з позиції теорії раціонального вибору. Однак, на думку Коулмена, ця теорія здатна пояснити всі види макрорівня, а не тільки впорядковані і стійкі. Перехід від раціонально діючого суб'єкта до «неприборканого і турбулентного функціонування системи, названого колективною поведінкою» усвідомлюється як «проста (і раціональна) передача контролю над діями одного суб'єкта до іншого... вироблена в односторонньому порядку, а не як обміну» [Рітцер, 2002; с. 349]. З точки зору теорії раціонального вибору, описане вище розглядається в такому світлі, що індивіди так роблять,

намагаючись максимізувати свою корисність. Як правило, прагнення індивіда досягти максимальної користі передбачає встановлення рівноваги контрольних функцій серед декількох суб'єктів, що веде до створення рівноваги в межах суспільства.

Інше макроявище, яке досліджував Коулмен, — це норми. Приймаючи їх як даність і звертаючись до них для пояснення індивідуальної поведінки, більшість соціологів не тлумачать, як і чому вони з'являються. Коулмен задається питанням, яким чином в групі раціонально діючих суб'єктів виникають і підтримуються певні норми. Вчений стверджує, що це відбувається завдяки деяким людям, які бачать, що дотримання норм принесе вигоду, а порушення їх — збиток. Певною мірою люди відмовляються від контролю над власною поведінкою, але натомість вони (завдяки нормам) отримують контроль над поведінкою інших [Коулман, 2004]. Вчений розглядає норми з урахуванням трьох ключових моментів своєї теорії: переходу від мікро - до макрорівня, цілеспрямованої дії на мікрорівні і переходу від макро - до мікрорівня. Норми — це макрорівневі явища, що виникають на основі мікрорівневої цілераціональної дії. З'явившись, норми за допомогою санкцій або загрози санкцій, впливають на дії індивідів. Визначені дії можуть заохочуватися, в той час, як інші не вітаються [Рітцер, 2002; с. 352].

Досліджуючи норми, Коулмен звернувся до розгляду макрорівня і вивчення корпоративних суб'єктів. Автор стверджує, що і індивіди, і корпоративні суб'єкти, мають певні цілі. Будучи прихильником теорії раціонального вибору, Коулмен виходив з інтересу індивіда і відповідної ідеї, що всі права і наявні ресурси саме на цьому рівні. Інтереси індивідів визначають перебіг подій. Однак це не так, особливо в сучасному суспільстві, де значна частка прав і ресурсів і, отже, суверенітету може належати корпоративним суб'єктам [Радаєв, 1997; с. 352]. На думку дослідника, найважливіша соціальна зміна — виникнення корпоративних суб'єктів, яка доповнює наявність індивідуальних суб'єктів — «природних людей». І тих і

інших можна розглядати як діючих суб'єктів, оскільки вони «контролюють ресурси і події, зацікавлені в ресурсах та здатні для реалізації цих інтересів діяти» [Коулман, 2004].

Отже, внесок Джеймса Коулмена в розвиток теорії раціонального вибору є доволі великим та ґрунтовним. Автор намагається пояснити взаємозв'язок мікро- та макрорівнів, акцентуючи свою увагу на тому, як можуть впливати певні рішення, прийняті на індивідуальному рівні на рівень структурний. Він наголошує на тому, що соціологія повинна розглядати саме рівень індивіда. Основними поняттями в дослідженнях Коулмена є саме актори та ресурси, де перші намагаються діяти перш за все для максимізації потрібної їм корисності. Звичайно, можна стверджувати, що напрацювання Коулмена мають ряд недоліків, але саме завдяки вищезгаданому автору, теорія раціонального вибору стала самостійною концепцією.

## **1.2. Факторіальний дизайн як інструмент реалізації теорії раціонального вибору в емпіричних соціологічних дослідженнях**

Сутність будь-якої теорії раціонального вибору полягає в наступній передумові: серед можливих альтернатив дії людина вибирає те, що, згідно з її очікуванням, найкращим чином відповідає її інтересам за умови особистих уподобань. Питання вибору людини, чим вона керується під час свого вибору, чи можна назвати її вибір дійсно зваженим – питання, які хвилювали дослідників різних часів. Пояснення раціонального вибору пов'язують індивідуальну поведінку з суб'єктивними віруваннями і уподобаннями індивіда, а не з об'єктивними умовами і можливостями, що стоять перед ним. Таким чином, хтось може діяти раціонально, спираючись на помилкові вірування, що протистоїть кращим способам досягнення чийось цілей або бажань. Однак, щоб назвати когось раціональним, вони повинні зібрати, в рамках можливого, достатньо інформації, щоб їх вірування були обґрунтованими. Нескінченний збір інформації може бути ознакою

іраціональності, особливо, якщо ситуація є надзвичайною. [Култигін, 2004, с. 28].

Не зважаючи на те, що метод факторіального дизайну можна назвати відносно новим, початок його зародження можна віднайти ще в теорії раціонального вибору. Адже метод віньєток має за мету відповідно до очікувань та уподобань індивіда, виокремити певні характеристики, які могли б зумовлювати даний вибір. Людина завжди вважатиме ту характеристику і той вибір правильним та раціональним, котрий робить самостійно. Але саме за рахунок факторіального дизайну, завдяки його різним підходам до виявлення чинників впливу на вибір індивідів, можна дійсно визначити, що саме є найбільш вагомим у процесі вибору індивіда.

Факторіальний дизайн дає змогу оцінити окремо кожен чинник конструювання вибору індивідів, статично оцінюючи зв'язок між факторами впливу та самим вибором, а також виділяючи вагу кожного фактору окремо. Саме тому, застосовуючи цей метод збору та аналізу соціологічної інформації, в соціології відкривається новий етап дослідження процесу конструювання виборів індивідами. Як ми вже знаємо з теоретичних засадах теорії раціонального вибору, кожен індивід, діючий суб'єкт, вважає свій вибір раціонально правильним та точним. Навіть дитина буде вчиняти раціонально з її точки зору, адже оцінюючи всі доступні альтернативи, вона так само, як і доросла людина, обирає для себе найбільш привабливий варіант розв'язку ситуації. Різниця лише в тому, з якої сторони дивитися на ситуацію, і з якої сторони оцінювати раціональність. Діючі суб'єкти – цілеспрямовані та наділені інтенціональністю, тобто вони мають цілі, на досягнення яких спрямовані всі їх дії. У цьому випадку застосування факторіального дизайну надає змогу дослідникові опосередковано оцінити фактори впливу на рішення індивіда, не залучаючи його до цього процесу у традиційний підхід. Тобто у такому випадку ми занурюємо людину у сконструйовану ситуацію, де вона може повністю зануритися в описану історію та оцінити, що саме з перелічених альтернатив буде вагомим фактором для її рішення. За формулюванням

Фрідмана та Хетчера, усі дії індивідів від самого народження контролюють та стримують сімейні цінності, виховання, церква. Школа, інститут, оточення, ЗМІ – все це фактори, які можуть впливати на рішення сучасної людини.

У всіх випадках людина обирає альтернативу, яку вважає кращою для себе, і найкраща для нього альтернатива саме та, яку вона обирає. Адже її ставлення вже сконструйоване під тиском або впливом будь-якого соціального інституту, або навіть під впливом простої життєвої ситуації. Оцінка факторів впливу – можливість для дослідника подивитися на процес конструювання індивідуальних виборів індивідів з іншої сторони. У свою чергу, метод віньеток надає не лише можливість з'ясувати причинно-наслідкові зв'язки між явищами, а також виокремити вагу впливу кожного фактору окремо. Частіше у соціологічних дослідженнях автори звертаються до респондентів саме з проханнями оцінити ту або інакшу ситуацію чи явище, описати своє ставлення до неї, або навіть заздалегідь готується перелік альтернатив, з яких респонденти просто мають обрати найбільш релевантну відповідь для них. Метод віньеток відкриває інші реалії і дозволяє респондентам відчувати себе актором у історії, яка надається. Ось тут ми і бачимо яскраве відображення теорії раціонального вибору у факторіальному дизайні. Адже саме таким чином респондент починає відчувати себе діючим суб'єктом. Він стає частиною історії, котру читає, оцінює альтернативи як такі, що можуть бути найбільш вагомими та релевантними для нього. Факторіальний дизайн наділяє цю історію всебічною інформацією, а індивіди вже застосовують власне бачення та власні думки, цінності, паралелі, як інструменти конструювання їх власного, раціонального для них, вибору.

Найбільшою перевагою застосування такого експериментального дизайну як факторіальний є те, що респонденти можуть навіть не замислюватися, чому вони обирають ту, або іншу альтернативу. Вони не замислюються, завдяки якому факторові конкретно вони надають оцінку ситуації, саме тому дослідник може опосередковано виокремити таку інформацію, яку респонденти навіть можуть не розуміти, що надають.

Таким чином, ми бачимо, що процес прийняття рішень індивідами – це дійсно непроста річ, яка не відбувається просто так. Є чимало чинників, які можуть конструювати та впливати на вибір індивіда у тій чи іншій ситуації. Багато дослідників та науковців різних часів доклали багато зусиль, щоб дослідити таке явище як раціональний вибір індивіда. Факторіальний дизайн – унікальна техніка для дослідника, яка дозволяє статистично дослідити ряд факторів та зрозуміти, котрий з них впливає на вибір індивіда та якою мірою.

## ВИСНОВОК ДО I РОЗДІЛУ

Варто сказати, що основними положеннями "раціонального вибору" є допущення про інтенціональність і раціональність. Аналізуючи теорію раціонального вибору, дослідники повинні пам'ятати та розрізняти поняття "повної" та "неповної" інформації, пам'ятати про "ризик" і "невизначеність", а також про важливий момент розрізнення "стратегічних" і "параметричних" дій.

Предметом вивчення теорії раціонального вибору є діючі суб'єкти, або як ще зазначають прихильники та автори теорії – суб'єкти, наділені інтенціональністю. Тобто індивіди, котрі мають перед собою цілі, та скеровують свої дії на досягнення цих цілей. Свідомо розуміють, на що саме варто піти та як конкретно скерувати свої власні ресурси, щоб отримані бажані результати.

Важливим моментом – є процес конструювання індивідуального вибору, котрий поступово об'єднується з іншими індивідуальними виборами, переростаючи у соціальний результат. А також – володіння повним спектром інформації, що дуже важливо під час конструювання вибору. Ці два фактори є фундаментальними у теорії раціонального вибору. Також, великий внесок в розвиток теорії раціонального вибору зробив Д.Коулмен, котрий намагався пояснити взаємоз'язок мікро- та макро-рівнів, описуючи, як індивідуальний рівень може впливати на структурний.

Факторіальний дизайн – унікальна техніка та метод збору й аналізу соціологічної інформації, який дозволяє статистично оцінити, якою мірою кожен з потенційно виокремлених факторів, може вплинути на рішення індивіда. Як саме конструюється цей вибір, що може вплинути, та як це можна використати – питання, які набувають своєї актуальності й у сучасних дослідженнях багатьох наук. Це унікальний метод, який дозволяє дослідити повсякденність індивідів з іншої сторони, адже особливості його використання та імплементації суттєво відрізняються від більш традиційних та звичних для більшості методів.

## **Розділ 2. Методологічні особливості використання факторіального дизайну в соціологічних дослідженнях**

### **2.1. Факторіальний дизайн як метод збору та аналізу соціологічної інформації**

У соціології є чималий набір методів і технік, які можуть використовуватися для збору даних. Найчастіше використовуються традиційні методи, однак специфіка деяких тем досліджень передбачає застосування більш вузьких, специфічних методів, одним з яких є метод віньєток. Потреба у використанні проєктивних методів обумовлюється тим, що останнім часом відбувається трансформація, видозміна й ускладнення соціальної реальності, і це передбачає створення нових підходів до дослідження різних соціальних феноменів. Як наслідок, трансформація методології дозволяє розширити спектр методологічних рішень з урахуванням сучасних реалій [Щербакова, 2016; с.2].

Розробка і поширення методу віньєток в соціальних науках бере початок ще з середини ХХ століття, його використовують для дослідження установок, повсякденного сприйняття і імпліцитних «причинних» моделей. Розвиток цього методу в соціології пов'язують з іменами П. Россі, Дж. Міллера, А. Андерсена. «Віньєтки» – це спеціально створені, часто вигадані, описи соціальних об'єктів, індивідів і ситуацій, що складаються з окремих, систематично варійованих змінних-ознак (експериментальних факторів). Іншими словами, «віньєтки» - короткі історії з гіпотетичними героями і особливими обставинами, чиє становище пропонується оцінити респонденту [Пузанова, Тertiшнікова, 2015; с. 15].

Дослідження установок в соціології – це перш за все дослідження узагальненого емоційного ставлення або поведінки, направлених на індивідів, групи або окремі ситуації. У таких дослідженнях небагато уваги приділяється саме виокремленню конкретних детермінантів раціоналізації їх вчинків, адже нерідко саме інтерес до емоційних поведінкових аспектів, наприклад, купівельної поведінки або політичного вибору, тобто «кінцевих предикторів»

просто витісняє з поля нашої уваги більш фундаментальні аспекти установок. Більш частіше у своїх дослідженнях ми звертаємося саме до оцінки респондентами конкретного явища або ситуації, ніж з'ясовуємо, які характеристики даних об'єктів, з точки зору респондентів, мають причинно-наслідкові зв'язки, котрі пояснюють сконструйоване ставлення до цих явищ [Дев'ятко, 2007, с.6-7].

Використання багатовимірних методів збору та аналізу даних в соціології та маркетингу вже давно грає одну з провідних ролей. Наприклад, застосування конджойнт-аналізу для дослідження споживчої думки в маркетингових дослідженнях певним чином дозволяє досліднику виділити головні характеристики товару, які впливають на вибір його споживачем. Але конджойнт-аналіз доволі складно застосовувати для масових опитувань через специфіку методу збору даних та складний інструментарій дослідження, котрий потребує додатково зібраних даних заздалегідь. Альтернативою йому є метод факторіального дизайну, який також є методом сумісного аналізу факторів впливу, але напротивагу конджойнт-аналізу, він не вимагає специфічного збору даних заздалегідь, а тому сміливо може використовуватись у анкетуванні [Сидоров, 2015; с. 2].

У спільному аналізі респондентові пред'являються цілісні опису товару, так звані профілі. Вони складаються так, щоб згодом за допомогою регресійного аналізу можна було б віднайти важливість окремих характеристик, з яких складено опис товару. Тим самим здійснюється декомпозиція загальних оцінок профілів на переваги окремих характеристик [Черенков, 1990; с. 10]. Сумісний аналіз є концепцією, заснованою на інтеграції інформації, за допомогою якої, респонденти, оцінюючи ступінь важливості та корисності кожного атрибута, і дають змогу досліднику отримати цілісну картину по, так званих, профілях. Загально прийнятим опитувальником у конджойнт-аналізі прийнято вважати саме ранжування повнопрофільних карток. Таким чином, респонденти, оцінюючи кожну картку в цілому з урахуванням рівнів кожної характеристики, обирають для себе найкращий

варіант. Головним недоліком є те, що респондентами складно сприйняти таку кількість профілів (у середньому 9), які на перший погляд дуже схожі між собою. Факторіальний дизайн вирішує це питання, адже дозволяє кожному окремому респондентові не оцінювати всі існуючі ситуації, а оцінити лише декілька фіксованих ситуацій для кожного з них.

Метод віньєток дозволяє досліднику зібрати дані, які не могли б бути зібрані зовсім, або лише в невеликому ряді випадків, адже використовуючи даний метод, дослідники не задають питання про ставлення респондентів напряму, як дозволяють робити більшість традиційних методів, а виокремлюють потрібну інформацію опосередковано.

Не зважаючи на те, що метод факторіального опитування був розроблений Пітером Х. Россі на початку 50-х років в рамках його дисертаційного проекту, лише у 1974 р. даний метод став більш відомим у соціальних науках завдяки подальшій публікації щодо вимірювання соціального становища та престижу домогосподарств. Метод факторіального дизайну з тих пір застосовується у більш ніж 100 опублікованих дослідженнях, насамперед у США, а в останні роки все частіше в Європі. Можна стверджувати, що метод віньєток є частиною сімейства методів опитування, званих методами заявленого вибору. Крім методу факторіального дизайну, методи заявленого вибору включають експерименти дискретного вибору або сумісний аналіз [Teti, Gross, 2016; с. 14]. Протягом останнього десятиліття спостерігається помітне зростання поведінкових досліджень, які використовують метод факторіального опитування.

## **2.2. Методологія використання факторіального дизайну, його переваги та недоліки.**

Факторіальне опитування – це експериментальний метод, в якому респонденти оцінюють гіпотетичні описи предметів чи ситуацій (віньєток). У цих описах атрибути (розміри) систематично змінюються. Завдання респондентів: оцінити кожен з цих віньєток або вказати, що б вони

рекомендували або як діяли б в описаних ситуаціях. Мета – визначити ті виміри, які впливають на оцінку чи рішення, та оцінити їх відносний вплив [Sauer, Auspurg, Hinz, 2014; с. 15].

Респонденти не оцінюють значення окремих ознак безпосередньо, скоріше, вони повинні інтегрувати їх у загальну оцінку. Таким чином, учасники стикаються не з абстрактними індивідуальними питаннями, а з конкретними сценаріями судження чи рішення. Експериментальний характер методу факторіального дизайну дозволяє судити про актуальність кожної окремої ознаки для рішень респондентів. Зокрема, це дозволяє дослідникам визначити, чи призводять зміни в атрибутах до відповідних змін у судженнях чи рішеннях респондентів. Релевантність окремих атрибутів потім реконструюється опосередковано з повного набору віньєток або його зразка.

Можна виділити такі переваги цього підходу перед звичайними опитуваннями, в яких позиції оцінюються індивідуально, полягають у наступному:

- Експериментальна варіація значень окремих ознак, описаних у віньєтках, дозволяє точно оцінити вплив цих ознак на судження або рішення респондентів. Можна також виділити вагу факторів;
- Респондентам пропонується конкретне рішення, описаної ситуації. Рішення чи судження приймаються на основі різносторонньої вхідної інформації, яку необхідно оцінювати одночасно, таким чином даний підхід наближається до ситуацій прийняття рішень у реальному житті [Teti, Gross, 2016; с. 22];
- Окремі віньєтки розробляються під конкретні дослідницькі цілі і можуть бути заснованими на реальних життєвих ситуаціях;
- Допомагає уникнути соціально очікуваних відповідей, адже питання задаються респондентам не особисто, а описуючи певні життєві ситуації у віньєтках;

- Більшість людей не можуть виокремити конкретні факти або описи ситуацій-чинників з особистого життя, а метод віньєток допомагає їх скерувати [Пузанова, Тертишнікова, 2015; с. 5]

Як і у будь-якого іншого, у методу віньєток є свої обмеження і недоліки, до яких можемо віднести наступне:

- метод віньєток знижує можливості порівнянності для дослідника в зв'язку з тим, що кожен респондент використовує свої власні визначення і схеми у відповідях;
- під питання ставиться співвідношення поведінки та фактичних дій респондента з його відповідями;
- адаптація раніше створених віньєток під своє дослідження проблематична, особливо якщо дослідниками не були враховані всі аспекти досліджуваного явища;
- складність і трудомісткість проектування і створення віньєток [Renold, 2000].

Також серед переваг даного методу вагоме місце займає саме універсальність, адже при створенні віньєток немає чіткої формалізації, дослідник складає «історії», варіюючи в текстах опитування широкий діапазон ситуаційних характеристик. «Історія», описана в віньєтці, складається в залежності від цілей і завдань дослідження, автор може включати в неї характеристики, які, на його думку, будуть впливати на прийняття респондентом того чи іншого рішення [Кусакина, 2012]. Достовірність – вирішальний фактор у побудові віньєтки. Чим більш правдоподібна ситуація головного героя віньєтки, тим більша ймовірність того, що респондент зможе поставити себе на місце персонажа. Неправдоподібні сценарії, в свою чергу, можуть викликати негативну реакцію з боку учасників, в тому числі почуття розгубленості, збентеження, гніву, незацікавленість. Однак виникає питання: чи можуть сконструйовані ситуації відображати реальність в потрібному контексті, щоб в результаті вийшли відповіді, які схожі з реакціями

респондентів в реальних ситуаціях? Деякі дослідники, що використовують даний метод, визнають, що неможливо повністю охопити досліджувану реальність, але вважають, що метод корисний. Відсутність деталей в віньєтках дає можливість респонденту заповнити прогалини, що може бути важливим для подальших дослідницьких завдань. Таким чином, інтерпретація віньєток учасниками дослідження дає цінний матеріал для вивчення, а не відображає слабкість інструментарію.

Розробка факторіального опитування включає наступні етапи:

- побудова віньєток та розмірів;
- вибірка віньєтки;
- побудова шкали відгуку.

Побудова віньєток із описом ситуацій або об'єктів є найважливішим кроком при розробці факторіальних опитувань. По-перше, розміри повинні бути визначені, адже теоретично це може впливати на поведінку реагування. Цей крок повинен бути теоретично обґрунтованим і здійснюватися дуже обережно, оскільки, здавалося б, прості рішення (такі, як визначення кількості використаних рівнів) мають великий вплив на концептуальне проектування та аналіз опитування. Потім слід визначити рівні кожного виміру, що стосуються оцінок. Якісні виміри (наприклад, стать людини) мають природно обмежену кількість рівнів (чоловіки та жінки). Однак діапазон та кількість рівнів суцільних розмірів (наприклад, вік) мають бути визначені. Наприклад, вік може бути обмежений діапазоном від 30 до 60 років з чотирма рівнями – наприклад, 30, 40, 50 і 60 років [Sauer, Auspurg, Hinz, 2014; с. 18]. Фактор вважається заданим, якщо вказується його назва та область визначення. У вибраній області він може визначити кілька значень. Обрані для експеримента кількісні або якісні чинники, які називають рівень фактора, розбивають даний фактор на рівні відповідно. Мінімальне число рівней, яке зазвичай застосовують дорівнює 2. Збільшення кількості рівней підвищує чутливість експерименту. В

залежності від задачі дослідження обирається число рівнів окремих факторів [Хамханов, 2001; с. 44].

Перший етап планування експерименту для отримання лінійної моделі заснований на змінах на двох рівнях. В цьому випадку, при відомому числі факторів, можна знайти число дослідів, необхідне для реалізації всіх можливих поєднань рівнів факторів. Формула має відомий виглядає  $N = 2^k$ . Експеримент, в якому реалізуються всі можливі поєднання рівнів факторів, називається повним факторним експериментом (ПФЕ). Якщо число рівнів факторів дорівнює двом, то маємо ПФЕ типу  $2^k$ . Умови експерименту зручно записувати у вигляді таблиці, яку називають матрицею планування експерименту.

Таблиця 2. Матриця планування експерименту  $2 \times 2$

Номер дослідів	X1	X2	Y
1	+1	+1	Y1
2	-1	+1	Y2
3	+1	-1	Y3
4	-1	-1	Y4

При заповненні матриці планування значення рівнів чинників, з метою спрощення, позначають відповідними знаками, а цифру 1 опускають. Кожен стовпець у матриці планування називають вектор-стовпцем, а кожен рядок - вектор-рядком. Таким чином, в таблиці 1 ми маємо два вектори-стовпці незалежних змінних і один вектор-стовпець параметра оптимізації. Те, що записано в алгебраїчній формі, можна зобразити графічно. В області визначення факторів знаходиться точка, відповідна основному рівню, і проводять через неї нові осі координат, паралельні ося натуральних значень факторів. Далі вибирають масштаби по осях так, щоб інтервал варіювання для кожного фактору дорівнював одиниці [Хамханов, 2001; с. 46]. Побудувавши матрицю планування, здійснюють експеримент. Отримавши експериментальні дані розраховують значення коефіцієнтів регресії.

Стратегій обробки даних можна виділити дві: кількісну і якісну (що більшою мірою характерно для західної соціології). Кількісна стратегія частково розкривається в роботі І.Ф. Дев'ятко [Дев'ятко, 2007; с. 11], ґрунтуючись на формалізованих методах: логіко-комбінаторних методах, ДСМ-методі. В рамках даного підходу ДСМ-метод автоматичного породження гіпотез (названий на честь Джона Стюарта Мілля) допомагає перейти від якісної інформації до кількісних показників. Так, беручи до уваги роботи В.К. Фінна і його учнів, було зроблено припущення, що, заклавши в майбутню віньєтку ряд дихотомічних показників (так / ні, 1/0) і склавши віньєтки за всіма можливими комбінаціями даних показників, в результаті обробки будуть отримані детермінують показники для того чи іншого оцінюваного суб'єкта [Пузанова, 2015; с. 8].

Кількість усіх можливих віньєток може сягати кількох сотень або тисяч. Навіть за умови видалення неможливих або малоімовірних гіпотетичних ситуацій потенційна множина віньєток залишається досить великою. Водночас, досвід різних дослідників свідчить про те, що один респондент не в змозі оцінити понад 10–20 складних ситуацій (відповідних віньєток). Крім того, дослідження необхідно спланувати таким чином, щоб кожна гіпотетична ситуація була оцінена кількома респондентами, що дає можливість подальшого аналізу дисперсії по кожній з віньєток. Усе це істотно обмежує можливість реалізації опитування.

З метою зменшення кількості описів гіпотетичних ситуацій дослідник формує вибірку сукупність з усієї множини віньєток. Для створення вибірки віньєток може бути використано дві стратегії: випадковий відбір та систематичний. Останній передбачає забезпечення представленості певних ефектів впливу тих факторів, у просторі яких розглядаються ситуації. Вибірка віньєток розбивається на групи і, таким чином, кожен респондент оцінює кілька віньєток. Кожна з них, що потрапила до вибірки, оцінюється кількома різними респондентами [Горбачик, Локтева, 2015; с. 14 ].

Не потрібно думати, що чим більше інформації збереться від одного респондента, то тим більш репрезентативними будуть отримані дані. Недарма, існують граничні обмеження у кількості віньєток, які можуть пропонуватися респондентам, щоб опитування було посильним для них. Обмеження стосуються як кількості вимірів самих віньєток, так і рівнів вимірів, а також співвідношення рівнім між вимірами. Недоцільним є використання одного виміру з двома рівнями, а іншого- з десятьма, адже це може викликати нерівномірність розподілу можливих варіантів змінної у наборі [Сидоров, Марченко, 2014; с. 117].

Підходи до відбору віньєток можна умовно поділити на випадкові та систематичні.

До випадкових відносять такі:

- Простий випадковий відбір з заміною. Кожен респондент отримує набір випадково відібраних віньєток, при цьому різними респондентам можуть траплятися однакові віньєтки;
- Простий випадковий відбір без заміни. Кожен респондент отримує набір випадково відібраних віньєток, однак цей набір є унікальним, жодна віньєтка не повторюється;
- Стратифікований випадковий відбір. Кожен респондент отримує набір випадково відібраних віньєток, який стратифікується (розшаровується) за однією чи декількома змінними;
- Кластеризований відбір. Випадковим чином відбирається набір віньєток, після чого кожна віньєтка потрапляє у набір кількох респондентів;
- Частинний факторіальний відбір («fractional factorial sampling»). Включає систематичний підбір комбінацій рівнів та вимірів, які створюють вибірку, ортогональну стосовно вимірів та симетричну щодо рівнів;

- D-ефективний відбір. Передбачає максимальний баланс ортогональності та рівня за допомогою комп'ютерних алгоритмів. Цей коефіцієнт приймає значення від 0 до 100 і чим він є більшим, тим більш "ефективною" є вибірка
- Теоретична вибірка. Комбінації вимірів та рівнів обираються з точки зору доцільності та необхідності для конкретного експерименту та поставленої мети [Finch, 1998: p. 105].

Для завдання оцінювання можна використовувати різні шкали. Можна використовувати категоріальну або порядкову шкали. Вони порівнянні з тими, які використовуються для стандартних опитувань. Більше того, у багатьох факторних дослідженнях опитування використовуються метричні шкали, де респонденти спочатку дають загальне керівництво своїм судженням, а потім висловлюють свою оцінку певним значенням [Bingham, 2008; с. 498].

Окремим важливим моментом, який потрібно врахувати під час побудови віньєток – є внутрішня валідність. Особливе значення має саме внутрішня обґрунтованість віньєток, їх відповідність темі дослідження, типи залучених учасників та зацікавленість, актуальність, реалістичність. Віньєтки зазвичай піддають етапу пілотажу, як це відбувається у більшості досліджень. Також, інший шлях – залучення професіоналів, які можуть бути використані для оцінки того, наскільки віньєтки є репрезентативними для ситуацій, що стосуються учасників та дослідницьких тем. Самі члени дослідницької групи також використовувались для оцінки віньєток під час етапу пілотажу. Тобто не залучалися нові учасники дослідження, а лише використовували респондентів двічі: на пілотаж та на саме дослідження. Ці процедури можуть посилити внутрішню обґрунтованість віньєток, особливо коли дослідження вимагає, щоб віньєтки були максимально реалістичними. Однак важливо визнати, що деякі дослідження з використанням факторіального дизайну, наприклад, можуть навмисно не застосовувати інструментів перелічених вище, адже їх тема відразу має на меті занурити учасників дослідження до ситуацій, побуджуючи

до дискусій на теми, які навряд чи можуть відбутися, щоб виявити, як люди можуть реагувати на такі події в принципі [Hughes, 2004; с. 39].

Також великою перевагою у застосуванні факторіального дизайну є зовнішня валідність. Основне питання, яке задається в будь-яких дослідженнях – чи можна буде вважати отримані дані репрезентативними та відображати їх на генеральну сукупність? Відповідь, яку дає на це запитання факторіальний дизайн – так, можна. Адже дизайн дослідження побудований таким чином, що кожному окремому респондентові буде рандомним чином (і це найголовніше) присвоєно його окремі віньєтки, які будуть або не будуть повторюватися, в залежності від типу відбору віньєток. Тому факторіальний дизайн не лише вирішує питання з зовнішньою валідністю, але й часто застосовується для вирішення якихось більш специфічних задач. Адже одна з найбільших переваг експерименту – можливість дослідити каузальні зв'язки. З задачею такого типу також з легкістю справляється факторіальний дизайн [Auspurg, Hinz, 2015]

Хагнес та Губі (2002, 2004) вважають також за необхідне, щоб самі віньєтки були внутрішньо логічно побудованими та структурними, тобто вони мають відображати дані, що дають змогу вирішувати питання дослідження. Досягнення бажаного результату складається з двох важливих, окремих, але взаємопов'язаних факторів – тема дослідження та відповідність учасників. У літературі одноголосна думка, що віньєтки можуть зосереджувати увагу на темі, але це працює лише в тому випадку, якщо сама віньєтка чітко пов'язана з об'єктом запиту. Надання, наприклад, занадто абстрактної віньєтки, яка лише опосередковано стосується тем дослідження, не додасть ніякого значення (тобто, достовірності) і, можливо, навіть негативно вплине на збір даних. З одного боку, це здається доволі очевидним явищем, але, насправді, побудова віньєтки – один з найскладніших та найважливіших етапів дослідження факторіального дизайну [Kandemir, 2018; с. 13].

Сама тема дослідження може безпосередньо вплинути на розробку та побудову типу віньєтки, яка буде використовуватися дослідженні. Віньєтки, як

правило, є текстовими, але статичні та рухомі зображення також використовуються у вигляді фільмів або як активні акти, виконані в компанії учасників. Текстові віньєтки мають різні форми і варіюються від коротких написаних підказок до розширених сюжетів. Короткі поетапні письмові віньєтки, наприклад, що зображують сімейні обставини дитини, використовувались у міжнародному дослідженні для виявлення відмінностей у відповідях соціальних працівників на конкретну ситуацію.

Зображення можуть бути корисними при вивченні труднощів на теми досліджень з учасниками, які можуть бути менш сприйнятливими до письмових матеріалів. Однак для деяких груп текст може бути дуже корисним дослідницьким середовищем. Вілсон і Вайл (1998) розробили серію з шести письмових віньєток, описуючи соціальну роботу та працівників сфери догляду за людьми похилого віку або тих, хто потребує постійного догляду. Віньєтки були короткими і їх можна вважати мистецькими, оскільки вони не повністю відображають ситуації, що вивчаються. Однак для учасників – медсестер та соціальних працівників – Вілсон і Вайл (1998) відзначили, що форма передачі інформації відображає реальність професійних практик учасників. У поєднанні з текстовими віньєтками можуть використовуватися різні форми відповіді. Наприклад, Шеппард і Райан (2003) запропонували соціальним працівникам «думати вголос», коли їм були представлені письмові віньєтки. Також існують дослідження, які використовують поштові анкети, пропонуючи заповнити відповіді самостійно, як у більш традиційних методах збору даних (Hardman, 1997) [Auspurg, Hinz, 2015].

Переходячи до етапу вибору шкали оцінювання – можна використовувати різні шкали. Можна використовувати категоріальні або метричні шкали. Вони порівнянні з тими, які використовуються для стандартних питань. Більше того, у багатьох факторіальних дослідженнях опитуваннях використовуються метричні шкали, де респонденти в першу чергу дають загальний напрямок свого судження, а потім висловлюють свою оцінку певним значенням у відкритому масштабі [Rossi, 1982; с. 49].

## ВИСНОВКИ ДО II РОЗДІЛУ

У соціології існує чимало відомих і більш традиційних технік збору соціологічної інформації. Факторіальний дизайн – експериментальний метод, котрий дозволяє опосередковано отримати дані від респондентів, не задаючи їм умови оцінити певну характеристику окремо. Навпаки, завдяки застосуванню цієї техніки, дослідником конструюються окремі ситуації, які вже респонденти повинні оцінити комплексно.

Отже, віньєтки виходять за межі широких предметних дисциплін в рамках соціальних наук і є безцінними в соціальних дослідженнях. Розглядаючи питання розробки та побудови віньєток, існує низка актуальних питань. Ці питання включають внутрішню валідність, актуальність та зрозумілість теми дослідження, підбір вибірки, та актуальність і реалістичність теми дослідження.

Розробка факторіального опитування включає наступні етапи: побудова віньєток та їх розмірів; вибірка віньєтки; побудова шкали відгуку. Наприклад, стосовно вибірки віньєток – існують низка варіантів, котрі доцільно обирати, в залежності від мети дослідження. Шкалу відгуку частіше за все обирають порядкову або метричну, як і у більшості досліджень. Хоча існують кейси, коли були обрані й інші можливості шкалування – навіть усна відповідь або у вигляді зображень тощо.

Метод факторіального дизайну сьогодні широко використовується й у інших сферах суспільного життя – економічних дослідження, психології, а також в медичних дослідженнях.

## Розділ 3. застосування факторіального дизайну у дослідженні факторів впливу на вступ до магістратури

### 3.1. Розробка та імплементація інструментарію дослідження

Розробка інструментарію – важливий етап будь-якого дослідження, який потребує чимало уваги та кропіткої праці. Якісно побудований інструментарій займає важливу нішу не тільки як елемент підтвердження професійного рівня дослідника, але й відповідає за гідний рівень залучення респондентів. Так як факторіальний дизайн не можна віднести до методів з використанням традиційних підходів побудови опитувальника, етап побудови та розробки інструментарія дослідження є доволі непростим та потребує багато ресурсів на його реалізацію. Як і під час використання близького йому методу – конджойнт-аналізу – у респондентів можуть виникати проблеми у складності сприйняття опитувальника. Саме тому наша задача, як соціологів, продумати інструментарій максимально якісно та детально, аби зробити його настільки простим у сприйнятті, як дозволяють його методологічні особливості.

Підготовчий етап дослідження вимагає багато часу дослідника, адже до того, як розпочати польовий етап дослідження, є вимога детальної розробки всіх компонентів опитувальника.

Загалом дослідження включає два основні етапи, які умовно можна розділити на:

1. **Якісний:** на першому етапі виокремимо набір вимірів (факторів, які можуть впливати на вибір студентів) та їх рівнів відповідно. Для цього проведемо напівформалізоване інтерв'ю з магістрами.
2. **Кількісний:** опитування вибіркової сукупності шляхом використання онлайн платформи Lime Survey.

## 1. Етап якісний.

Підбір факторів впливу та конструювання віньєток – один з найважливіших етапів дослідження. Для того, щоб віньєтка виглядала актуальною та нативною для респондентів, нам потрібно врахувати думку наших студентів.

Методом збору даних було обрано напівформалізоване інтерв'ю. Студенти мали перелік запитань, але могли доповнювати свої відповіді за бажанням. На цьому етапі було опитано 11 студентів (з яких 9 дівчат і два хлопці).

Загалом гайд інтерв'ю виглядав таким чином:

### ***I БЛОК. Чинники впливу на вступ до магістратури студентами***

Назвіть **три основні** фактори, які вплинули на ваш вибір вступити до магістратури?

---

1.1. Якщо визначити **один** фактор?

---

1.2. Якби ви зараз вступали до магістратури, то чи змінилась б ваша думка? Чому? Які фактори враховували б зараз?

---

### ***II БЛОК. Навчання на магістратурі на факультеті***

2.1. Чи задоволені Ви організацією навчального процесу на факультеті? Чому? Які фактори впливають на це?

---

2.2. Чи співпали Ваші очікування від навчального процесу на магістратурі з реаліями? Чому?

---

Гайд був розділений на два блоки: I – думка респондентів стосовно факторів впливу на їх рішення вступати на магістратуру. Спочатку було

прохання виокремити три фактори, а потім один найголовніший. Також у цьому блоці задавалося питання стосовно повторного вступу до магістратури, а саме, чи змінилося б їх рішення. II блок був присвячений рівню задоволеності студентами навчанням загалом, а також тому, чи співпали їх очікування.

Після проведення інтерв'ю було отримані такі дані, які узагальнені в таблиці нижче.

Таблиця 3.

Ставлення студентів до вступу та навчання на магістратурі

	Респондент	3 фактори	1 фактор	Повторний вступ/фактори	Чи задоволені	Чи співпали очікування
1	Дівчина	Працевлаштування на керівну посаду  Не засмучувати батьків  Легко вступити після бакалаврату	Працевлаштування на керівну посаду	Вступила б, ті ж	<b>Незадоволена:</b>  денна форма навчання,  відсутність електронного щоденника,  неоднозначні вимоги написання магістерської роботи,  відсутність зворотнього зв'язку від викладачів	<b>Співпали.</b> Знала, як відбувається навчальний процес на факультеті, а також дослідила всі відкриті документи для абітурієнтів
2	Дівчина	Щоб побути студентом ще деякий час  Не засмучувати батьків  Магістратура знадобиться в майбутньому	Щоб побути студентом ще деякий час	Вступила б, ті ж	<b>Незадоволена:</b>  денна форма навчання,  відсутність днів самостійної роботи та онлайн курсів	<b>Співпали,</b> адже знала, як відбувається навчальний процес
3	Хлопець	Можливість жити в гуртожитку  Щоб побути студентом ще деякий час  Тиск батьків	Щоб побути студентом ще деякий час	Вступив би, ті ж	<b>Не зовсім:</b>  мало часу на написання диплому,  перенасиченість іншими дисциплінами	Так

4	Хлопець	Відстрочка від армії Бюджет Працевлаштування на керівну посаду	Бюджет	Вступив би, ті ж	<b>Незадоволений:</b> цікаві дисципліни викладаються швидко і наприкінці. Хоча є можливість поєднати навчання та роботу	<b>Співпали.</b> Магістратура більше дає позитивного та корисного
5	Дівчина	Бюджет Повна вища освіта Вплив друзів	Бюджет	Можливо, але на заочне	<b>Частково:</b> можливість поєднати навчання та роботу  не задоволена дисциплінами	Так
6	Дівчина	Тиск батьків Після бакалаврата легше вступити, потім не закінчу Знадобиться в майбутньому	Батьки хочуть, щоб закінчила	Ні, не пішла б - нецікаво	<b>Не дуже задоволена,</b> деякі викладачі поводять себе некоректно	Так
7	Дівчина	Гуртожиток Склала іспит Можливість побути студентом	Гуртожиток	Знову обрала б	<b>Не задоволена</b> через графік та некоректне ставлення викладачів	<b>Співпали,</b> були низькими
8	Дівчина	Повна вища освіта Стипендія «бо так треба» - всі так роблять, вплив одногрупників	Повна вища освіта	Заочне обрала б або денна 1,5 роки	<b>Не задоволена:</b> ставлення викладачів до поєднання навчання та роботи, а також дуже багато непотрібних предметів і мало часу на написання диплому	Не було очікувань, знала, що буде «не дуже»
9	Дівчина	Зміна спеціальності Повна вища освіта Подобається вчитися	Зміна спеціальності	Вступала б знову	<b>Не подобається,</b> що немає часу на написання диплому, а також ставлення до поєднання робочого на навчальних процесів	<b>Частково–</b> факультет кращий за попередній, адже є інтерактивні пари та комп'ютерне забезпечення
10	Дівчина	Повна вища освіта Можливість кар'єрного	Повна вища освіта	Вступала б знову	<b>Не подобається,</b> немає дистанційних курсів та днів самозанятості	<b>Співпали,</b> адже були низькими

		зростання Диплом зі спеціалізацією				
11	Дівчина	Гуртожиток Не засмучувати батьків	Гуртожиток	Так	Процес навчання на магістратурі більш цікавий, хоча пари не відвідую	Думала буде простіше

Отже, загалом під час опитування почали повторюватися такі фактори:

- вплив батьків або оточення («так треба»);
- побути студентом деякий час;
- щоб не засмучувати батьків;
- отримати повну вищу освіту.

Також студенти зазначали, що потім могли б розглянути заочну форму навчання, що могло б полегшити їх навчання. Із негативного було зазначено некоректне ставлення з боку викладачів, що залишило відбиток на задоволенні від навчання в цілому. Не задоволені студенти також графіком навчального процесу, відсутністю днів самостійної роботи. Ті студенти, які задоволені навчальним процесом, відзначали цікавість навчальних дисциплін.

В цілому майже всі опитані студенти зазначили, що в якійсь мірі незадоволені навчальним процесом, але все одно вступили б знову. Очікування студентів також співпали з реаліями навчання, хоча подекуди в негативному руслі. Адже деякі з них зазначили, що очікування були негативними і співпали з реаліями.

Враховуючи все вище описане, було визначено такі виміри та їх рівні відповідно:

*Таблиця 4*

#### Виміри віньєток та їх рівні

Вимір	Рівні
Форма навчання	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Очна форма навчання</li> <li>• Заочна форма навчання</li> </ul>

Вплив з боку оточення:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ваша особиста думка</li> <li>• думка Ваших родичів</li> <li>• думка Ваших друзів</li> </ul>
Характер навчальних дисциплін	<ul style="list-style-type: none"> <li>• цікаві, не цікаві</li> <li>• за Вашим фахом, не за Вашим фахом</li> <li>• актуальні, не актуальні</li> </ul>
Розклад занять	<ul style="list-style-type: none"> <li>• гнучкий</li> <li>• не гнучкий</li> </ul>
Взаємовідносини з викладачами	<ul style="list-style-type: none"> <li>• йдуть назустріч студентам</li> <li>• не йдуть назустріч студентам</li> </ul>
Можливість відпрацьовувати пропущені заняття	<ul style="list-style-type: none"> <li>• можна відпрацьовувати</li> <li>• не можна відпрацьовувати</li> </ul>

Виміри та їх рівні визначені, а значить готові для подальшого етапу.

## 2. Етап кількісний.

В першу чергу потрібно сконструювати віньєтки в окремі історії, котрі будуть надаватися респондентам для оцінки. Для цього згенеруємо всі можливі варіанти віньєток, використовуючи комп'ютерне забезпечення R. Для цього потрібно встановити бібліотеку "AlgDesign", прописати виміри та рівні віньєток, а також всі необхідні умови. В кінцевому результаті віньєтка повинна виглядати таким чином:

*«У Вас є можливість вступити до магістратури на очну форму навчання щоб отримати повну вищу освіту. На Ваше рішення можуть вплинути такі фактори, як: думка Ваших друзів , не цікаві і актуальні навчальні дисципліни не за Вашим фахом, негнучкий робочий графік і викладачі, які йдуть назустріч студентам, а також те, що пропущені заняття не можна відпрацьовувати» .*

**Чи вступили Ви б на навчання на магістратурі, враховуючи всі перераховані фактори?**

*(оцініть від -3 до 3, де -3 - абсолютно точно не вступив(-ла) б, а 3 - точно вступив(-ла) б)*

-3   -2   -1   0   1   2   3

Всього, враховуючи кількість вимірів та їх рівнів, у нас є 144 варіанти віньєток. Звичайно, що це неймовірно велика кількість запитань для більшості анкет, та враховуючи особливості дизайну дослідження, це просто неможливо оцінити всі ці ситуації. Для цього буде випадковим чином згенеровано по 6 віньєток для кожної людини.

Після того, як у нас уже є згенеровані всі варіанти віньєток, можна переходити до наступного етапу дослідження. А саме – опитування. Опитування буде проведено за допомогою онлайн-платформи Lime Survey, котра чудово допомагає вирішити нашу задачу.

У сучасних соціологічних дослідженнях використання онлайн-платформ для збору даних набуває все більшої й більшої популярності. Адже це дійсно зручно та дозволяє уникнути безлічі монотонних задач. Метод анкетування – найбільш традиційний та простий у своєму розумінні метод збору інформації, який дозволяє охопити велику кількість респондентів. У сучасних реаліях використання анкетування стало суттєво простішим, адже завдяки новітнім інформаційним технологіям, більше непотрібно залучати додаткові ресурси на організацію та проведення процесу анкетування. Звичайно, ми не проводили роздрібне анкетування, не використовували можливість поштового розсилання анкет, і навіть не залучали додатковий людський ресурс, котрий міг би нам допомогти опитати людей, зібрати відповіді, закодувати та занести в масив. Сьогодні всі ці процеси суттєво покращилися та стали набагато простішими. Адже завдяки використанню онлайн-платформи Lime Survey нам вдалося уникнути всіх перелічених вище процедур. Саме тому, зважуючи всі переваги, які ми могли отримати, організовуючи польовий етап через онлайн-платформу, рішення було однозначним – так, анкетування буде проведено саме з використанням інформаційних технологій.

Загалом, у нашому випадку можна виділити ряд таких переваг використання Lime Survey:

- 1) Швидкість проведення опитування (за декілька днів вдалося опитати 120 студентів);
- 2) Можливість розбити запитання на групи (таким чином ми розбили віньєтки на шість груп – так, щоб випадковим чином з кожної групи буда відібрана 1 віньєтка для респондента, а також блок по загальній задоволеності навчальним процесом на магістратурі та соціально-демографічний блок);
- 3) Можливість уникнути паперового опитування та додаткових ресурсів на обробку даних та масиву;
- 4) Можливість отримати на виході відповіді відразу згенеровані в csv файл.

Насамперед, потрібно підготувати дані для створення частини анкети, яка включатиме частину з віньєтками – ситуаціями, тобто, де кожному респонденту буде згенеровано персональний сет з шести віньєток. Процесуально це можна організувати, якщо поставити відповідно до кожного респондента унікальний маркер (token), до якого у свою чергу "приєднати" відповідний сет [Сидоров, 2015; с. 136]. Після того, як сформована вибірка віньєток, їх потрібно розподілити між учасниками опитування, виділивши для кожного учасника по 6 віньєток. І знову у забезпеченні реалізації цієї задачі нам допомагає програмне забезпечення R.

До того ж, варто відмітити легкість поширення дослідження. Адже для того, щоби поділитися дослідженням і заохотити нового респондента взяти участь у дослідженні, варто лише поширити посилання на анкету. В один клік респондент вже може опинитися на першому блоці опитування та почати заповнювати анкету. Це також дуже важливо, адже досяжність нашої вибірки (магістри) доволі складна, тому в нас насправді є декілька секунд, аби привернути їх увагу, відкривши повідомлення, та заохотити взяти участь в опитуванні. Також використання Lime Survey є дуже зручним з точки зору можливості поширення дослідження через розсилання посилання на опитування шляхом використання поштових адрес. За потреби можна зробити

запрошення більш персоналізованими, вказавши ім'я і прізвище респондента, прописавши відповідну потрібну умову. Ще однією перевагою є налаштування нагадувань, так респонденти, які не пройнуть опитування вчасно, зможуть отримати нагадування про потребу взяти участь в опитуванні й заповнити анкету пізніше.

Важливим моментом є те, що обов'язково потрібно вимкнути в Lime Survey відображення на привітальному слові кількості запитань в анкеті. Адже не дивлячись на те, що наші віньєтки та інші запитання були згенеровані по групам, і в цілому респондент мав відповісти лише на 13 запитань, по замовчуванню, будуть відображатися всі закодовані в опитувальник питання. Тому респонденти бачили б перед собою 153 запитання в анкеті, і їх бажання взяти участь могло б різко змінитися. Тому ми заздалегідь прибравши це з панелі відображення.

Загалом, можна впевнено стверджувати, що використання онлайн-платформи Lime Survey дуже спростило нашу задачу, хоча й потребувало достатньо ресурсів на коректну реалізацію опитування. Web-опитування не дарма набувають шаленої популярності в сучасних дослідженнях і стають все більш актуальними, адже вони дійсно спрощують чимало процесів проведення та реалізації соціологічних досліджень.

Після того, як опитування було проведено, можна переходити до наступного етапу дослідження, а саме – аналізу отриманих результатів.

### **3.2. Програмні засади дослідження факторів впливу на рішення студентів вступати до магістратури**

Програмування соціологічного дослідження – наступний і не менш важливий етап. Для того, щоб більше заглибитися в проблему нашого дослідження, сформуємо програму та детально розглянемо кожен з її компонентів.

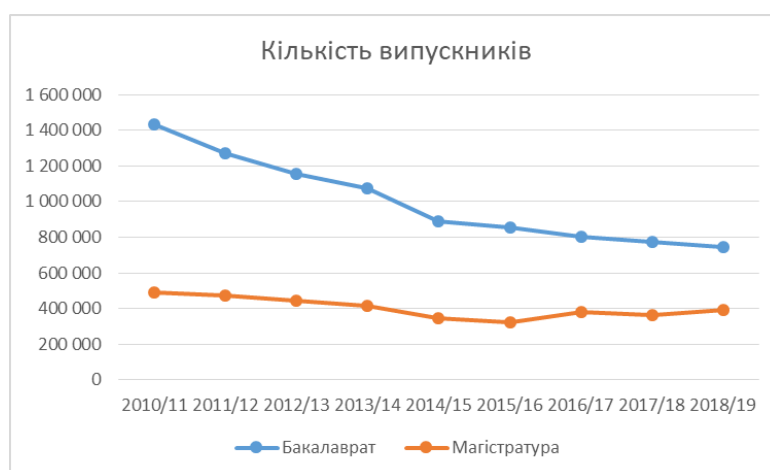
**Тема:** Оцінка значущості факторів впливу на вступ студентів до магістратури

### **Проблемна ситуація:**

У сучасному суспільстві навчальний процес в університеті – це важливий етап соціалізації індивіда. В українському суспільстві прийнято вважати, що правильний шлях після закінчення школи – це вступ до університету, а навчання на магістратурі – це можливість отримати повну вищу освіту. Яка потім відкриває нові двері перед молодими спеціалістами, дозволяючи обіймати керівні посади. Відкриваючи будь-який сайт з пошуку роботи в переліку вимог майже завжди буде вказано «повна вища освіта». Освіта та розвиток людського капіталу мають величезне значення для забезпечення стрімкого, стійкого та інклюзивного зростання в Україні.

Відповідно до даних Світового банку, частка населення України, яка має вищу освіту стрімко зросла в період с 1980 року до 2010, сягнувши порівняно велику позначку – 40%, обганяючи такі країни, як Швеція, Польща, Німеччина [World bank Group; 2018].

На сьогодні динаміка чисельності людей, котрі мають вищу освіту виглядає наступним чином (відповідно до даних Державної статистики за 2019 рік):



Кількість випускників магістерської освітньої програми вдвічі менша за випускників бакалаврів. До того ж, негативний тренд, залишений після 2014 року тільки почав налагоджуватися. Не зважаючи на високі показники

кількості людей з вищою освітою в Україні, навіть у порівнянні з іншими країнами, магістерська програма не така поширена, як бакалавр. Саме тому дослідження факторів впливу на вступ студентами до магістратури – актуальна, як ніколи на сьогодні тема.

З даної проблемної ситуації можна виокремити:

**Гносеологічна сторона проблемної ситуації:** недостатність інформації щодо факторів впливу на вступ до магістратури.

**Об'єкт теоретичний:** фактори впливу на вступ до магістратури.

**Предмет:** оцінка значущості факторів впливу на вступ до магістратури.

**Мета:** визначити рівень значущості факторів, що впливають на вступ до магістратури

**Завдання:**

1. Визначити, які фактори студенти найбільше враховують при вступі до магістратури;
2. Визначити рівень значущості факторів впливу на вступ до магістратури;
3. Визначити, чи залежить рішення щодо вступу від місця проживання студентів та статі;
4. З'ясувати, чи вступили б студенти знову на магістратуру, враховуючи всі перелічені фактори.

**Теоретична інтерпретація**

Фактор – це рушійна сила будь-якого процесу або явища, що визначає їх характер та результат.

Студент – (лат. *st* ік іет, від *vi*ісіео — навчаюсь) — учень вищого навчального закладу.

Навчальний процес – система організації навчально-виховної діяльності, в основі якої — органічна єдність і взаємозв'язок викладання й учіння; спрямована на досягнення цілей навчання й виховання [Гончаренко, 1997].

## Емпірична інтерпретація

Фактори впливу:

- Форма навчання;
- Вплив з боку оточення;
- Характер навчальних дисциплін;
- Розклад занять;
- Взаємовідносини з викладачами;
- Можливість відпрацьовувати пропущенні заняття.

## Гіпотези

1. Більше половини респондентів в цілому були задоволені навчальним процесом.
2. Заочна форма навчання виглядає для студентів більш привабливою під час вступу.
3. Під час навчання можливість відпрацьовувати дисципліни для студентів є більш важливою, ніж цікаві та актуальні навчальні дисципліни.
4. Більшість студентів, які навчаються/навчалися на магістратурі, проживаючи в гуртожитку, вступили б знову не зважаючи ні на що.
5. Фактори впливу на рішення вступати до магістратури відрізняються в залежності від статі.

## Операціоналізація

- Два рівні виміру «**Форма навчання**» – очна та заочна;
- Три рівні виміру «**Вплив на рішення вступати**» – Ваша особиста думка, думка Ваших родичів, думка Ваших друзів;
- Шість рівнів виміру (по 2 рівня кожний підвимір) «**Характеристика дисциплін магістратури**» – цікаві/не цікаві, за Вашим фахом/не за Вашим фахом, актуальні/не актуальні;
- Два рівня виміру «**Розклад занять**» – гнучкий, не гнучкий;

- Два рівня виміру «**Взаємовідносини з викладачами**»: йдуть назустріч студентам, не йдуть назустріч студентам;
- Два рівня виміру «**Відпрацювання пропущених занять**» – можна відпрацьовувати, не можна відпрацьовувати.

### **Вибірка віньєток**

У даному дослідженні буде використано **суцільний відбір**, при якому до опитування та подальшого аналізу було включено всі віньєтки, адже їх загальна кількість була відносно невеликою – 144 віньєтки, а не склала декілька тисяч, як це часто буває в дослідженнях з використанням факторіального дизайну. Але за рахунок використання комп'ютерних алгоритмів та налаштування в Lime Survey – ми згрупували всі віньєтки в шість блоків, і кожен респондент отримував по одній віньєтці з блоку відповідно. Таким чином кожен респондент отримає рандомно згенеровані для себе 6 віньєток.

### **Вибірка респондентів**

Генеральну сукупність відповідно до мети дослідження представлятимуть всі студенти магістратури КНУ ім. Т. Шевченка, випускники 2019 та 2018 років, а також студенти НаУКМА та КНЕУ ім. Вадима Гетьмана. В рамках даного дослідження емпіричним об'єктом виступали лише ті студенти, які отримують або отримали освіту магістра, адже мета дослідження була сформована у виокремленні факторів впливу на рішення вступати до магістратури. Вибіркову сукупність склали досяжні студенти, які погодилися брати участь в дослідженні. Вибірка нашого дослідження не є репрезентативною, а саме дослідження не може бути узагальненим.

### 3.3. Оцінка значущості факторів впливу на вступ до магістратури.

Аналіз отриманих даних – найцікавіший етап нашого дослідження, та й напевно будь-якого дослідження загалом. Адже саме на цьому етапі ми й дізнаємося найголовніше – які ж фактори все-таки впливають на рішення вступати до магістратури.

Отже, дослідження оцінки факторів впливу на вступ до магістратури було реалізовано шляхом використання факторіального дизайну на онлайн-платформі Lime Survey. Попередньо було висунуто гіпотези, базуючись на результатах напівформалізованих інтерв'ю зі студентами, які були проведені на першому етапі дослідження.

Анкета дослідження була розподілена за трьома блоками:

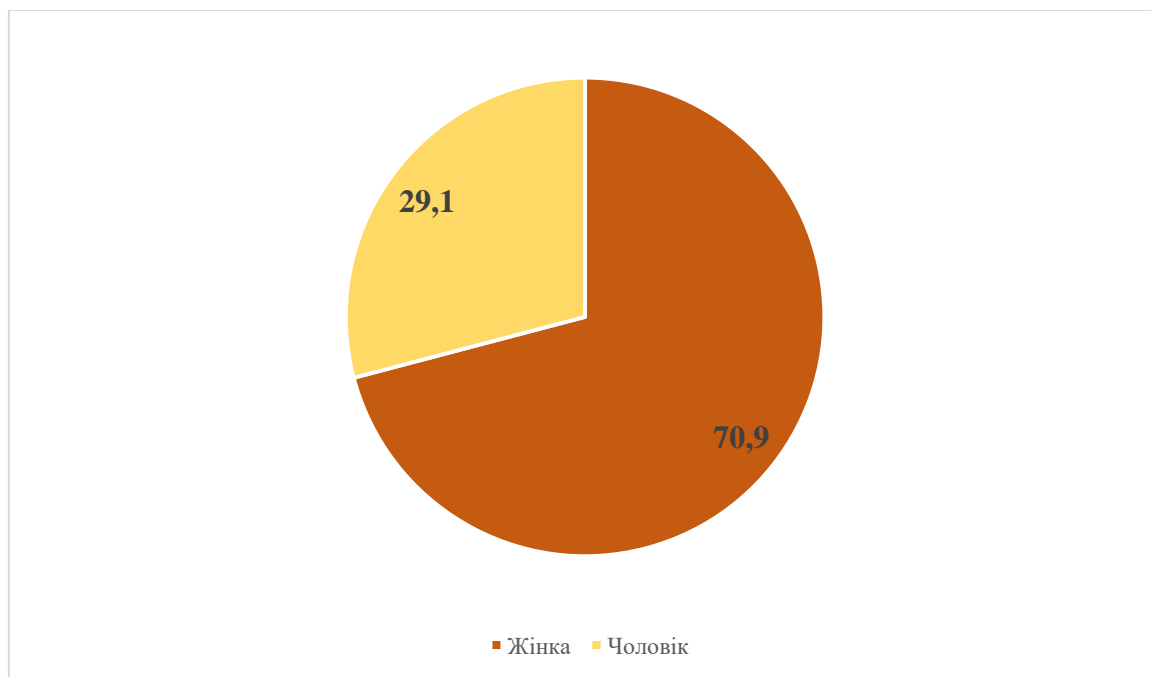
- 1) Соціально-демографічний блок. У рамках нашого дослідження нас цікавило місце проживання респондентів, їх стать, та університет і факультет, в якому вони навчаються.
- 2) Оцінка респондентами навчального процесу загалом. Тут респондентам ставилися запитання стосовно їх оцінки навчального процесу загалом, задоволені вони їм чи ні. Також ми мали намір з'ясувати, чи працювали або працюють опитані за професією, яку здобувають, і чи готові вони вступити до магістратури знову, враховуючи досвід навчання, який вони вже мають.
- 3) Блок з віньєтками. В цьому блоці були описані різні можливі ситуації вступу на навчання на магістратурі. Кожен респондент отримував 6 випадковим чином згенерованих віньєток.

Відповіді збиралися в період з 6 квітня по 15 квітня шляхом прямого розсилання анкети в соціальній мережі Facebook, а також поширення у студентські групи та бесіди в соціальних мережах. Вдалося опитати 145 респондентів, які хоча б почали відповідати на запитання анкети, з яких повних

відповідей зібрано – 120. Отже, 17% респондентів не закінчили відповідати на всі запитання анкети.

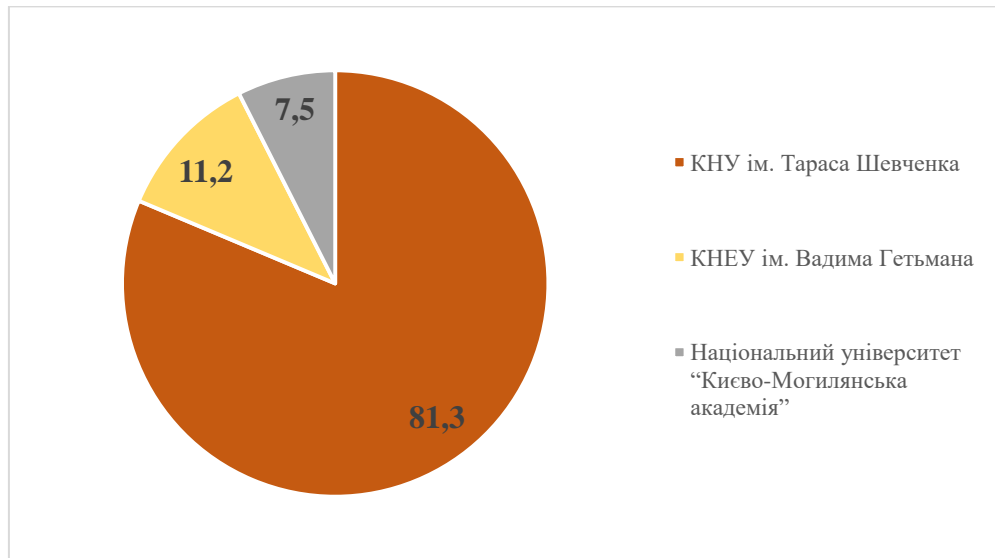
Спочатку розглянемо розріз респондентів за соціально-демографічними показниками, щоб мати змогу більш предметно розуміти масив даних, з якими ми маємо справу.

Отже, за статевою ознакою маємо такий розподіл (діаграма 1):



*Діаграма 1. Статевий розподіл респондентів.*

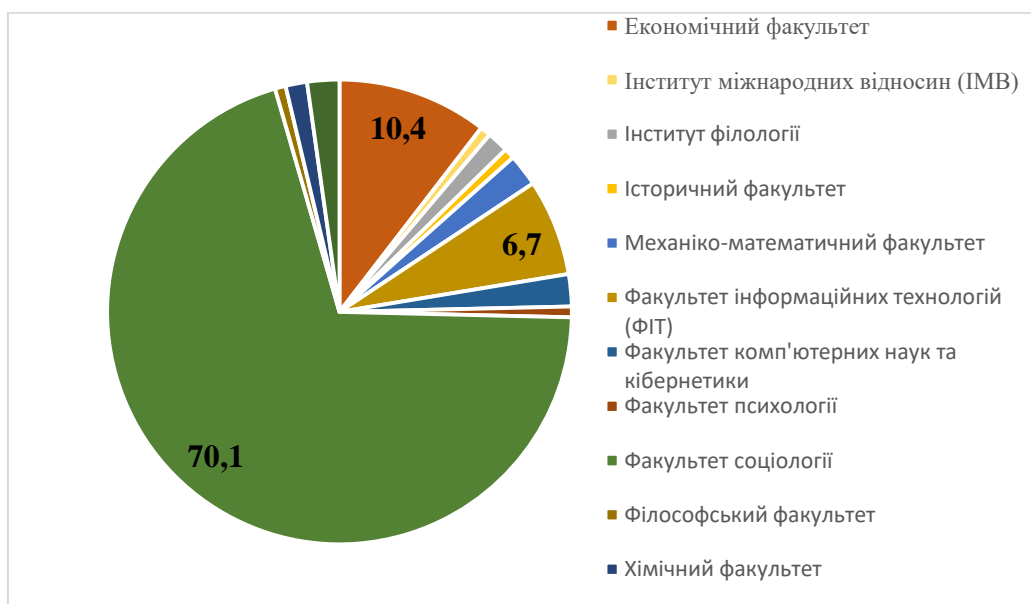
Розподіл респондентів за статтю виглядає таким чином: 70,9% – жінки, а чоловіки складають лише 20,1% вибірки. Розподіл є характерним для подібних опитувань на нашому факультеті, адже дівчата чисельно переважають хлопців. Хоча й залучалися інші факультети, й навіть інститути, для того, щоб дібрати необхідну кількість відповідей, факультет соціології все рівно займає найбільшу частину. А розподіл по університетах і факультетах наведений нижче:



Діаграма 2. Розподіл респондентів за навчальним закладом.

81,3% опитаних навчаються або є нещодавними випускниками КНУ ім. Тараса Шевченка, 11,2% – КНЕУ ім. Вадима Гетьмана, і лише 7,5% вказали НаУКМА як свій навчальний заклад. Розподіл не є рівномірним, адже саме на студентів КНУ ім. Тараса Шевченка є найбільший вихід та більше соціальних зв'язків, які нас поєднують, а отже студенти більш активно та відповідально ставилися до заповнення анкети.

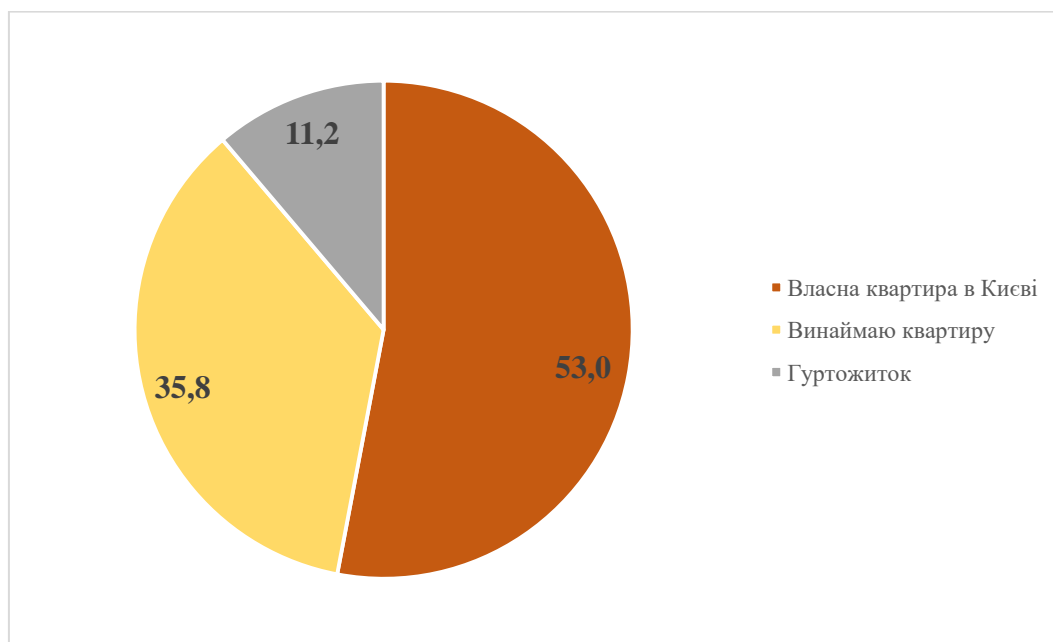
Розподіл за факультетами виглядає наступним чином:



Діаграма 3. Розподіл студентів за факультетами.

Як і передбачалося раніше – існує дуже вагомий скіс у бік факультету соціології, 70,1% респондентів вказали саме його як свій рідний факультет. 10,4% були студентами економічного факультету, ще 6,7% – факультет інформаційних технологій. Інші респонденти розподілилися поміж факультетів, вказаних на діаграмі вище.

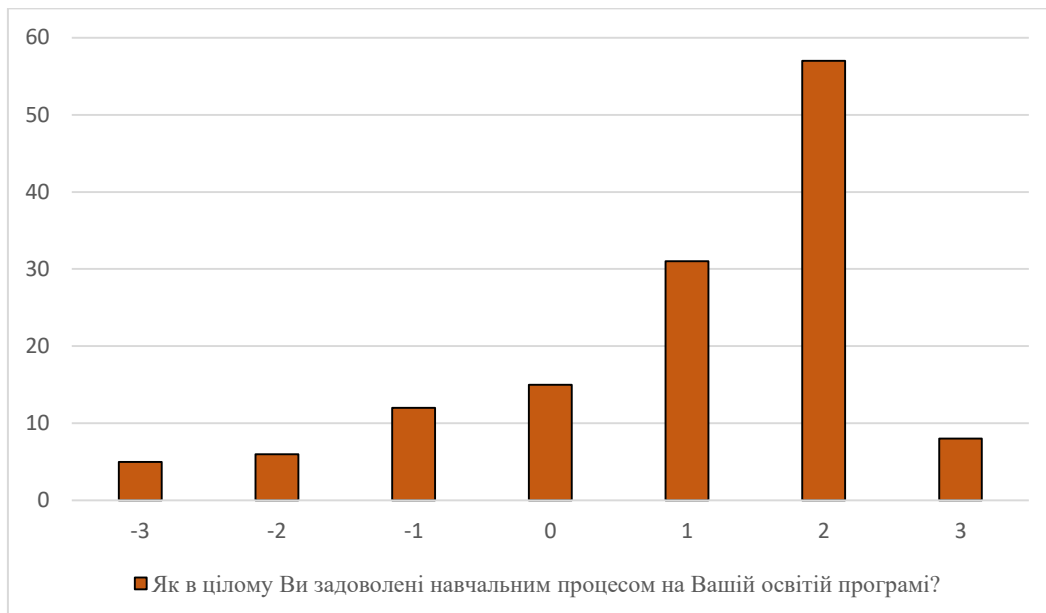
За місцем проживання респонденти розподілилися наступним чином:



*Діаграма 4. Розподіл студентів за факультетами.*

Половина респондентів проживають у власній квартирі в Києві, більше третини – винаймають квартиру в Києві, і лише 11,2% проживають у гуртожитку.

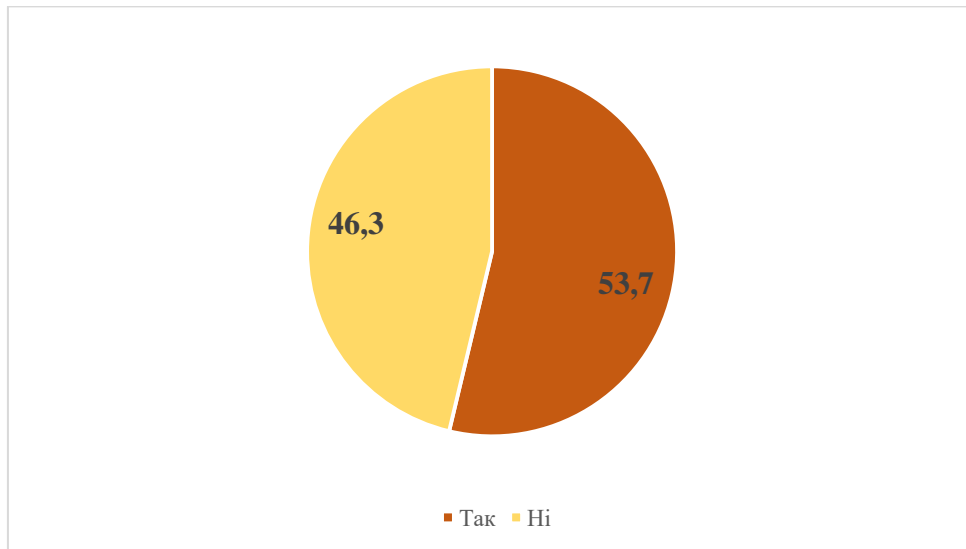
Також важливим запитанням нашого дослідження, яке відносилось до загального блоку про оцінку навчального процесу, було саме запитання про задоволення навчальним процесом. Під час якісного етапу дослідження, в якому ми з'ясували потенційні виміри та рівні наших віньєток, всі учасники якісного етапу, відповіли, що задоволені навчальним процесом, хоча й надавали вкрай негативні коментарі про навчання на магістратури. На кількісному етапі, результати виглядали наступним чином:



*Діаграма 5. Задоволеність навчальним процесом на магістратурі.*

Як ми бачимо з результатів, наведених в діаграмі вище, в цілому респонденти відповідали, що тією чи іншою мірою задоволені навчальним процесом на їхній освітній програмі. Узагальнюючи – 71,6% опитаних стверджують, що задоволені навчальним процесом на їхній освітній програмі. 17,2% відповіли, що тією або іншою мірою незадоволені тим, як побудований навчальний процес, з яких лише 3% абсолютно незадоволені.

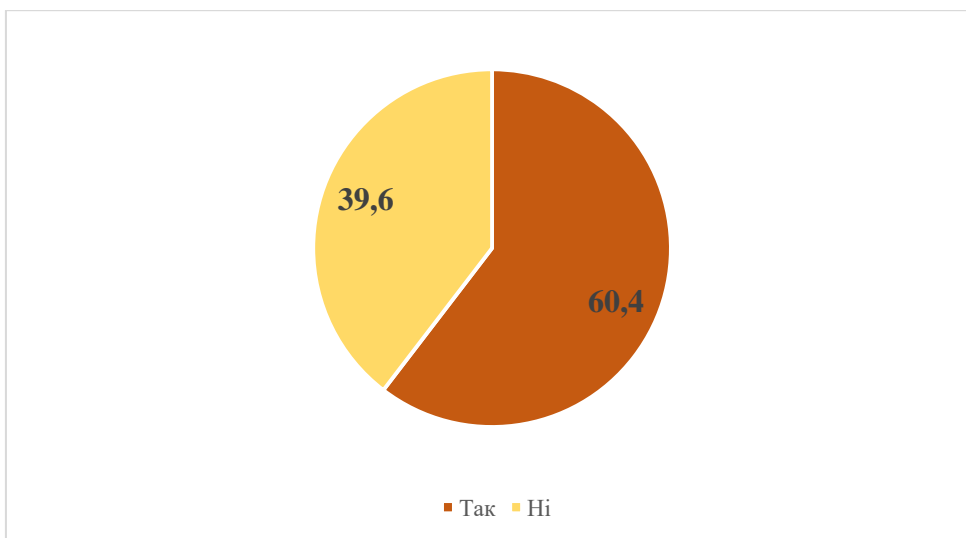
Наступним важливо змістовним питанням було, чи вступили б на навчання знову. Адже знову, під час якісного етапу, більшість учасників все одно стверджували, що не змінили б власної думки та вступили б на навчання знову. У кількшому етапі відповіді розподілилися таким чином:



*Діаграма 6. Чи Ви вступили б знову на магістратуру, якби була така можливість?*

Кількість студентів, котрі знову б вступили до магістратури незначно переважають над тими, хто не вступив би знову (всього на 7,4% більше). На жаль, отримані дані не продемонстрували нам великої різниці. Можна вважати, що студенти рівною мірою як вступили б, так і ні.

Також, нас цікавило, чи працюють або, можливо, працювали студенти за спеціальністю, яку вони здобувають. Адже це також може бути поштовхом для здобуття повної вищої освіти. Тож, розподіл наведено на діаграмі нижче:



*Діаграма 7. Чи Ви працюєте/працювали за спеціальністю?*

Більше половини респондентів працювали або працюють наразі за спеціальністю.

Отже, вище наведено описові характеристики для нашої вибірки. Завдяки цьому, ми краще будемо розуміти, якими саме особливостями та характеристиками наділені наші респонденти. У опитуванні взяли участь переважно жінки (70,9%). Більшість респондентів навчаються саме на факультеті соціології (70,1%), що обумовлено легшою доступністю до респондентів. Також більше за інші факультети були представлені економічний факультет (10,4%) та факультет інформаційних технологій (6,7%). Лише 11,2% проживають у гуртожитку, всі інші або мають власну квартиру в Києві, або винаймають квартиру. Більше 70% задоволені в цілому навчальним процесом, як і більшість опитаних респондентів під час якісного етапу. А от щодо повторного вступу на магістратуру, а саме, чи вступили б знову на навчання, якби була можливість, або ж навпаки змінили б щось – відповіді розподілилися майже рівномірно – 53,7% вступили б, а 46,3% – ні.

Після отриманих описових результатів ми нарешті можемо переходити до регресійного аналізу, щоб подивитися, які ж саме з попередньо виокремлених факторів, дійсно впливають на вступ до магістратури.

Загалом, залежною змінною у регресійному рівнянні буде відповідь респондента на віньєтку, тоді як незалежними – виступатимуть всі виокремлені нами фактори:

1. Форма навчання (очна, заочна);
2. Вплив на рішення вступати (Ваша особиста думка, думка Ваших родичів, думка Ваших друзів);
3. Характеристика дисциплін магістратури:
  - цікаві/не цікаві;
  - за Вашим фахом/не за Вашим фахом;
  - актуальні/не актуальні;
4. Розклад занять (гнучкий, не гнучкий);

5. Взаємовідносини з викладачами (викладачі йдуть назустріч студентам, не йдуть назустріч студентам);
6. Відпрацювання пропущених занять (заняття можна відпрацьовувати, не можна відпрацьовувати).

Загалом для всієї вибіркової сукупності регресійна модель виглядає таким чином (табл.5 ):

Таблиця 5. Коефіцієнти регресійної моделі для факторів впливу на рішення вступати на навчання на магістратуру.

Модель	Нестандартизовані коефіцієнти		Стандартизовані коефіцієнти	t	Знач.
	B	Стандартна помилка	Бета		
Константа	8,270	0,573		14,438	0,000
<i>Форма навчання</i>	0,200	0,138	0,051	1,453	0,147
<i>Вплив оточення</i>	-0,075	0,069	-0,038	-1,099	0,272
Цікавість дисциплін	-0,535	0,137	-0,136	-3,899	0,000
Актуальність дисциплін	-0,374	0,137	-0,095	-2,721	0,007
Фахове спрямування дисциплін	-0,297	0,138	-0,075	-2,160	0,031
Графік навчання	-0,501	0,137	-0,127	-3,651	0,000
Взаємовідносини з викладачами	-0,735	0,137	-0,186	-5,356	0,000
Відпрацювання занять	-0,638	0,137	-0,162	-4,656	0,000

Рівень значущості майже всіх факторів є меншим 0,05, а отже всі такі фактори впливають на рішення студентів продовжувати своє навчання на магістратурі. Форма навчання, неважливо заочна чи денна, а також вплив будь-кого з оточення людини статистично не впливають на рішення навчатися на магістратурі, адже рівень значущості цих факторів не втрапляє в гранично дозволений рівень і є більшим за 0,05. Цікаво, що саме ці фактори, особливо форма навчання, найчастіше зустрічалася на якісному етапі. Але варто також

розуміти, що 70% вибірки – студенти соціології, де взагалі відсутня можливість навчатися на заочній формі навчання. Так як більшість респондентів також зазначала, що не змінила б своє рішення і знову вступила б на магістратуру (маючи тільки можливість денної форми навчання, як ми знаємо), тому відсутність зв'язку між формою навчання та бажанням вступати на магістратуру виглядає цілком логічно.

З наведеної таблиці можна зазначити наступне:

- більшість факторів мають знак «мінус», але це пояснюється лише послідовністю рівнів у закладених вимірах, тобто, фактично рівень можливості вступу підвищується при «кращому» рівні того чи іншого виміру;
- найвагомий фактор впливу на рішення вступати до магістратури – взаємідносини з викладачами, цей фактор має вплив на рівні - 0,186, що є найбільшим серед всіх факторів. Тобто, якщо викладачі будуть йти назустріч студентам під час навчального процесу, то й бажання студентів вступати зростатиме й навпаки, це описується від'ємним знаком даного коефіцієнту. Студентам важливо розуміти, що викладачі будуть з розумінням ставитися до них;
- наступний фактор по мірі корисності свого внеску – можливість відпрацьовувати пропущені заняття (-0,162). Тут спостерігається такий самий зв'язок, студенти дійсно приділяють увагу цьому факторові, обдумуючи рішення вступати до магістратури. Це дійсно має сенс, адже більшість студентів магістратури мають роботу, тому їм доводиться поєднувати навчання та робочий процес;
- -0,136 – внесок цікавих дисциплін у рішенні студентів вступати до магістратури. Студенти беруть до уваги те, щоб дисципліни, які вони будуть вивчати були цікавими, а от професійне спрямування – не такий вагомий фактор, адже стандартизований коефіцієнт даного фактору – (-0,075). Дисципліни радше мають бути цікавими та

актуальними (-0,095), ніж професійно спрямованими. Хоча трохи більше половини студентів – 56% – працює або працювала за спеціальністю;

- Графік навчання – також відносно важливий фактор впливу на рішення студентів навчатися на магістратурі, адже коефіцієнт його впливу дорівнює -0,127, а даний фактор значущий на рівні 0,000.

Отже, загалом майже всі фактори, які були включені до аналізу, мають вплив на рішення студентів вступати до магістратури. Лише форма навчання та вплив оточуючих не мають ніякого впливу на рішення продовжувати навчання. Всі інші фактори в якійсь мірі впливають на вибір студентів. Найбільш вагомими виявилися такі фактори, як взаємовідносини з викладачами та можливість відпрацьовувати пропущені заняття. У ієрархії впливу фактори розподілилися наступним чином, відсортовані від найбільш важливого фактора, до найменш важливого:

1. Взаємовідносини з викладачами
2. Можливість відпрацьовувати пропущені заняття
3. Цікаві дисципліни
4. Графік навчання
5. Актуальні дисципліни
6. Професійне спрямування дисциплін.

Після виокремлення рівня важливості кожного фактора, варто також розглянути, як впливають наші фактори у розрізі статі, тому побудуємо два регресійних рівняння окремо для чоловіків і жінок.

Таблиця 6. Коефіцієнти регресійної моделі для факторів впливу на рішення вступати на навчання до магістратури. Модель побудована лише для респондентів жіночої статі.

Модель	Нестандартизовані коефіцієнти		Стандартизовані коефіцієнти	t	Знач.
	B	Стандартна помилка	Бета		

Константа	8,735	0,644		13,567	0,000
<i>Форма навчання</i>	-0,034	0,156	-0,008	-0,215	0,830
<i>Вплив оточення</i>	-0,125	0,078	-0,063	-1,603	0,110
Цікавість дисциплін	-0,561	0,156	-0,141	-3,590	0,000
Актуальність дисциплін	-0,365	0,156	-0,092	-2,331	0,020
<i>Фахове спрямування дисциплін</i>	-0,270	0,156	-0,068	-1,729	0,084
Графік навчання	-0,571	0,156	-0,144	-3,656	0,000
Взаємовідносини з викладачами	-0,636	0,156	-0,160	-4,079	0,000
Відпрацювання занять	-0,635	0,156	-0,160	-4,081	0,000

Рівень значущості факторів, який є меншим за 0,05, є статистично значущим, а отже всі такі фактори впливають на рішення наших респондентів-жінок продовжувати своє навчання на магістратурі і будуть включені до регресійної моделі. Форма навчання, вплив будь-кого з оточення людини або її власна думка, а також фахове спрямування дисциплін статично не впливають на рішення навчатися на магістратурі для жінок, адже рівень значущості цих факторів не втрапляє в гранично дозволений рівень і є більшим за 0,05.

З наведеного рівняння можна зазначити наступне:

- Як і в першому рівнянні, більшість факторів мають знак «мінус», але це пояснюється лише послідовністю рівнів у закладених вимірах, тобто, фактично рівень можливості вступу підвищується при «кращому» рівні того чи іншого виміру;
- З побудованого регресійного рівняння для жінок найбільш вагомими виявилися два фактори впливу: взаємовідносини з викладачами та можливість відпрацьовувати заняття, стандартизовані коефіцієнти яких дорівнюють -0,160, і є значущими на рівні 0,000;
- Наступним по мірі важливості є графік навчання – (-0,144);

- Потім цікавість навчальних дисциплін, стандартизований коефіцієнт якого дорівнює -0,141;
- Найменш вагомим виявився фактор актуальності дисциплін, як це було й у виокремленні факторів для всіх респондентів в цілому.

Отже, жінки не враховують такі фактори під час вступу, як форма навчання, вплив з боку оточення або власна думка та професійне спрямування дисциплін. Між цими факторами та відповідями не існує статистичного зв'язку. Найбільш вагомими виявилися два фактори – взаємовідносини з викладачами та можливість відпрацьовувати пропущені заняття, обидва мають найвищий стандартизований коефіцієнт, та є значущими на рівні 0,000. Загалом для підвибірки жінок, всі фактори мають сильну міру зв'язку на рівні 0,000.

Тепер розглянемо рівняння, побудоване лише для чоловіків і з'ясуємо, чи співпадають для наших підвиборок фактори впливу.

Таблиця 7. Коефіцієнти регресійної моделі для факторів впливу на рішення вступати на навчання на магістратуру. Модель побудована лише для респондентів чоловічої статі.

Модель	Нестандартизовані коефіцієнти		Стандартизовані коефіцієнти	Т	Знач.
	В	Стандартна помилка	Бета		
Константа	6,939	1,231		5,636	0,000
Форма навчання	1,113	0,283	0,293	3,930	0,000
<i>Вплив оточення</i>	0,077	0,141	0,041	0,551	0,583
<i>Цікавість дисциплін</i>	-0,716	0,284	-0,187	-2,523	0,013
<i>Актуальність дисциплін</i>	-0,438	0,277	-0,115	-1,580	0,116
<i>Фахове спрямування дисциплін</i>	-0,523	0,288	-0,138	-1,815	0,071

<i>Графік навчання</i>	-0,080	0,276	-0,021	-0,289	0,773
Взаємовідносини з викладачами	-1,035	0,289	-0,273	-3,585	0,000
Відпрацювання занять	-0,716	0,277	-0,188	-2,579	0,011

Побудувавши регресійну модель за ознакою статі для чоловіків, ми побачили дійсно цікаві висновки. Рівень значущості таких факторів є меншим за дозволений 0,05, а отже вплив оточення, актуальність дисциплін і їх фахове спрямування, а також графік навчання, тобто розклад занять, не впливають на рішення чоловіків вступати до магістратури. Зате ми бачимо, що саме для цієї підвибірки, значущим виявився фактор – форма навчання.

Отже, фактори розподілилися таким чином за спаданням:

- 1) Найбільш вагомий фактор – форма навчання, який впливає на конструювання вибору, маючи найбільший коефіцієнт, що дорівнює 0,293;
- 2) Наступний не менш вагомий фактор – взаємовідносини з викладачами. Як і форма навчання, зв'язок між даним фактором і рішенням респондентів є доволі сильним на рівні 0,000, а стандартизований коефіцієнт дорівнює -0,273;
- 3) Цікавість навчальних дисциплін та можливість відпрацьовувати пропущені заняття мають приблизно однаковий вплив (коефіцієнти відповідно дорівнюють -0,187 і -0,188, хоча міра зв'язку між фактором «можливість відпрацьовувати пропущені заняття» та відповідями респондентів трохи сильніша.

Значущі фактори конструювання вибору чоловіків та жінок відрізняються. Більше того, відрізняється також і рівень значущості та рівень впливу окремого фактору. Для чоловіків найвпливовішим виявився фактор форми навчання (денна або заочна), який раніше не був значущим для жодної з підвбірок. Це може бути пов'язано з тим, що в залежності від форми навчання, чоловіків розглядають до служби в військових силах. І тому цей фактор виявляється значущим саме для них.

Також, давайте розглянемо, що загалом може вплинути на бажання студентів вступити знову на навчання на магістратурі.

Таблиця 8. Коефіцієнти регресійної моделі для факторів впливу на вступ до магістратури знову, за можливості.

Модель	Нестандартизовані коефіцієнти		Стандартизовані коефіцієнти	t	Знач.
	B	Стандартна помилка	Бета		
Константа	2,063	0,213		9,672	0,000
<i>Університет, в якому навчається</i>	-0,117	0,066	-0,137	-1,776	0,078
<i>Місце проживання</i>	-0,116	0,056	-0,159	-2,064	0,041
Робота за спеціальністю	0,277	0,077	0,272	3,591	0,000
Задоволеність навчальним процесом	0,132	0,026	0,387	4,992	0,000

Із незалежних змінних, які були включені до моделі – дві змінні мають рівень значущості на рівні 0,000, а отже можна стверджувати, що існує зв'язок між ними та залежною змінною – вступом на магістратуру знову, якби була така можливість. На данному етапі нам важливо було зрозуміти, що ж саме може впливати на рішення студента вступити на магістратуру знову. Адже, як ми пам'ятаємо – відповіді на дане запитання на двох етапах нашого дослідження різнилися.

Отже, рішення, чи вступили б студенти на магістратуру знову, якби була така можливість керується такими факторами:

- 1) Задоволеність навчальним процесом. Можна стверджувати, що існує статистичний зв'язок між задоволеністю навчальним процесом загалом та вступом на магістратуру. Чим більше студент задоволений навчальним процесом, тим вірогідніше, що він вступатиме на магістратуру;
- 2) Робота за спеціальністю також впливає на рішення студентів вступати на магістратуру. Варто провести паралель з коментарями студентів під час напівформалізованого інтерв'ю, коли вони стверджували, що

наявність диплому магістра збільшує їх шанси обіймати керівні посади у майбутньому;

- 3) Рівень значущості для змінної «місце проживання» також є меншим за 0,05, але знаходиться на рівні 0,04, що ледве досягає граничного значення. Не можна стверджувати, що існує сильний зв'язок між цими змінними.

Побудуємо регресійне рівняння у розрізі кожного місця проживання окремо, щоб перевірити зв'язок між цими змінними більш детально.

Таблиця 9. Коефіцієнти регресійної моделі для факторів впливу на рішення вступати на навчання на магістратуру. Модель побудована лише для респондентів, які проживають у гуртожитку.

Модель	Нестандартизовані коефіцієнти		Стандартизовані коефіцієнти	Т	Знач.
	В	Стандартна помилка	Бета		
Константа	4,085	1,964		2,080	0,041
<i>Форма навчання</i>	0,578	0,461	0,141	1,253	0,214
<i>Вплив оточення</i>	0,076	0,227	0,038	0,333	0,740
<i>Цікавість дисциплін</i>	0,160	0,447	0,040	0,358	0,721
<i>Актуальність дисциплін</i>	-0,333	0,443	-0,084	-0,753	0,454
<i>Фахове спрямування дисциплін</i>	-0,022	0,451	-0,006	-0,048	0,962
<i>Графік навчання</i>	0,604	0,437	0,152	1,380	0,172
<i>Взаємовідносини з викладачами</i>	-0,595	0,449	-0,150	-1,326	0,189
<i>Відпрацювання занять</i>	-0,684	0,437	-0,173	-1,565	0,122

Отже, для підвибірки респондентів, які проживають у гуртожитку, немає статичного зв'язку між змінними.

Таблиця 10. Коефіцієнти регресійної моделі для факторів впливу на рішення вступати на навчання на магістратуру. Модель побудована лише для респондентів, які винаймають квартиру в Києві.

Модель	Нестандартизовані коефіцієнти		Стандартизовані коефіцієнти	Т	Знач.
	В	Стандартна помилка	Бета		
Константа	7,880	0,912		8,640	0,000
<i>Форма навчання</i>	0,384	0,217	0,103	1,769	0,078
<i>Вплив оточення</i>	0,037	0,108	0,020	0,343	0,732
Цікавість дисциплін	-0,758	0,217	-0,202	-3,495	0,001
<i>Актуальність дисциплін</i>	-0,357	0,216	-0,095	-1,652	0,100
<i>Фахове спрямування дисциплін</i>	-0,345	0,216	-0,092	-1,594	0,112
Графік навчання	-0,522	0,216	-0,139	-2,419	0,016
<i>Взаємовідносини з викладачами</i>	-0,404	0,218	-0,108	-1,848	0,066
Відпрацювання занять	-0,929	0,216	-0,248	-4,299	0,000

Для респондентів, котрі винаймають власну квартиру в Києві, виявилися значущими такі фактори: можливість відпрацювання занять, гнучкість графіку навчання та цікавість дисциплін. Найвагомим фактором є можливість відпрацьовувати заняття (-0,248), потім – цікавість навчальних дисциплін (-0,202) та графік навчання (-0,139).

Таблиця 11. Коефіцієнти регресійної моделі для факторів впливу на рішення вступати на навчання на магістратуру. Модель побудована лише для респондентів, які проживають у власній квартирі в Києві.

Модель	Нестандартизовані коефіцієнти		Стандартизовані коефіцієнти	Т	Знач.
	В	Стандартна помилка	Бета		
Константа	9,409	0,782		12,032	0,000
<i>Форма навчання</i>	-0,079	0,194	-0,019	-0,406	0,685
<i>Вплив оточення</i>	-0,170	0,096	-0,084	-1,780	0,076

Цікавість дисциплін	-0,473	0,192	-0,116	-2,461	0,014
Актуальність дисциплін	-0,399	0,192	-0,098	-2,074	0,059
Фахове спрямування дисциплін	-0,292	0,193	-0,072	-1,513	0,131
Графік навчання	-0,763	0,192	-0,188	-3,968	0,000
Взаємовідносини з викладачами	-1,040	0,193	-0,256	-5,400	0,000
Відпрацювання занять	-0,378	0,190	-0,093	-1,989	0,057

Для респондентів, котрі мають власну квартиру в Києві, значущими виявилися фактори: взаємовідносини з викладачами (-0,256), графік навчання (-0,188) та цікавість дисциплін (-0,116).

Повернемося до гіпотез, аби побачити, які з висунутих нами гіпотез спростовуються, а які навпаки будуть підтвердженими.

#### Гіпотези:

1. Більше половини респондентів в цілому були задоволені навчальним процесом.

71,6% відсоток опитаних студентів стверджують, що певною мірою задоволені навчальним процесом. Як і під час проведення якісного етапу для виокремлення факторів впливу на вступ до магістратури, адже таке запитання ставилося і тоді, так і під час кількісного етапу, студенти стверджують, що задоволені навчальним процесом загалом, не зважаючи навіть на певні негативні коментарі, які вони надавали.

Можна вважати **гіпотезу підтвердженою**.

2. Заочна форма навчання виглядає для студентів більш привабливою під час вступу. Як вдалося з'ясувати під час аналізу виміру та їх рівнів - форма навчання не впливає на рішення вступати на магістратуру в загалому. Хоча, для підвибірки «чоловіки», цей фактор виявився

найбільш вагомим. Саме тому, гіпотезу будемо вважати **частково підтвердженою**.

3. Під час навчання можливість відпрацьовувати дисципліни для студентів є більш важливою, ніж цікаві та актуальні навчальні дисципліни.

Найбільша вага впливу такого виміру, як можливість відпрацьовувати пропущенні заняття – 0,162, тоді як стандартизований коефіцієнт для фактору «цікаві дисципліни» дорівнює лише -0,136, а для «актуальні навчальні дисципліни» дорівнює -0,095.

Гіпотеза **підтверджена**.

4. Більшість студентів, які навчаються/навчалися на магістратурі, проживаючи в гуртожитку, вступили б знову не зважаючи ні на що. Хоча й існує мінімальний зв'язок між цими змінними на рівні 0,04, не можна стверджувати, що саме місце проживання є рушійним фактором, котрий фіналізує прийняте рішення. Більше того, побудувавши окремо регресійні рівняння за типом місця проживання, ми побачили, що для підвибірки за місцем проживання «гуртожиток» не існує зв'язку з жодним фактором на потрібному рівні, а саме менше 0,05. Гіпотезу вважаємо **спростованою**.

5. В залежності від статі, дійсно, відрізняються фактори, які потенційно можуть вплинути на вступ до магістратури. Графік навчання та актуальність дисциплін впливають на рішення жінок вступати до магістратури, а на рішення чоловіків – ні. І навпаки – найголовніше, що вдалося виокремити – форма навчання впливає на рішення респондентів-чоловіків вступати до магістратури, тоді як, даний фактор не впливає ні на рішення жінок окремо, ні на рішення наших респондентів в цілому. Гіпотезу вважаємо **частково підтвердженою**, адже були й такі фактори, які були значущими для обох підвбірок, або навпаки – не були значущими.

## ВИСНОВКИ ДО ІІІ РОЗДІЛУ

Застосування факторіального дизайну на практиці – нелегка річ, адже метод віньєток має не тільки нетиповий, на перший погляд, дизайн дослідження, але також переважно застосовується для аналізу великих масивів даних. Для того, щоб дослідити характерні особливості його застосування та розглянути всі його переваги, було прийнято рішення провести дослідження серед найбільш досяжної групи, котра може згенерувати хоча б більше 100 осіб у вибірці – і це група студентів.

Актуальною темою сьогодні для будь якого студента, й навіть навчального закладу, є вступ студентів на навчання в магістратурі. Адже, якщо з'ясувати, які саме фактори можуть вплинути на рішення студентів продовжувати своє навчання в магістратурі, це може допомогти навчальним закладам більш чітко зрозуміти очікування студентів від навчального процесу. Тому для практичного застосування факторіального дизайну було вирішено дослідити фактори впливу на рішення студентів вступати до магістратури.

Загалом вдалося опитати 120 студентів. Були залучені такі університети: КНУ ім. Т. Шевченка, КНЕУ ім. В. Гетьмана та НаУКМА.

Переходячи до дослідження ваги кожного, виокремленого нами фактора, які впливають на рішення вступати на магістратуру, варто сказати наступне: форма навчання (денна або заочна), а також вплив оточення на прийняття рішення (батьків, друзів, суспільства) не впливають на рішення вступати до магістратури. Що відразу спростувало одну з висунутих нами напередодні гіпотез. Адже, неодноразово було зазначено, що студенти б розглядали саме заочне навчання. Статично ми не знайшли зв'язку між цими змінними. Всі інші фактори виявилися значущими і впливають на рішення студентів вступати до магістратури:

1. Взаємовідносини з викладачами;
2. Можливість відпрацьовувати пропущені заняття;

3. Цікаві дисципліни;
4. Графік навчання;
5. Актуальні дисципліни;
6. Професійне спрямування дисциплін.

Хоча, побудувавши регресійне рівняння окремо для чоловіків і жінок, ми побачили, що фактори впливу на рішення вступати у магістратуру різняться. Так, виявилось, що для чоловіків вагомим фактором виявилася саме форма навчання, тоді як для жінок і вибірки в загалому – ні.

Також, було досліджено, які змінні можуть вплинути на рішення вступити на магістратуру знову, якби була така можливість:

1. Задоволеність навчальним процесом прямо впливає на рішення вступати до магістратури.
2. Існує зв'язок між наявністю досвіду роботи за спеціальністю і вступом на магістратуру.
3. Стосовно місця проживання – не можна стверджувати, що існує сильний зв'язок між цими змінними. Для перевірки було побудовано регресійне рівняння за типом місця проживання та факторів впливу на вступ у магістратуру. Статистичних зв'язків для типу «гуртожиток» не було виявлено, тому гіпотезу не було підтверджено. Хоча ми виявили значущі фактори для респондентів, котрі винаймають квартиру – можливість відпрацювання занять, гнучкість графіку навчання, та цікавість дисциплін. І для тих респондентів, що проживають у власній квартирі: взаємовідносини з викладачами, графік навчання та цікавість дисциплін.

Отже, студенти, які більш задоволені навчальним процесом, мають або мали раніше досвід роботи за спеціальністю, більш вірогідніше будуть вступати на навчання на магістратурі.

## ЗАГАЛЬНИЙ ВИСНОВОК

Підсумовуючи дипломну роботу, варто почати з того, що в рамках написання роботи було визначено пізнавальний потенціал та процедурні можливості факторіального дизайну як методу збору та аналізу соціологічної інформації. Метод віньєток було емпірично застосовано в дослідженні факторів впливу на вступ до магістратури, а також виконано всі завдання, які ставилися відповідно до мети дослідження.

Дослідження факторів, які потенційно можуть впливати і конструювати певним чином вибір індивіда, відкриває широке поле для досліджень науковців різних галузей. Факторіальний дизайн приходить на допомогу у даній проблематиці, адже його використання дозволяє не тільки з'ясувати, які ж саме фактори можуть впливати на вибір індивідів, але й оцінити рівень значущості, тобто ваги впливу кожного фактору окремо. Таким чином, дослідник може дізнатися потрібну йому інформацію опосередкованим чином. Саме тому факторіальний дизайн є унікальним інструментом і технікою у рішенні таких задач, що і було проілюстровано в роботі відповідно до поставлених задач та мети роботи.

Також було детально описано методологічні особливості використання факторіального дизайну в соціологічних дослідженнях. Відповідно логіки використання факторіального дизайну в соціологічних дослідженнях, було розроблено інструментарій дослідження, виокремлено, на основі напівформалізованих інтерв'ю зі студентами, виміри та рівні, які були включені до віньєток відповідно, обґрунтовано розмір використаних віньєток, тип відбору, а також шкалу відгуку.

Відповідно до цілей та завдань роботи було проведене емпіричне дослідження «Оцінка значущості факторів впливу на вступ до магістратури» й застосовано на прикладі використання факторіального дизайну в соціологічному дослідженні. Дослідження було проведено у два етапи, які умовно можна розділити на:

1. Якісний – в рамках якого було проведено 11 напівформалізованих інтерв'ю зі студентами факультета соціології КНУ ім. Т. Шевченка. На основі даних інтерв'ю було виділено потенційні фактори впливу на рішення студентів вступати до магістратури. Ці фактори виявилися такими:

- Форма навчання (денна, заочна);
- Вплив з боку оточення (батьки, власна думка, оточення);
- Характер навчальних дисциплін (цікаві, актуальні, професійного спрямування);
- Розклад занять (гнучкість розкладу);
- Взаємовідносини з викладачами (чи йдуть назустріч викладачі студентам);
- Можливість відпрацьовувати пропущені заняття.

Всі виміри були розбиті на рівні відповідно до вимог інструментарію.

2. Кількісний – проведення опитування шляхом онлайн-платформи Lime Survey та аналіз отриманих даних. Загалом нам вдалося опитати 120 респондентів. Вибірка склалася з представників таких університетів, як: КНУ ім. Т. Шевченка, НаУКМА та КНЕУ ім. В. Гетьмана. Вибіркова сукупність склалася з тих студентів, які погодилися брати участь в опитуванні і не може бути репрезентативною.

Вибірку переважно склали студенти соціології – 70,1% опитаних, що обумовлюється більш легкою досяжністю контактів та особистими зв'язками. 70,9% склали жінки, 29,1% – чоловіки. В цілому як під час якісного етапу, так і під час кількісного – переважна більшість студентів зазначила, що в цілому вони задоволені навчальним процесом. Більше половини респондентів працюють або працювали за спеціальністю (60,4%). Що цікаво – проводячи інтерв'ю, учасникам ставилося запитання, чи вступили б вони знову на магістратуру, тоді всі учасники відповіли, що так, вступили б, не зважаючи навіть на негативні коментарі або невдоволення, що вони отримали під час

навчання на магістратурі. На кількісному опитуванні ми не виявили такої одноголосності. Відповіді респондентів розділилися майже 50/50.

Так, побудувавши регресійне рівняння оцінки значущості факторів впливу на вступ до магістратури, ми побачили таке ієрархічне ранжування факторів:

- Взаємовідносини з викладачами;
- Можливість відпрацьовувати пропущені заняття;
- Цікаві дисципліни;
- Графік навчання;
- Актуальні дисципліни;
- Професійне спрямування дисциплін.

Форма навчання та вплив оточення не впливають на рішення вступати до магістратури. Також було побудоване рівняння у розрізі статі. Тому для чоловіків та жінок виявилися значимими різні фактори. Так, на рішення жінок у рівній мірі впливають взаємовідносини з викладачами та можливість відпрацьовувати заняття, графік навчання та цікавість навчальних дисциплін. Найменши вагомим виявився фактор актуальності дисциплін, як це було й у виокремленні факторів для всіх респондентів в цілому.

Для чоловіків найвагомим виявився такий фактор, як форма навчання. Даний фактор виявився значимим лише для чоловіків, що може бути пояснено зобов'язаністю служби в армії, в залежності від форми навчання студента. Також на рішення чоловіків вступати до магістратури впливають взаємовідносини з викладачами, можливість відпрацьовувати пропущені заняття і цікавість дисциплін. До того ж, було проаналізовано, що в цілому може вплинути на бажання вступити до магістратури знову. На такий вибір респондентів впливає задоволеність навчальним процесом та наявність роботи за спеціалізацією. Стосовно місця проживання – не можна стверджувати, що існує сильний зв'язок між цими змінними. Для перевірки було побудовано регресійне рівняння за типом місця проживання та факторів впливу на вступ у магістратуру. Статистичних зв'язків для типу «гуртожиток» не було виявлено.

Хоча ми виявили значущі фактори для респондентів, котрі винаймають квартиру – можливість відпрацювання занять, гнучкість графіку навчання та цікавість дисциплін. І для тих респондентів, що проживають у власній квартирі: взаємовідносини з викладачами, графік навчання та цікавість дисциплін.

Отже, були проаналізовані всі гіпотези, що були сформовані у ході дослідження, та підтверджені або спростовані відповідно:

1. Більше половини респондентів в цілому були задоволені навчальним процесом – підтверджена;
2. Заочна форма навчання виглядає для студентів більш привабливою під час вступу – частково підтверджена;
3. Під час навчання можливість відпрацьовувати дисципліни для студентів є більш важливою, ніж цікаві та актуальні навчальні дисципліни – підтверджена;
4. Більшість студентів, які навчаються/навчалися на магістратурі, проживаючи в гуртожитку, вступили б нову не зважаючи ні на що – спростована, адже для підвибірки респондентів, що проживають у гуртожитку, зв'язків виявлено не було;
5. Фактори впливу на рішення вступати до магістратури відрізняються в залежності від статі – частково підтверджена.

Отже, завдяки використанню факторіального дизайну як методу збору та аналізу соціологічної інформації в нашому емпіричному дослідженні, було не тільки обґрунтовано доцільність його використання, але й вирішено задачі, які ми ставили перед собою на початку роботи. Ми оцінили рівень значущості кожного фактору впливу на вступ до магістратури, а також проаналізували всі гіпотези, які нас цікавили.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Култигін В. П. Теорія раціонального вибору - виникнення і сучасний стан // Соціологічні дослідження. 2004. № 1. С. 27 – 37
2. Рітцер Дж.. Сучасні соціологічні теорії. 5-е вид. — СПб. — 2002: іл. — (Серія «Майстра психології») – 688 с.
3. Радаєв В.В. Економічна соціологія. Курс лекцій: Навч. посібник, - М .: Аспект Прес, 1997, «Програма «Вища освіта» – С. 368
4. Швери Р. Теорія раціонального вибору: аналітичний огляд//Соціологічні дослідження. 1995. № 2. С. 43 – 56 .
5. Нуреев Р. М. Теорія суспільного вибору// Курс лекцій. – Москва: ГУ ВШЕ, 2005, 531 с.
6. Іванов, Д. В. Парадигми в соціології: навч. посібник. – Омськ: Вид. ОмГУ, 2005. – 72 с.
7. Coleman J. Foundations of Social Theory. Cambridge, Mass. 1990.
8. Швери Р. . Теоретична соціологія Джеймса Коулмена: аналітичний огляд // Соціологічний журнал. 1996. № 1-2. С. 62-81.
9. Коулман Дж. Економічна соціологія з точки зору теорії раціонального вибору // Західна економічна соціологія: Хрестоматія сучасної класики / упоряд. за навч. ред. Радаєв, Пер. М. С. Добрякової та ін. – М.: РОССПЭН, 2004. С. 159-181. Це ж: Економічна соціологія. 2004. Т. 5. № 3. С. 35-44.4
10. Щербакова М. В. Методі віньєток в емпірико-соціологічних дослідженнях / М. В. Щербакова. – 2016. – С. 3.
11. Пузанова Ж.В., Тертишнікова А.Г. Технологія обробки даних, отриманих методом віньєток, в соціологічних дослідженнях // Теорія і практика суспільного розвитку. 2015. №20. С.16-18
12. Дев'ятко І.Ф. Причинність в повсякденній свідомості і в соціологічному поясненні: контури нового дослідницького підходу // Соціологія: 4М (методологія, методи, математичне моделювання). 2007. № 25. С.5-21.

13. Сидоров М. В. ВИКОРИСТАННЯ LIMESURVEY ДЛЯ ОНЛАЙН РЕАЛІЗАЦІЇ ФАКТОРІАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ В ОПИТУВАННІ / М. В. Сидоров, О. С. Серета, О. М. Мраморнова. – 2015. – С. 8.
14. Олексій Черенков. Застосування методу конджойнт-аналізу в маркетингових дослідженнях // «Маркетинг і маркетингові дослідження» — 1999 р., С. 16.
15. Feasibility of the Factorial Survey Method in Aging Research: Consistency Effects Among Older Respondents / Andrea Teti, Christiane Gross, Nina Knoll, Stefan Bluher. // Andrea Teti, Institute of Medical Sociology, Charite'—Universita'tsmedizin Berlin, Luisenstraße 13, D-10117 Berlin, Germany.. – 2016. – С. 27.
16. Method Effects in Factorial Surveys: An Analysis of Respondents' Comments, Interviewers' Assessments, and Response Behavior / Carsten Sauer, Katrin Auspurg, Thomas Hinz та ін.]. // SOEPpapers on Multidisciplinary Panel Data Research. – 2014. – №629. – С. 31.
17. Ж.В. Пузанова. МЕТОД ВІНЬЄТОК В СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ: МЕТОДОЛОГІЧНІ ПРИНЦИПИ І МЕТОДИЧНІ РІШЕННЯ / Ж.В. Пузанова, А.Г. Тертишнікова. // Соціологія, том 15, № 4. – 2015. – С. 13.
18. Renold E. Using vignettes in qualitative research / E. Renold / 2000: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tlrp.org/rcbn/capacity/Journal/issue3.pdf>
19. Кусакина В. О. Метод віньєток в вивченні репродуктивних установок // Матеріали IV Всеросійського соціологічного Конгресу «Соціологія і суспільство: глобальні виклики та регіональний розвиток», Москва, 2012.
20. Хамханов К.М. ОСНОВИ ПЛАНУВАННЯ ЕКСПЕРИМЕНТУ / Хамханов К.М.. – Улан-Уде, 2001. – 94 с. – (Методичний посібник для студентів «Метрологія та метрологічне забезпечення»).
21. Горбачик А.П. ФАКТОРІАЛЬНИЙ ДИЗАЙН ОПИТУВАННЯ ПРИ ВИВЧЕННІ СПРИЙНЯТТЯ СПРАВЕДЛИВОСТІ РОЗПОДІЛУ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ СЕРЕД СОЦІАЛЬНО ВІДТОРГНУТИХ ГРУП:

РЕЗУЛЬТАТИ ПЛОТНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ / Горбачик А.П., Локтева І.І.

// Український соціум. – 2015. – С. 19.

- 22.Сидоров М. В.-С. МЕТОДИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ В ОПИТУВАННІ (НА ПРИКЛАДІ ПЛОТНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ ІДЕОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ У ДРУЖНІХ СТОСУНКАХ) / Сидоров М. В.-С., Марченко А. М. // *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. – 2014. – №20. – С. 116–122.
- 23.Finch, J. The vignette technique in survey research, *Sociology* / J. Finch-1987. - №21. – P. 105, p.105
- 24.Derek Bingham. FACTORIAL DESIGNS WITH MULTIPLE LEVELS OF RANDOMIZATION / Derek Bingham, Randy Sitter, Elizabeth Kelly. // *Statistica Sinica* . – 2008. – С. 493–513.
- 25.Rhidian Hughes. The construction and interpretation of vignettes in social research / Rhidian Hughes, Meg Huby. // *Social Work & Social Sciences Review*. – 2004. – №11. – С. 36–51.
- 26.Auspurg Katrin, Hinz Thomas (2015). Factorial Survey Experiment. –Sage, Series: Quantitative Applications in the Social Survey .- vol.175, p.143
- 27.Aslı Kandemir. Using Vignettes to Explore Reality and Values With Young People / Aslı Kandemir, Richard Budd. // *FQS*. – 2018. – №2. – С. 23.
- 28.Rossi P., Nock S. Measuring Social Judgments: The Factorial Survey Approach.- SAGE, 1982, p.252
- 29.Сидоров М.В.-С., Серета О.С., Мраморнова О.М.Використання LimeSurvey для онлайн реалізації факторіального дизайну в опитуваннях. Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки: Збірник наукових праць. – К.:Логос,- вип.4(29), 2015, ст.134-111.
- 30.World bank Group. Дослідження сфери освіти в Україні [Електронний ресурс] / World bank Group. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://documents.worldbank.org/curated/en/790931568661644788/pdf/Overview.pdf>.

31. Гончаренко С. Український педагогічний словник [Електронний ресурс] / Гончаренко С. // Київ "Либідь". – 1997. – Режим доступу до ресурсу: <http://lib.iitta.gov.ua/106820/.pdf>.
32. Захарова Т. А., Кутлалієв А. Х. Метод спільного аналізу як інструмент вивчення переваг споживачів // Соціологія: методологія, методи, математичне моделювання. 2009. № 28. С. 5-28.
33. Factorial experiment [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://en.wikipedia.org/wiki/Factorial\\_experiment](https://en.wikipedia.org/wiki/Factorial_experiment)

# ДОДАТОК А

## Приклад анкети

### **Фактори впливу на вступ студентів до магістратури**

Добрий день!

Просимо Вас взяти участь у дослідженні, яке проводиться в рамках написання магістерської роботи. Всі відповіді анонімні, інформація буде використана в узагальненому вигляді. Нам важлива думка кожного, тому просимо уважно читати запитання та щиро відповідати на них.

**1. Вкажіть, будь ласка, Вашу стать:**

- Жінка
- Чоловік

**2. Вкажіть, будь ласка, університет, в якому Ви навчаєтесь.**

- КНУ ім. Тараса Шевченка
- КНЕУ ім. Вадима Гетьмана
- КНЕУ ім. Вадима Гетьмана

**3. Вкажіть, будь ласка, факультет, на якому Ви навчаєтесь**

- Навчально-науковий центр "Інститут біології та медицини"
- Військовий інститут (ВІКНУ)
- Географічний факультет
- Економічний факультет
- Інститут високих технологій (ІВТ)
- Інститут журналістики
- Інститут міжнародних відносин (ІМВ)
- Інститут філології
- Історичний факультет
- Механіко-математичний факультет
- Радіофізичний факультет (ФРЕКС)
- Факультет інформаційних технологій (ФІТ)
- Факультет комп'ютерних наук та кібернетики

- Факультет психології
- Факультет соціології
- Фізичний факультет
- Хімічний факультет
- Юридичний факультет

**4. Скажіть, будь ласка, де Ви зараз проживаєте?**

- У власній квартирі в Києві
- Винаймаю квартиру
- Гуртожиток

**5. Як в цілому Ви задоволені навчальним процесом на Вашій освітній програмі?**

*(оцініть від -3 до 3, де -3 - абсолютно незадоволені, а 3 - повністю задоволені)*

-3    -2    -1    0    1    2    3

**6. Чи Ви працюєте/працювали за спеціальністю?**

- Так
- Ні

**7. Чи Ви вступили б знову на магістратуру, якби була така можливість?**

- Так
- Ні

**8. У Вас є можливість вступити до магістратури на очну форму навчання щоб отримати повну вищу освіту. На Ваше рішення можуть вплинути такі фактори, як: думка Ваших друзів , цікаві і актуальні навчальні дисципліни не за Вашим фахом , негнучкий робочий графік і викладачі, які не йдуть назустріч студентам, а також те, що пропущені заняття не можна відпрацювати .**

**Чи вступили Ви б на навчання на магістратурі, враховуючи всі перераховані фактори?**

*(оцініть від -3 до 3, де -3 - абсолютно точно не вступив(-ла) б, а 3 - точно вступив(-ла) б)*

-3    -2    -1    0    1    2    3

9. У Вас є можливість вступити до магістратури на заочну форму навчання щоб отримати повну вищу освіту. На Ваше рішення можуть вплинути такі фактори, як: думка Ваших друзів , цікаві і не актуальні навчальні дисципліни не за Вашим фахом , негнучкий робочий графік і викладачі, які не йдуть назустріч студентам, а також те, що пропущені заняття не можна відпрацьовувати .

**Чи вступили Ви б на навчання на магістратурі, враховуючи всі перераховані фактори?**

*(оцініть від -3 до 3, де -3 - абсолютно точно не вступив(-ла) б, а 3 - точно вступив(-ла) б)*

-3    -2    -1    0    1    2    3

10. У Вас є можливість вступити до магістратури на очну форму навчання щоб отримати повну вищу освіту. На Ваше рішення можуть вплинути такі фактори, як: думка Ваших друзів , цікаві і актуальні навчальні дисципліни не за Вашим фахом , гнучкий робочий графік і викладачі, які не йдуть назустріч студентам, а також те, що пропущені заняття не можна відпрацьовувати .

**Чи вступили Ви б на навчання на магістратурі, враховуючи всі перераховані фактори?**

*(оцініть від -3 до 3, де -3 - абсолютно точно не вступив(-ла) б, а 3 - точно вступив(-ла) б)*

-3 -2 -1 0 1 2 3

**11.** У Вас є можливість вступити до магістратури на очну форму навчання щоб отримати повну вищу освіту. На Ваше рішення можуть вплинути такі фактори, як: Ваша особиста думка , цікаві і актуальні навчальні дисципліни не за Вашим фахом , негнучкий робочий графік і викладачі, які йдуть назустріч студентам, а також те, що пропущені заняття не можна відпрацьовувати .

**Чи вступили Ви б на навчання на магістратурі, враховуючи всі перераховані фактори?**

*(оцініть від -3 до 3, де -3 - абсолютно точно не вступив(-ла) б, а 3 - точно вступив(-ла) б)*

-3 -2 -1 0 1 2 3

**12.** У Вас є можливість вступити до магістратури на заочну форму навчання щоб отримати повну вищу освіту. На Ваше рішення можуть вплинути такі фактори, як: думка Ваших друзів , цікаві і актуальні навчальні дисципліни за Вашим фахом , гнучкий робочий графік і викладачі, які не йдуть назустріч студентам, а також те, що пропущені заняття не можна відпрацьовувати .

**Чи вступили Ви б на навчання на магістратурі, враховуючи всі перераховані фактори?**

*(оцініть від -3 до 3, де -3 - абсолютно точно не вступив(-ла) б, а 3 - точно вступив(-ла) б)*

-3 -2 -1 0 1 2 3

**13.** У Вас є можливість вступити до магістратури на заочну форму навчання щоб отримати повну вищу освіту. На Ваше рішення можуть вплинути такі фактори, як: думка Ваших родичів , цікаві і актуальні навчальні дисципліни за Вашим фахом , негнучкий робочий графік і викладачі, які

не йдуть назустріч студентам, а також те, що пропущені заняття не можна відпрацьовувати .

**Чи вступили Ви б на навчання на магістратурі, враховуючи всі перераховані фактори?**

*(оцініть від -3 до 3, де -3 - абсолютно точно не вступив(-ла) б, а 3 - точно вступив(-ла) б)*

-3    -2    -1    0    1    2    3

**Дякуємо за участь в опитуванні!**