

УДК 316.65  
2. Соціологія

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПОЛЬОВОГО ЕТАПУ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИ ПРОВЕДЕННІ СОЦІОЛОГІЧНИХ ОПИТУВАНЬ**

**Пиголенко І.В.,**

*кандидат філософських наук, доцент,  
доцент кафедри соціології*

*Національного технічного університету України «Київський  
політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

*ORCID ID 0000-0002-3612-3243*

У статті представлено роль польового етапу в загальному процесі проведення соціологічного дослідження та фактори, що впливають на забезпечення якості збору соціологічної інформації при проведенні опитувань. Невід'ємною і, можна сказати, головною складовою проведення соціологічного дослідження, є польовий етап. Він включає в себе збір первинної соціологічної інформації, а також набір інтерв'юєрів, проведення інструктажу / навчання, безпосередній збір інформації та забезпечення контролю якості виконаних робіт.

У статті розглянуто вплив роботи інтерв'юєрів на якість результатів соціологічного дослідження, особливості їх роботи, підбір та навчання. Здійснено огляд публікацій щодо цього питання як серед зарубіжних дослідників, так і серед українських науковців.

Автор у статті намагається дати відповідь на питання, яким же повинен бути інтерв'юєр, якими якостями він має володіти, щоб професійно виконувати свою роботу та забезпечити якість зібраної соціологічної інформації. На думку автора, крім професійних знань та навичок, у діяльності інтерв'юєра важливим є набір морально-етичних якостей. Етичні норми соціологічної роботи зафіксовані у низці нормативних документів, серед яких одним з основних є Кодекс професійної етики соціолога Соціологічної асоціації України, а також міжнародні документи.

Також, у статті розглядається питання ефекту інтерв'юера, що має місце при використанні будь-якого методу соціологічного дослідження, але найбільше він проявляється при опитуваннях методом face-to-face.

У статті обґрунтовується, що якість роботи інтерв'юерів є важливим питанням при проведенні соціологічного дослідження, носить міждисциплінарний характер та потребує уваги не тільки з боку дослідницьких компаній, але й з боку науковців, які працюють над питаннями методології та методів збору соціологічної інформації.

**Ключові слова:** соціологічне дослідження, опитування, польовий етап, якість даних, опитувальна мережа, ефект інтерв'юера.

Будь-яке соціологічне дослідження – це багатоетапний процес, який передбачає залучення значних ресурсів як людських, так і фінансових. Дослідження включає в себе, перш за все, підготовку: визначення методології, методики, процедури його проведення; написання програми / протоколу дослідження, підготовка інструкцій, розробка та узгодження інструментарію дослідження, його пілотаж. Також, невід'ємною складовою соціологічного дослідження, є польовий етап. Він включає в себе збір первинної соціологічної інформації, а також набір інтерв'юерів, проведення інструктажу / навчання, безпосередній збір інформації та забезпечення контролю якості виконаних робіт. Заключний етап – етап обробки та аналізу отриманих даних, підготовка аналітичного звіту, презентації, публікація отриманих даних у ЗМІ.

Весь без виключення процес соціологічного дослідження, від початку і до самого кінця, потребує чіткого дотримання процедур і високої уваги до деталей на кожному етапі. Якість результатів дослідження буде залежати від максимального дотримання всіх правил та вимог. Постає питання: який саме етап найголовніший і від якого етапу все ж таки залежить якість отриманих результатів соціологічного дослідження. З певним рівнем впевненості можна сказати, що важливим є поступове виконання всіх завдань, передбачених тим чи іншим етапом соціологічного дослідження. Ігнорування підготовчого етапу,

а саме написання програми, що включає визначення та формулювання проблеми дослідження, мети та завдань, чітке визначення об'єкту дослідження, відбір одиниць виміру, формулювання гіпотез, може призвести до отримання не тієї інформації, яку планували зібрати. Неякісно проведений польовий етап може звести нанівець всі теоретичні та практичні аспекти підготовки і отримання на кінцевому етапі викривленої інформації. Польовий етап передбачає залучення значних як матеріальних, так і людських ресурсів. Цей етап потребує значного контролю виконання робіт та дотримання процедур всіма учасниками процесу. Невірна інтерпретація та неточний статистичний аналіз отриманих результатів може призвести до хибних висновків та рекомендацій, запропонованих дослідником, і, в подальшому, до неправильного прийняття рішень, що може нести навіть небезпеку для соціального середовища.

В даній статті ми хочемо приділити увагу саме польовому етапу і його ролі у загальному циклі дослідницького проекту та його впливу на забезпечення якості результатів всього соціологічного дослідження (опитування).

Проблеми забезпечення якості польового етапу в американській та західній науковій думці торкаються більшість соціологів, які працюють у сфері емпіричної соціології, починаючи з праць американського вченого, журналіста, автора наукових методів вивчення громадської думки – Дж. Геллапа. Вивченням громадської думки займались також відомі зарубіжні та вітчизняні спеціалісти-соціологи, зокрема: Г.Тард, Ф.Тьоніс, Б.Берельсон, П.Лазарсфельд, Г.Лассуел, С.Ліпсет, У.Ліппман, Е.Ноель-Нойман, Б.А.Грушин, Б.З.Докторов, В.С.Коробейніков, В.Л.Оссовський, В.А.Полтораєв, Ю.П.Сурмін та ін.

Серед російських соціологів, роботи яких присвячені ефекту інтерв'юера при зборі соціологічної інформації методом телефонного опитування, можна виділити наступних дослідників: Д.Рогозін, А.Мягков, Д.Проскуріна, О.Єгорова та ін.

В Україні проблемі формування та використання опитувальної мережі присвячені праці таких українських учених: О.Вишняк, М.Міщенко, В.Паніотто, С. Потоцька, Т.Рибалко, В.Рукавішніков, С.Стукало, Н.Харченко, М.Чурилов та ін. Слід відзначити, що саме ці дослідники, які надали поштовху в розвитку масових опитувань в Україні, поєднують науково-теоретичні розробки та реалізацію конкретних соціологічних опитувань на ринку соціологічних досліджень.

Метою статті є розгляд впливу якості роботи інтерв'юерів при зборі соціологічної інформації та при проведенні соціологічних опитувань на результати дослідження.

Питанню забезпечення якості збору первинної соціологічної інформації при проведенні соціологічних опитувань починаючи від локальних, на рівні невеличких міст, об'єднаних громад, районів, обласних центрів, областей, закінчуючи організацією репрезентативних всеукраїнських опитувань, в науковій літературі приділяється не дуже багато уваги. Це пов'язано, перш за все, з тим, що польовий етап пов'язаний більше з технічною роботою і реалізується тими чи іншими компаніями. Так, Т.Рибалко та Н.Харченко у своїй статті зазначають, що «робота щодо систематизації досвіду організації і проведення польових досліджень акумулюється в дослідницьких компаніях, які створюють власні інструкції для організаторів польової роботи й інтерв'юерів. У такий спосіб фіксується й акумулюється досвід організації роботи інтерв'юерів. З різних етапів організації польової роботи найменше обговорюється етап контролю за якістю роботи інтерв'юерів. З одного боку, дослідницькі компанії не афішують методики контролю, щоб вони не стали відомі несумлінним інтерв'юерам, з іншого боку, активне обговорення проблем фальсифікацій власних даних може зашкодити репутації дослідницької організації» [15, с.66].

Як зазначають російські соціологи «на жаль, сьогодні дослідник більше стурбований ефективністю витрат на проведення проектів, а не пошуком адекватного способу отримання даних» [5, с.116].

Більшість останніх публікацій українських соціологів з проблематики впливу роботи інтерв'юера на результати дослідження в цілому припадає на початок 2000-х років, що пов'язано з піком проведення соціологічних опитувань громадської думки за часи незалежності України, а саме вивчення соціальних проблем, електоральних настроїв, проведення маркетингових досліджень тощо. Адже проведення соціологічних досліджень громадської думки населення певної країни залежить від багатьох факторів. Соціологічні дослідження та дослідження громадської думки пов'язані з економічним зростанням, з розвитком ринкової економіки, з реалізацією соціальних проектів, що спрямовані на вирішення соціально значущих проблем та допомогу незахищеним верствам населення. Також, як відомо, соціологічні опитування значно активізуються перед виборами і нерозривно пов'язані зі зростанням політичної конкуренції та виборчими процесами (наприклад, станом на 01 січня 2021 року в Україні зареєстровано у встановленому Законом порядку 365 політичних партій) [12]. Отже, соціологічні дослідження не втрачають своєї актуальності і торкаються всіх сфер суспільного життя без виключення.

Щодо польового етапу збору соціологічних даних, то він вважається одним з основних, від якого залежить отримана інформація. В ході польового етапу дослідження інтерв'юери збирають первинні дані, з якими надалі і буде працювати дослідник в офісному кабінеті. Якість роботи інтерв'юерів є важливим питанням при проведенні соціологічного дослідження, носить міждисциплінарний характер і знаходиться на перетині психології, соціології, економіки та політології.

В соціологічному енциклопедичному словнику опитувальна мережа визначається, як «раціональне з точки зору вимог вибіркового методу і оптимальне з точки зору організації проведення опитування, розміщення групи інтерв'юерів, які протягом тривалого часу збирають соціальну інформацію, що цікавить дослідника. Проведення серії досліджень населення за допомогою постійно діючої мережі інтерв'юерів є більш економічним, оперативним.

Інформація, отримана шляхом таких опитувань, є надійнішою порівняно з разовими обстеженнями. Важливими також є переваги опитувальної мережі у формуванні вибіркової сукупності, доборі та підготовці інтерв'юерів, створенні однакової методики й технології збирання та обробки первинної соціологічної інформації, в організації контролю її якості. Опитувальна мережа формується, як правило, для збирання репрезентативної інформації у великомасштабних дослідженнях. За допомогою опитувальної мережі можливим є проведення не всіх соціологічних та маркетингових досліджень, а лише тих, у яких предметна і об'єктна галузі дослідження тісно корелюють з основними характеристиками та ознаками, що були використані дослідником при побудові опитувальної мережі» [20, с.359].

Прикладом роботи опитувальної мережі в Україні може бути дослідження української соціологічної компанії «Рейтинг», коли методом інтерв'ю «face to face» було опитано по 1200 респондентів в кожній області, що на Всеукраїнському рівні склало 30 тис. респондентів [14]. Якщо в кожній області для опитування було залучено в середньому 15-20 інтерв'юерів, то загальна кількість польових працівників складала 375-500 інтерв'юерів. Також, при масштабному соціологічному дослідженні, потрібне залучення координаторів (бригадирів, супервайзерів), які не беруть безпосередньої участі в опитуванні, але відіграють важливу роль, оскільки організують весь польовий етап. Необхідним є залучення до роботи контролерів (валідаторів), які здійснюють перевірку проведення опитування, відповідності методиці та виконання інструкцій. Існують наступні різновиди контролю польового етапу дослідження: візуальний, вербальний та логічний. Важливою і невід'ємною складовою якісно проведеного дослідження є розробка інструментів контролю отриманої первинної соціологічної інформації на центральному рівні, де агрегується вся зібрана первинна інформація. Таким чином, при проведенні масових соціологічних досліджень постає питання не тільки залучення великої кількості інтерв'юерів, але також їх постійна професійна підготовка і навчання.

В соціологічному енциклопедичному словнику інтерв'юер визначається, як «особа, яка проводить інтерв'ю; іноді анкетера – особу, що проводить анкетування, також називають інтерв'юером. Функції інтерв'юера залежать від особливостей дослідження та різновиду інтерв'ю. У повному обсязі інтерв'юер здійснює такі функції: добирає респондентів; забезпечує ситуацію інтерв'ю; ставить запитання, за потребою застосовуючи зондування або за вказівками – візуальний допоміжний матеріал, обертання чи переходи до певних запитань; записує відповіді респондента і власні нотатки; спостерігає за поведінкою опитуваного та занотовує враження від неї; відповідає на технічні запитання до інтерв'юера; редагує запис інтерв'ю; заповнює бланк звітної документації; забезпечує конфіденційність; вчасно здає виконану роботу. Під час опитування від інтерв'юера цілком залежить якість інформації, що збирається, тому підбір і підготовка інтерв'юерів мають особливе значення [18, с. 214].

Німецький соціолог Елізабет Ноель «на питання, яким же повинен бути ідеальний інтерв'юер, можна – нехай в самій загальній формі – відповісти короткою формулою: товариський педант» [10]. Тобто, ідеальний інтерв'юер – це «товариський педант».

При масових опитуваннях потрібна велика кількість гарно підготовлених інтерв'юерів, що постійно виконують значний об'єм роботи. Сьогодні підвищуються вимоги до кваліфікації інтерв'юерів, а саме це не тільки проведення масових опитувань за місцем проживання респондентів або вуличних опитувань, це також і високий рівень мобільності (готовність до опитувань в інших районах, містах, селах). При цьому, інтерв'юер повинен володіти навичками рекрутингу для фокус-груп, поглиблених інтерв'ю, проведення телефонних опитувань тощо. Елізабет Ноель зазначає: «Зрозуміло, що при цьому потрібно таке поєднання якостей, яке нечасто зустрічається в повсякденному житті. Ймовірно, воно характерне швидше для жінок, ніж для чоловіків. Дійсно, жінок часто використовують в якості інтерв'юерів. В американській літературі позначення «інтерв'юер», як правило, має на увазі жінку («інтерв'юер назвала себе ...»)» [10].

Після розпаду Радянського Союзу, коли масово закривалися підприємства, проблеми з набором інтерв'юерів майже не було. Це найчастіше були жінки середнього віку, яким з високим рівнем довіри і готовністю відповідали на запитання, відкривали двері помешкань, при поквартирних опитуваннях. Але, з часом, цей ресурс значно зменшився і вже не є основним ресурсом для оновлення бази інтерв'юерів. З розвитком соціологічної освіти в Україні, а саме з підготовкою професійних соціологів, до групи інтерв'юерів підключилися студенти-соціологи. З однієї сторони, ця когорта інтерв'юерів навчається та отримує вищу соціологічну освіту, орієнтуючись при цьому в особливостях проведення інтерв'ю, а з іншої сторони, має на меті закріплення теоретичних знань на практиці та додатковий підробіток. Але вимушене зменшення кількості бюджетних місць та навіть закриття соціологічних спеціальностей, теж вплинуло на контингент інтерв'юерів. Третя група інтерв'юерів – це матері, які є домогосподарками, і у вільний час мають можливість і бажання підробляти інтерв'юерами.

Як зазначають російські дослідники, «ймовірно, галузі належить замінити стихійний приплив інтерв'юерів на їх підготовку в середині галузі: через стандарти, інструкції, тести, можливо, курси підготовки» [5, с.121]. Також, важливим питанням є професійне вигорання інтерв'юерів, що викликано необхідністю постійного спілкування з респондентами (часто отримувати негатив у вигляді образ, вислуховування проблем тощо), певною одноманітністю виконуваної роботи, постійного напруження та стресів, що навіть приводить до психічних розладів. Враховуючи те, що інтерв'юер – найчастіше тимчасова робота, тому дуже важливо, коли настає професійне вигорання зробити перерву в роботі або змінити діяльність, наприклад, переключитись з інтерв'ювання до рекрутингу, або з кількісних методів дослідження перейти до якісних тощо.

Важливим і основним елементом в роботі інтерв'юера є етичні принципи та норми, яких інтерв'юер повинен дотримуватись при виконанні своєї роботи. Крім професійних знань та навичок в діяльності інтерв'юера важливим є набір

морально-етичних якостей. Результати його роботи не тільки впливають на якість отриманих даних, а й у подальшому можуть впливати на життя окремих соціальних груп, спільнот, суспільства в цілому, при прийнятті тих чи інших управлінських рішень. Інтерв'юер, в першу чергу, має бути чесним і добросовісним, сумлінно виконувати свою роботу. Погоджуючись на складні умови праці, інтерв'юер бере на себе неабияку відповідальність, він повинен довести діло до кінця, у певні строки повністю і якісно здати свою роботу супервайзеру. Про це говорить і Елізабет Ноель: «Моральна стійкість» передбачає також чесність: адже у вирішальній фазі дослідження – при виборі та опитуванні намічених респондентів – інтерв'юер працює один. Не відчуваючи нагляду, він повинен проте неухильно виконувати незручні і трудомісткі приписи. Підробка – груба або незначна – неприємний і все ж постійний фактор спотворень, який можна частково контролювати, але не можна виключити повністю» [10].

Етичні норми соціологічної роботи зафіксовані у низці нормативних документів. Серед основних документів, на яких базується робота інтерв'юера, є Кодекс професійної етики соціолога Соціологічної асоціації України, Етичний кодекс Української асоціації маркетингу, Кодекс етики Міжнародної соціологічної асоціації (ISA), Міжнародний процесуальний кодекс проведення маркетингових і соціологічних досліджень ICC/ESOMAR, Кодекс етики Світової асоціації дослідження громадської думки (WAPOR) [6, 7, 9].

В свою чергу, менеджер польового етапу дослідження бере на себе зобов'язання без затримки та в строк організувати повну оплату праці інтерв'юера. Щодо впливу оплати на роботу інтерв'юера, то ще на початку 2000-х років, Чурилов М.М. на лекціях з дисципліни «Методологія та методи соціологічного дослідження», розповідаючи про побудову Всеукраїнської опитувальної мережі, зазначав, що важливо знайти оптимальну вартість, тому що висока оплата часто несе більшу спокусу підробити анкету ніж низька вартість оплати роботи інтерв'юера. Зрозуміло, що оплата праці інтерв'юера залежить від багатьох чинників, серед яких можна виділити наступні: тему

дослідження, обсяг анкети, складність питань, специфіку об'єкту дослідження, тип вибірки, досяжність респондентів, терміни виконання завдання тощо.

Слід зазначити, що рекрутинг інтерв'юерів має неабиякий вплив на якість проведеного соціологічного дослідження в цілому. Оскільки цей вид діяльності, зокрема вуличне опитування, передбачає активний фізичний процес (пошук респондентів, робота цілий день переважно на вулиці за будь-яких погодних умов і «на ногах»), то інтерв'юерами краще обирати молодих, фізично активних людей, відкритих до спілкування протягом всього робочого дня. Якщо інтерв'юер не відповідає зазначеним вимогам, краще одразу, ще до початку польового етапу дослідження, замінити його кандидатуру. Якщо польовий етап обмежений в часі, а інтерв'юери відмовляються працювати, рекрутеру (супервайзеру) необхідно терміново шукати заміну, адже дуже важливо дотримуватись розрахованого та затвердженого плану роботи. Тобто, на якість дослідження впливає як безпосередня робота інтерв'юера, так і робота рекрутера, який його відібрав.

Щодо важливої особистісної якості інтерв'юера, про яку йшлося вище, – вміння і готовність до спілкування з людьми (респондентами) протягом всього робочого дня. Тут, також, існують певні межі та кордони. Основним завданням інтерв'юера є збір достовірної, невикривленої інформації з «перших вуст». Інтерв'юеру не потрібно, а навіть заборонено висловлювати свою думку, давати власну відповідь на те чи інше запитання, підштовхувати та спонукати респондента на «правильні» відповіді. «Ефект інтерв'юера» – це викривлення у відповідях респондентів, обумовлені впливом з боку інтерв'юера.

Проблема ефекту інтерв'юера не є новою для світової соціології. Першим науковим дослідженням на цю тему можна вважати роботу З. Райса, опубліковану в 1929 року, в якій автор, мабуть, вперше наочно продемонстрував небезпеку викривлення результатів дослідження, що пов'язані з впливом інтерв'юера, і привернув увагу до необхідності їх усунення.

В стандартизованому інтерв'ю, зазвичай, участь беруть дві особи – інтерв'юер та респондент. Респондент – особа, яка виступає в якості джерела

первинної інформації в процесі опитування або в результаті спостереження з приводу певного явища. Тобто, ми повинні говорити, що соціологічне інтерв'ю – це двосторонній процес, коли не тільки інтерв'юер, але й респондент може вплинути на результати наданої ним інформації.

Ефект інтерв'юера має місце при використанні будь-якого методу дослідження, але найбільше він проявляється при опитуваннях методом face-to-face. Також, є певна специфіка роботи інтерв'юера в кожному окремому методі (телефонному опитуванні, анкетуванні, вуличному опитуванні, поквартирному опитуванні, екзит-полі).

Таким чином, якість проведення польового етапу дослідження залежить від багатьох факторів, а саме від підготовки польових робіт, проведення інструктажів, навчання, роз'яснювальних робіт; від впливу індивідуальних особливостей інтерв'юера, виконання ним роботи з дотриманням норм та інструкцій, ставлення до виконуваної роботи, завантаженістю в рамках проекту; від забезпечення контролю виконання робіт з боку дослідницької компанії. Тому, проблема забезпечення якості польового етапу дослідження залишається на сьогоднішній день актуальною і постає перед дослідниками та науковцями.

### **Pygolenko I. Quality assurance of the field phase of the research during sociological surveys**

This article presents the role of the field phase in the general process of sociological research and the factors which influencing the quality of sociological information. One of the main component of sociological research is the field phase. It includes the collection of primary sociological information, also the recruitment of interviewers, instruction / training, collection of information and control the quality of work.

The article considers the influence of interviewers' work on the quality of sociological research results, features of their work, selection and training. A review of publications on this issue among both foreign researchers and Ukrainian scientists.

The author of the article tries to answer the question of what an interviewer should be, what qualities he should have in order to perform his work professionally and ensure the quality of the collected sociological information. According to the author, in addition to professional knowledge and skills, a moral and ethical qualities is important in the work of the interviewer. Ethical norms of sociological work are fixed in a number of normative documents, among which one of the main is the Code of professional ethics of a sociologist of the Sociological Association of Ukraine, as well as international documents.

Also, the article discusses the effect of the interviewer, which occurs when using any method of sociological research, but it is most evident in face-to-face surveys.

The article argues that the quality of interviewers is an important issue in sociological research, is interdisciplinary and needs attention not only from research companies but also from scientists working on the methodology and methods of collecting sociological information.

**Keywords:** sociological research, survey, field phase, data quality, survey network, interviewer effect.

### **Література:**

1. Бутенко И.А. Анкетный опрос как общение социолога с респондентом / И.А. Бутенко. – М.: Высшая школа, 1989. – 176 с.
2. Бутенко, И.А. Организация прикладного социологического исследования [Текст] / И.А. Бутенко. – М.: Тривола, 1998. – 226 с.
3. Докторов Б. Прямые продолжатели дела отцов основателей: Пол Перри, Джо Белден и Бад Роупер // Социальная реальность. – 2006. – №11. – С.120–129.
4. Докторов Б. Прямые продолжатели дела отцов-основателей: Уоррен Митофски и Джозеф Ваксберг // Социальная реальность. – 2007. – №1. – С.109–120.

5. Дулина Н.В., В.Б. Звоновский, В.В. Токарев Рынок социологических и маркетинговых исследований в России: состояние, динамика прогноз // Социологические исследования. – 2017. – №12. – С. 110-123.

6. Етичний кодекс Української асоціації маркетингу. – Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/standarts/>.

7. Кодекс професійної етики соціолога. – Офіційний сайт Соціологічної асоціації України. – Режим доступу: <http://www.sau.kiev.ua/codex.html>.

8. Мангейм Дж. Б., Рич Р. К. Политология. Методы исследования: Пер. с англ. / Предисл. А.К. Соколова. – М.: Издательство “Весь Мир”, 1997. – 544 с.

9. Нова редакція Міжнародного процесуального кодексу ICC/ESOMAR // Маркетинг в Україні. – 2007. – С. 67-70.

10. Ноэль, Э. Массовые опросы. Введение в методику демоскопии [Текст] / Э. Ноэль; пер. с нем. – М.: Прогресс, 1978. – 379 с. – Режим доступу: <https://socioline.ru/pages/e-noel-e-noel-nojman-massovye-oprosy-vvedenie-v-metodiku-demoskopii>.

11. Отчёт рабочей группы ААРОР о неслучайных выборках: июнь 2013 / Американская ассоциация исследователей общественного мнения / Пер. с англ. Д. Рогозина, А. Ипатовой. М.: Общероссийский общественный фонд «Общественное мнение», 2016. – 170 с.

12. Офіційний сайт Міністерства юстиції України. – Режим доступу: <https://minjust.gov.ua/m/4561>.

13. Рабочая книга социолога [Текст] / под общ. ред. и с предисл. Г.В.Осипова; изд. 3-е. – М.: Эдиториал УРСС, 2003. – 480 с.

14. Результати національного опитування «Україна: настрої та очікування», грудень 2017 року, 30000 респондентів, Соціологічна група «рейтинг». – Режим доступу: [http://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg\\_files/rg\\_ukraine\\_022018\\_press.pdf](http://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/rg_ukraine_022018_press.pdf)

15.Рибалко Т. В., Харченко Н. М. Контроль якості роботи опитувальної мережі інтерв'юерів // Наукові записки. Соціологічні науки. – 2003. – Том 21. – С.66-70.

16. Рукавишников, В.О. Опросы населения (Методический опыт) [Текст] / В.О. Рукавишников, В.И. Паниотто, Н.Н. Чурилов. – М.: Финансы и статистика, 1984. – 207 с.

17.Соціологічна служба на підприємстві [Текст]: Методичні рекомендації / АН УРСР, Ін-т економіки, Львівське відділення. – К., 1974. – 80 с.

18.Стукало С.М. Інтерв'юер // Соціологія: короткий енциклопедичний словник / Під заг. ред. В.І.Воловича. – К.: Укр. Центр духовн. культури, 1998 – 736 с.

19.Стукало, С. Довідник інтерв'юера [Текст] / С. Стукало. К.: Наук. думка, 1996. – 43 с.

20.Чурилов М.М. Опитувальна мережа // Соціологія: короткий енциклопедичний словник / За ред. В.І.Воловича. – К., 1998. – 736 с.

21.Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В.А.Ядов. – М.: Добросвет, 1999. – 596 с.