

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

Национальный исследовательский Томский государственный университет
Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники
Болгарская Академия наук
ООО «ЛИТТ»

ИННОВАТИКА-2015

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

**XI Международной школы-конференции студентов,
аспирантов и молодых ученых
21–23 мая 2015 г.
г. Томск, Россия**

Под ред. проф. А.Н. Солдатова, доц. С.Л. Минькова

Scientific & Technical Translations



ИЗДАТЕЛЬСТВО

Томск – 2015

ПЛАТНЫЕ ОПРОСЫ В ИНТЕРНЕТЕ

К.В. Корепанов

*Национальный исследовательский Томский государственный университет
e-mail: aster32167@gmail.com*

PAID INTERNET SURVEYS

K.V.Korepanov

National Research Tomsk State University

Online surveys play a large role in the development of Internet technologies. It is the main tool for determining people's preferences.

Key words: internet, survey, online.

Сеть Интернет, служившая когда-то исключительно исследовательским и учебным группам, чьи интересы простирались вплоть до доступа к суперкомпьютерам, становится все более популярной в деловом мире. Ее развитие повлекло за собой возникновение такого вида деятельности, как заработок в сети Интернет. Самым легким способом получения прибыли является онлайн-анкетирование [1].

Платные интернет-опросы проводят множество крупных компаний, фирм и корпораций на всех континентах с целью узнать истинное мнение, пожелания и замечания потребителей и покупателей об отношении к своей продукции, производимым ими товарам, предлагаемым услугам и т.д. Объективное мнение рядовых потребителей позволяет крупным компаниям экономить миллионы долларов, именно потому, что такие опросы за деньги помогают многим производителям узнать, как улучшить производимые ими товары или предоставляемые услуги, которые в дальнейшем будут пользоваться у потребителя наибольшим спросом.

Зарождение опросов началось в 19 веке. Основоположителем развития являются США. Статистические исследования приобрели популярность и влияние на мировом уровне лишь спустя несколько десятилетий после их возникновения. В 1950-е годы различные издания публиковали опросы уже практически во всех странах Европы, в части Латинской Америки и Азии.

Опросы общественного мнения способны кардинально повлиять на настроения общества и решения властей [2]. Это подчеркивает важность социологических исследований в настоящее время.

В настоящее время существуют различные типы опросов, каждый из которых обладает как преимуществами, так и недостатками (таблица 1).

Таблица 1

Сравнительная таблица стоимости и сроков проведения для распространенных типов опросов

Тип опроса	Скорость проведения	Стоимость проведения, рублей/интервью	Демонстрация материала	Средняя продолжительность
Квартирный опрос	Средняя	400-800	Высокая	20 минут
Опрос с центральной локацией	Средняя	400-800	Очень высокая	30 минут
Уличный опрос	Высокая	180-400	Средняя	7 минут
Телефонный опрос	Высокая	100-400	Отсутствует	5 минут
Анкета на самозаполнение	Низкая	20-200	Низкая	10 минут
Интернет-опрос	Высокая	20-200	Низкая	20 минут

До недавнего времени самым быстрым и удобным способом опроса считался телефонный. Однако с развитием Интернета сильно возрос спрос на онлайн-анкетирование [5].

Как показывает практика, интернет-опрос является самым быстрым и удобным средством определения мнений целевой аудитории.

Заказчик предоставляет собственную анкету или анкета разрабатывается исходя из задач, поставленных заказчиком. Он определяет требования в отношении целевой аудитории (социальная демография, географическое расположение), сроков начала и завершения исследования, необходимого количества респондентов (объема выборки), формата выходных данных (текстовый или электронный отчет).

Жизненный цикл интернет-исследования содержит 6 этапов. Первые 3 этапа являются непосредственным проектированием опроса, а последующие – его реализация и анализ результатов (таблица 2).

Компании со всего мира заинтересованы во мнении потребителей о своих товарах и услугах с целью улучшения качества, оценки текущих тенденций, планирования стратегий и разработки будущих продуктов. Вследствие этого они готовы оплачивать оценку пользователей. Опросы, фокус-группы, холл-тесты и прочие виды исследований являются эффективным методом получения необходимой статистической информации.

Этапы жизненного цикла интернет-опроса

Наименование этапа	Описание
1. Разработка анкеты	Заказчик генерирует вопросы для своей анкеты вне Интернета.
2. Программирование анкеты	Наполнение онлайн-опроса созданными ранее вопросами.
3. Проверка логики ответов	Проверяется адекватность и целесообразность предложенных вопросов.
4. Экспорт данных	Результаты прохождения извлекаются из места проведения опроса.
5. Анализ данных	Анализ полученных данных.
6. Написание итогового отчета	Подведение итогов по проделанной работе.

С точки зрения респондента платный интернет-опрос является дополнительным способом заработка при минимальных временных затратах. От респондентов не требуется специальных знаний или навыков. Нужно лишь уметь пользоваться домашним компьютером с доступом в Интернет. Для этого следует зарегистрироваться на сайте опросной компании и заполнить там заранее подготовленную для них анкету, чтобы в будущем попадать под критерии рассылки опросов. Владельцы сайта готовы компенсировать своим посетителям затраченное время и выплатить отобранным для исследования респондентам денежную компенсацию. Это небольшая сумма, но у тех, кто желает заработать в Интернете, таким образом, появляется реальная возможность дополнительного заработка. Ведь за день можно стать участником нескольких онлайн-опросов и получить в конце месяца уже существенную сумму денег [5].

Средняя цена одного интернет-опроса варьируется в пределах 30-100 рублей. Однако стоимость некоторых анкет доходит до 500 рублей.

За рубежом заказчик готов заплатить более высокую цену. Средняя стоимость опроса составляет 2-3 доллара [4].

Существует множество способов выплат денежных средств. Наиболее распространенными являются электронные платежные системы (WebMoney, PayPal, Яндекс.Деньги), пополнение счета мобильной связи, дебетовая/кредитная карта, банковский/денежный перевод, почтовый перевод, подарочные сертификаты и т.д.

Современное развитие интернет-технологий позволяет маркетинговым исследовательским центрам перенести проведение платных и бесплатных опросов в Интернет. Теперь аудитория респондентов стала настоящим всемирной, а опросы стали доступными практически любо-

му жителю планеты. Глобальная сеть стала для опросных компаний источником самой полной и достоверной экономической и любой другой информации [3].

Таким образом, наблюдая за быстрыми темпами развития интернет-технологий, можно с уверенностью сказать, что актуальность интернет-опросов, как способа заработка денег и получения информации, с течением времени только растет.

Литература

1. Социологические опросы. Виды опросов [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.fdfgroup.ru/>
2. Опросы общественного мнения. Влияние опросов [Электронный ресурс]. – URL: <http://psyfactor.org/>
3. Отдел интернет-исследований МАСМИ (Россия). [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.onlinemonitor.ru/>
4. Платные опросы – полный список опросников. [Электронный ресурс]. – URL: <http://survey-ru.com/>
5. Платные онлайн опросы за деньги. [Электронный ресурс]. – URL: <http://oprosmoskva.ru/>

АДМИНИСТРИРОВАНИЕ САЙТА «ИННОВАТИКА»

М. А. Косьяненко

*Национальный исследовательский Томский государственный университет
e-mail: max_kos.94@mail.ru*

WEB-SITE ADMINISTRATION

M. A. Kosyanenko

National Research Tomsk State University

To ensure proper performance of the site, should be carried out a set of measures, which are a common name - site administration.

Key words: website, administration, innovation.

Работа по организации проведения крупных конференций всероссийского и международного масштаба тоже достаточно трудоемка: прием и анализ анкет участников, прием и корректура тезисов докладов и материалов для печати, формирование сборника трудов конференции, подготовка необходимой документации – все это достаточно рутинное дело. Да, произошел переход от работы с присылаемыми бумажными докумен-