

Сборник посвящен особенностям использования сети Интернет для проведения социологических и маркетинговых исследований. Целью публикации является обсуждение методических аспектов онлайн исследований, вопросов качества данных, а также возможностей и ограничений онлайн методологии.

В сборнике представлены как теоретические работы в данной области, так и эмпирические знания, полученные практиками в ходе исследовательской деятельности. Статьи дают представление о наиболее важных глобальных тенденциях развития исследовательской индустрии и будут интересны как профессионалам, так и широкому кругу читателей.

ISBN 978-5-9901939-1-8



9 785990 193918

2010 Онлайн исследования в России

Онлайн исследования в России **2.0**

Москва
Online Market Intelligence

2010

ООО «РИЦ Северо-Восток»
2010

Онлайн
исследования
в России

2.0

Москва
Online Market Intelligence

2010

УДК [303.01+339.138]:004.7387.5(470)

ББК 65.290-2+32.973.202

О 58



Издано при финансовой поддержке

компании OMI

(Online Market Intelligence)

Онлайн исследования в России 2.0 / Под редакцией Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. - М: РИЦ «Северо-Восток», 2010.

ISBN 978-5-9901939-1-8

Сборник посвящен особенностям использования сети Интернет для проведения социологических и маркетинговых исследований. Целью публикации является обсуждение методических аспектов онлайн исследований, вопросов качества данных, а также возможностей и ограничений онлайн методологии. В сборнике представлены как теоретические работы в данной области, так и эмпирические знания, полученные практиками в ходе исследовательской деятельности. Статьи дают представление о наиболее важных глобальных тенденциях развития исследовательской индустрии и будут интересны как профессионалам, так и широкому кругу читателей.

УДК [303.01+339.138]:004.7387.5(470)

ББК 65.290-2+32.973.202

ISBN 978-5-9901939-1-8

© ООО «Онлайн маркет интеллидженс», 2010

© ООО «РИЦ Северо-Восток». Оформление, 2010

Содержание

Предисловие9

Раздел 1 **Онлайн исследования как метод**

Онлайн исследования и методология социальных наук:
новые горизонты, новые (и не столь новые) трудности17
Девятко И.Ф.

Скоро ли пользователь Интернета станет похож
на среднего россиянина?31
Делицын Л.Л.

Борьба за качество и надежность данных в онлайн
исследованиях: основные результаты панельной
конференции CASRO 2009 г.43
Мавлетова А.М.

Влияние заинтересованности панелистов
на качество данных: результаты исследования
удовлетворенности участников онлайн панели Anketka.ru61
Шашкин А.В.

Дополнение маркетинговых исследований социальными сетями	87
<i>Петит Анни, Чедвик Саймон</i>	
Онлайн анкетирование с использованием мобильных телефонов: результаты методического эксперимента	95
<i>Давыдов С.Г.</i>	
Возможности применения Flash шкал в онлайн исследованиях	111
<i>Кейн Пит</i>	
Воздействие интерактивных элементов инструментария на качество данных и удовлетворенность респондентов онлайн опросов: перспективы использования технологии Flash	127
<i>Некрасов С.И.</i>	
Качественные онлайн исследования	151
<i>Дим Петер</i>	
Онлайн фокус-группы в формате форума: эффективность, проверенная международной практикой	169
<i>Лонго Джим</i>	
Форумная онлайн дискуссия: проблемы организации и проведения	173
<i>Лебедев П.А., Полякова В.В.</i>	

Раздел 2

Практика онлайн исследований: основные направления, результаты и рефлексия участников рынка

Онлайн исследования в России: «Реакция совмещения»	197
<i>Тинчурин А.Т., Мамян Н.С.</i>	
Практика исследований в области тестирования сайта и его юзабилити	215
<i>Дьякова М.В.</i>	
Word of mouth в эпоху Web 2.0	221
<i>Балдин Е.В.</i>	
Экономический кризис в фокусе межстранового интернет-опроса. Параметры исследования	231
<i>Кузина О.Е.</i>	
Исследование возможности использования онлайн опросов для репрезентации больших социальных групп	249
<i>Звоновский В.Б.</i>	
Будущее время: онлайн исследования как инструмент для моделирования трендов	261
<i>Белобровцева О.В., Носкович М.М., Хлопов Н.М.</i>	
Love Brands: штрихи к портрету	267
<i>Тимошина А.М.</i>	
6 лет онлайн: от робких шагов до уверенной поступи	275
<i>Сканави А.М., Озерова А.К.</i>	
Возможности и ограничения онлайн исследований методом поточной выборки (river sampling)	287
<i>Ястребова Е.В.</i>	

Приложение

Рынок онлайн исследований в России

Кто есть кто на рынке онлайн исследований?297
Фролов Д.Л., Рыбникова А.В.

Аннотации и сведения об авторах/Summaries and information about the authors

Русский317

English327