

Таким образом, предложенный авторами тренажёр в большей степени отвечает предпочтениям студентов и может стать удобным и эффективным вспомогательным инструментом в освоения навыка оформления рецептов.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Современное образование: векторы развития. Цифровизация экономики и общества: вызовы для системы образования: материалы международной конференции (г. Москва, МПГУ, 24-25 апреля 2018 г.)
2. Быстрый запуск онлайн-обучения за 3 простых шага. [Электронный ресурс]: <https://www.ispring.ru/elearning-insights/dialogovyy-trenazher-v-online-kurse> (дата обращения: 05.04.2022)
3. Что такое диалоговый тренажер? eTutorium LMS. [Электронный ресурс]: <https://etutorium.ru/blog/dialogovyy-trenazher-v-distancionnom-obuchenii> (дата обращения: 05.04.2022)

Сведения об авторах

Лыкова Е. А. – студент

Шадрина С. О. – студент

Шестакова А. А. – начальник отдела разработки образовательных технологий УЦТО Уральского государственного медицинского университета

Information about the authors

Lykova E. A. – student

Shadrina S. O. – student

Shestakova A. A. – Head of educational technology development department of Ural state medical university

УДК: 339.138

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ ДЛЯ АНКЕТИРОВАНИЯ И ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ АНКЕТ

Пахомова Юлия Олеговна¹, Татар Валерия Владимировна², Ольга Александровна Мельникова³

¹⁻³ ФГБОУ ВО «Уральский государственный медицинский университет»

Минздрава России, Екатеринбург, Россия

²lera.tatar00@mail.ru

Аннотация

Введение. Анкетирование является современным и простым методом изучения и анализа общественного мнения на самые различные темы. С использованием онлайн платформ по анкетированию стало возможно преодолевать различные трудности очного опроса населения. **Цель исследования** – изучить популярные онлайн платформы для анкетирования, предоставляя сравнительный анализ. На собственном опыте построить и протестировать одну из онлайн – анкет, проведя анкетирование с целью дальнейшего маркетингового анализа. **Материалы и методы.** В работе

рассмотрены инструменты онлайн-опросов в сети Интернет: Google Forms, Survey Monkey, Survio, EXAMINARE, Simpoll, Anketolog, Online Test Pad. **Результаты.** Проведен сравнительный анализ 7 сервисов для создания онлайн анкетирования. На собственном опыте построена и протестирована онлайн – анкета на базе платформы Google Forms. **Обсуждение.** Для определения наиболее эффективного и удобного сервиса были выделены критерии сравнения: тариф, необходимость наличия у пользователей e-mail, инструменты для редактирования опроса, визуализация статистики опроса и возможность экспорта данных, возможные способы распространения анкеты. Сравнивая функциональные возможности каждой онлайн платформы, можно выделить ее преимущества и недостатки. **Выводы.** Исходя из полученных нами данных, можно выделить универсальный и доступный онлайн сервис - Google Forms. **Ключевые слова:** маркетинговый анализ, анкетирование, онлайн-опрос сезонные простудные заболевания.

COMPARATIVE ANALYSIS OF ONLINE SURVEY PLATFORMS AND PRACTICAL APPLICATION OF THE RESULTS FOR THE CONSTRUCTION OF QUESTIONNAIRES

Yulia O. Pakhomova¹, Valeria V. Tatar², Olga A. Melnikova³

¹⁻³Ural state medical university, Yekaterinburg, Russia

²lera.tatar00@mail.ru

Abstract

Introduction. The questionnaire is a modern and simple method of studying and analyzing public opinion on a variety of topics. With the use of online survey platforms, it became possible to overcome various difficulties of face-to-face survey of the population. **The aim of the study** - is to study popular online survey platforms, providing a comparative analysis. Build and test one of the online questionnaires on your own experience by conducting a questionnaire for further marketing analysis. **Materials and methods.** The paper considers online survey tools on the Internet: Google Forms, Survey Monkey, Survey, EXAMINARE, Simpoll, Anketolog, Online Test Pad. **Results.** A comparative analysis of 7 services for creating an online questionnaire was carried out. An online questionnaire based on the Google Forms platform was built and tested on our own experience. **Discussion.** To determine the most effective and convenient service, comparison criteria were identified: the tariff, the need for users to have an e-mail, tools for editing the survey, visualization of survey statistics and the ability to export data, possible ways to distribute the questionnaire. Comparing the functionality of each online platform, we can highlight its advantages and disadvantages. **Conclusions.** Based on the data we have received, we can single out a universal and accessible online service - Google Forms. **Keywords:** marketing analysis, questionnaire, online survey seasonal colds.

ВВЕДЕНИЕ

Анкетирование является современным и простым методом изучения и анализа общественного мнения на самые различные темы. С использованием онлайн платформ по анкетированию стало возможно

преодолевать различные трудности очного опроса населения. С развитием данной отрасли появилось множество платформ, где можно создать анкету, собрать данные и использовать их в дальнейшем анализе для достижения поставленной цели, однако из множества инструментов бывает трудно выбрать подходящую программу. В данной работе построена анкета «Исследование потребительских предпочтений при выборе лекарственных средств для лечения и профилактики сезонных простудных заболеваний», с использованием современного онлайн-опроса, а также представлен сравнительный анализ инструментов, используемых для онлайн-опросов.

Цель исследования – изучить популярные онлайн платформы для анкетирования, предоставляя сравнительный анализ. На собственном опыте построить и протестировать одну из онлайн – анкет, проведя анкетирование с целью дальнейшего маркетингового анализа.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

В работе рассмотрены инструменты онлайн-опросов в сети Интернет: Google Forms, Survey Monkey, Survio, EXAMINARE, Simpoll, Anketolog, Online Test Pad. Изучали сущность и виды методов маркетингового исследования для разработки критериев сравнительной оценки онлайн – платформ [1,2].

РЕЗУЛЬТАТЫ

Из 7 выбранных сервисов, 3 (Google Forms, Survio, Online Test Pad) из бесплатного сегмента, 4 платные. Стоимость подписки на платформу Survey Monkey от 1500 до 3800 руб. в месяц, EXAMINAR от 1245 до 4999 руб. в месяц, Simpoll от 390 до 1990 руб. в месяц, но есть бесплатный тариф, который включает не более 10 вопросов в анкете и не более 3 опросников. Anketolog также имеет бесплатный тариф, он имеет ограничения на анкеты (до 3-х), вопросы (не более 10-ти в 1 анкете), ответы (до 50-ти на каждую анкету), платная подписка составляет от 890 до 2045 руб. в месяц. Для создания онлайн опроса пользователям необходимо наличие любого e-mail при регистрации на таких платформах, как Survey Monkey, Survio, Simpoll, Online Test Pad, Anketolog. В свою очередь при регистрации на EXAMINARE пользователи не обязаны иметь e-mail, а при создании опросника в Google Forms абоненты должны иметь Google аккаунт.

Работа в Google Forms позволит, используя широкий спектр инструментов персонализировать Вашу анкету. Есть возможность выбора цветовой гаммы, функции добавления фото и видео файлов, формирование отчетов в режиме реального времени, создание собственного шаблона опросника или выбор из бесплатной картотеки. Есть функция добавления линейных или вариативных опросов, когда последующий вопрос зависит или не зависит от ответа респондента, а также создание анкеты с множественным или одиночным вариантом ответов. Статистика ответов в Google Forms, сохраняется в виде наглядных диаграмм, которые находятся прямо в форме, а ответы респондентов – в автоматически созданной таблице Google. Обрабатывать результаты опроса можно автоматически в режиме реального времени. Это удобно и облегчает анализ.

Сервис Survey Monkey предоставляет возможности редактирования опроса в готовых шаблонах, выбора цветовой гаммы и шрифта, добавление логотипа и веб-адреса сайта, но стоит отметить, что с увеличением цены на подписку в сервисе, ассортимент опций расширяется, становятся доступны различные виды вопросов и сценарии проведения анкетирования. Сводные данные отображаются в виде графика или таблицы. Экспорт данных ответов возможен в форматах: .xls, .pdf, .ppt, .csv. Из недостатков выявлено перегруженный интерфейс, нет возможности использовать в анкете различные типы вопросов, высокая стоимость подписки на сервис.

В каталоге бесплатного сервиса Survio имеется 17 типов вопросов, около 100 шаблонов и 70 дизайнов, а также функция добавления фото и видео файлов. Результаты отображаются в графиках и таблицах в режиме реального времени. Финальный отчет можно скачать в формате .pdf, .xls, .csv, .xml или .html.

Платформа EXAMINARE предлагает идентичный арсенал инструментов для редактирования опросника — различные типы настраиваемых вопросов: одно- и многовариантные ответы, индивидуальное редактирование дизайна, цвета и шрифта, возможность добавлять фото-, видео-, аудиофайлы. Анализ данных представлен в графиках, таблицах и диаграммах. Данные сохраняются в форматах: ms excel, word, pdf, spss. Стоит отметить, что подписка на EXAMINARE одна из самых дорогих и составляет до 4999 руб. в месяц, а это значительный минус при выборе сервиса.

Simpoll и Online Test Pad имеют небольшой спектр услуг. Они не имеют готовую библиотеку шаблонов и функцию добавления фото и видео материалов в опрос. Функционал ограничивается возможностью изменения цветовой гаммы и шрифта. Данные представлены в виде наглядных графиков, которые обновляются сразу же, по мере поступления ответов. Результаты опроса сохраняются Microsoft Excel.

В Anketolog доступны готовые 120 шаблонов, при их использовании предлагаются логическое ветвление анкеты, есть функция добавления атрибуты бренда, собственного цветового решения, шрифта. Есть возможность добавить комментарий, фото, видео при ответе на опрос. Статистика ответов в виде диаграмм, таблиц, графиков. Форматы экспорта данных — .pdf, .docx, .xls, .spss. Опросы созданные с помощью этой платформы нельзя размещать на сайт. Это во многом затрудняет способ распространения онлайн анкеты. Главным способом распространения онлайн анкет стала отправка приглашений по электронной почте, переход по ссылке на сайтах и рассылка в социальных сетях.

По результатам анализа онлайн платформ для анкетирования был создан опрос с помощью портала Google Forms «Изучение потребительских предпочтений при выборе лекарственных средств для лечения и профилактики сезонных простудных заболеваний».

Определяя гендерные и возрастные группы необходимо составить вопросы, которые бы отражали пол, возраст респондентов. Задать вопрос о частоте использования препаратов против простудных заболеваний, с целью определения, периодичной потребности в покупке ЛС. Стоит также узнать:

какие симптомы чаще всего испытывают пациенты при первых признаках простуды, для дальнейшего понимания на какие группы лекарственных препаратов они будут ориентироваться при покупке в аптеке. Необходимо выяснить: какая часть населения обращается к врачу при ощущении признаков простуды и на чье мнение ориентируется при покупке лекарственных препаратов. Эти данные позволят определить, чьи рекомендации имеют большее значение в подборе терапии: назначение врача, рекомендации провизора, мнение близких. При составлении данных вопросов можно устанавливать различное количество выборов ответа, предложить респонденту дать самостоятельный вариант ответа. В ходе исследования были выделены 8 групп препаратов для борьбы с первичными симптомами простудных заболеваний и сформированы вопросы для выявления на рынке наиболее популярных ЛС российского производства. Особый интерес представят информация о том, на что чаще всего обращает внимание клиент при выборе лекарственного препарата: цену, рекламу, известные производители, внешний вид упаковки. Статистика по этому вопросу поможет определить какие инструменты маркетинга оказывают повышенное влияние на потребителя.

При изучении ответов респондентов, информация была приведена в виде цветных диаграмм и графиков, числовые значения были представлены в процентах и абсолютных значениях, все это облегчило и ускорило исследование и анализ данных.

ОБСУЖДЕНИЕ

При анализе были выбраны 7 сервисов для создания онлайн анкетирования с различным функционалом и спектром возможностей: Google Forms, Survey Monkey, Survio, EXAMINAR, Simpoll, Anketolog, Online Test Pad. Выборка онлайн – платформ осуществлялась по нескольким критериям 1) популярность среди пользователей; 2) поддержание русского языка; 3) широкий спектр инструментов редактирования опроса [3]. Для определения наиболее эффективного и удобного сервиса были выделены критерии сравнения: тариф, необходимость наличия у пользователей e-mail, инструменты для редактирования опроса, визуализация статистики опроса и возможность экспорта данных, возможные способы распространения анкеты. Сравнивая функциональные возможности каждой онлайн платформы, можно выделить ее преимущества и недостатки.

ВЫВОДЫ

Проведен сравнительный анализ 7 онлайн сервисов по анкетированию. Исходя из полученных данных, выделен универсальный и доступный онлайн сервис - Google Forms. Он подходит для общего пользования, совмещает в себе простой и удобный интерфейс, быстроту сбора и анализа данных для широкого круга пользователей. Детально построена и проанализирована анкета на базе выбранного сервиса.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Леонов В. А. СУЩНОСТЬ И РАЗНОВИДНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ // Символ науки. 2021. №3. URL: [Электронный ресурс]:

<https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-raznovidnosti-marketingovyh-issledovaniy> (дата обращения: 06.04.2022)

2. Груданова Анна Алексеевна, Груданов Николай Алексеевич ОБЗОР ИНСТРУМЕНТОВ ОНЛАЙН-ОПРОСОВ ДЛЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ // StudNet. 2021. №7. URL: [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-instrumentov-onlayn-oprosov-dlya-informatsionnogo-obespecheniya-marketingovyh-issledovaniy> (дата обращения: 06.04.2022)

3. Фомина Елена Евгеньевна Факторный анализ и категориальный метод главных компонент: сравнительный анализ и практическое применение для обработки результатов анкетирования // Гуманитарный вестник. 2017. №10 (60). URL: [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/faktornyy-analiz-i-kategorialnyy-metod-glavnyh-komponent-sravnitelnyy-analiz-i-prakticheskoe-primenenie-dlya-obrabotki-rezultatov> (дата обращения: 06.04.2022)

Сведения об авторах

Ю.О. Пахомова – студент

В.В. Татар – студент

О.А. Мельникова – доктор фармацевтических наук, профессор

Information about the authors

Yu. O. Pakhomova – student

V.V. Tatar – student

O.A. Melnikova – Doctor of Pharmaceutical Sciences, Professor