**Опрос**

**Определение**

Опрос предполагает выяснение мнения респондента по определенному кругу включенных в анкету вопросов путем личного либо опосредованного контакта интервьюера с респондентом.

**Технология**

Опрос заключается в сборе первичной информации путем прямого задавания людям вопросов относительно уровня их знаний, отношений к продукту, предпочтений и покупательского поведения. Как правило, проведение опроса состоит из нескольких этапов, а именно:

* разработка, проверка и тиражирование анкеты;
* формирование выборки;
* инструктаж интервьюеров;
* проведение опроса и контроль качества данных;
* обработка и анализ полученной информации;
* составление итогового отчета.

**Виды опроса**

Опросы могут различаться:

* по способу контакта с респондентом: лично, по телефону, по почте (в том числе по электронной) и через Internet;
* по типу респондентов: опрос физических лиц, опрос юридических лиц, опрос экспертов;
* по месту проведения опроса: дома, в офисе, в местах продаж;
* по типу выборки: опрос репрезентативной либо целевой выборки.

#### Где лучше использовать

Во всех отраслях науки, где для получения информации исследователь обращается к человеку с вопросами, он имеет дело с различными модификациями этого метода. Например, врачи, выясняя течение болезни и предшествующее состояние здоровья пациента, проводят анамнестические опросы. Юристы, выясняя у свидетелей обстоятельства дела, также пользуются методом опроса, специально изучают его психологические аспекты и возможности оценки достоверности ответов. Журналисты, педагоги, работники служб социального обеспечения и многих других сфер социальной практики используют этот метод для получения интересующей их информации.

**Метод опроса используется в ряде случаев:**

* Когда изучаемая проблема недостаточно обеспечена документальными источниками информации, либо когда такие источники вообще отсутствуют.
* Когда предмет исследования или отдельные его характеристики недоступны для наблюдения.
* Когда предметом изучения являются элементы общественного или индивидуального сознания: потребность, интересы, мотивации, настроения, ценности, убеждения людей и т. д.
* В качестве контрольного (дополнительного) метода для расширения возможностей описания и анализа изучаемых характеристик и для перепроверки данных, полученных другими методами.