

СИСТЕМА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ОБРОБКИ РЕЗУЛЬТАТІВ ОПИТУВАННЯ

Розвиток інформаційно-комп'ютерних технологій проник в усі сфери життя та діяльності людини. Автоматизований збір та обробка інформації є необхідним, ніж зручним способом.

Проведення опитувань за допомогою програмних продуктів – це можливість роботи з великими фокус-групами, проводити довгострокові або миттєві опитування в інтернеті, що дає актуальну та високоточну обробку результатів. Серед розповсюджених методів опитування респондентів важливе місце займає метод анкетного опитування. Надзвичайна популярність цього методу пояснюється різноманітністю і якістю інформації, яку можна одержати за його допомогою. Даний метод засновується на висловлюваннях окремих осіб і проводиться з метою виявлення найтонших нюансів в думках респондентів [1].

Цілі анкетування: маркетингові дослідження та соціологічні опитування. З'явилися сучасні обчислювальні машини, які дають можливість автоматизувати збір, зберігання, аналіз та використання результатів опитувань; з'явилася можливість передачі даних через Інтернет.

Всесвітня мережа Інтернет має необмежені ресурси для проведення опитувань, тому що: максимально «зближує» людей, що обпитуються та інтерв'юера; скорочується час, що витрачається на проходження анкети по ланцюжку: інтерв'юер – анкетування – заповнена анкета – введення анкети в базу даних – аналіз анкети – представлення результатів у графічному вигляді [2].

Програма дозволяє зменшити час проходження даних по цьому ланцюгу буквально до кількох хвилин. Для порівняння: виконання всіх цих етапів вручну вимагає щонайменше кількох днів. Отже, швидкодія і низька вартість онлайн-анкетування очевидні.

Метою магістерського дослідження є підвищення ефективності аналізу результатів анкетного опитування на всіх етапах його проведення (рис. 1.).



Рис. 1. Діаграма результатів опитування

В даній роботі вперше запропоновано універсальну модель для підрахунку результатів опитування на будь-якому його етапі з побудовою діаграм. Даний програмний продукт дозволяє швидко проводити опитування серед великих по кількості та типу фокус-груп, аналізувати результат. Також, за допомогою доступу до результатів у будь-який час, надає можливість редагувати фокус-групу для більш детального та точного проведення опитувань для отримання потрібних результатів.

Література:

1. Абрамов В. Медична психологія: Навч. посібник для самопідготовки студентів / Центральний методичний кабінет з вищої медичної освіти; Донецький держ. медичний ун-т ім. М.Горького – Каштан, 2003. – 118с.
2. Батыгин Г. С. Лекции по методологии социологических исследований. – М.: АО «Аспект Пресс», 1995 – 278 с.