



Методическое пособие ВОИС по проведению опросов потребителей в области соблюдения прав ИС

2018 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ОБЩИЙ ОБЗОР	6
ПОДГОТОВКА ОПРОСА.....	7
1. Выбор типовой анкеты	7
2. Методика проведения опроса	9
i. Онлайн-опрос.....	9
ii. Гибридный метод	9
iii. Личные интервью по месту жительства	10
iv. Интервью по телефону	11
v. Уличные интервью	12
vi. Использование компьютера при проведении опросов	12
vii. Подарки для респондентов	13
3. Построение выборки	13
4. Уровень собираемых данных: отдельные лица или домохозяйства	14
5. Методика оценки эффективности медийных кампаний	15
ПРОВЕДЕНИЕ ОПРОСА.....	16
ОТЧЕТНОСТЬ	16
1. Ключевые показатели: Распространенность явления	17
2. Распространенность явления в разбивке по возрастным группам	19
3. Распространенность явления в разбивке по предприятиям розничной торговли и представления о качестве	20
4. Оценки и позиции респондентов	23
5. Эффективность медийной кампании	23
6. Межтерриториальные сопоставления	25
КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ ДАННЫХ И ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО ОБ ОХРАНЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.....	25
ТИПОВЫЕ ОПРОСНЫЕ АНКЕТЫ - СОПРОВОДИТЕЛЬНЫЕ ПРИМЕЧАНИЯ	26
ТИПОВЫЕ ФОРМЫ	38
ТИПОВАЯ АНКЕТА «Цифровые товары»	39

ТИПОВАЯ АНКЕТА «Книги и статьи»	82
ТИПОВАЯ АНКЕТА «Потребительские товары»	118
ТИПОВАЯ АНКЕТА «Предметы роскоши и одежда»	134
Компьютерные программы	147
Типовая форма для оценки эффективности медийной кампании	153
Типовые дополнительные вопросы демографического / классифицирующего характера.....	158

Методическое пособие ВОИС по проведению опросов потребителей в области соблюдения прав ИС

ВВЕДЕНИЕ

Методическое пособие ВОИС по проведению опросов потребителей в области соблюдения прав ИС предназначено для использования органами государственного и частного сектора, стремящимися оценить отношение потребителей к пиратским и контрафактным товарам. Оно построено в модульном формате, и его цель состоит в обеспечении сопоставимости опросов, проводимых независимо друг от друга, при условии соблюдения общих рекомендаций, изложенных в настоящем документе.

Подготовка пособия стала возможной благодаря целевым фондам, сформированным Министерством культуры, спорта и туризма Республики Корея, которому ВОИС выражает глубокую признательность за оказанную поддержку.

В каких целях следует использовать данное пособие?

- Для сравнительной оценки отношения к пиратству и контрафакции (пособие позволяет отслеживать изменение отношения во времени)
- Для выявления ключевых тенденций в потреблении незаконных товаров и услуг, что позволяет определять приоритеты при выделении ресурсов на реализацию превентивных мер
- Для оценки стратегий обеспечения соблюдения прав ИС
- Для оценки эффективности медийных кампаний
- Для выработки критериев межтерриториальных сопоставлений.

Главные ожидаемые результаты применения типовых опросных форм – это определение процентной доли населения территории, которому предлагаются контрафактные или пиратские товары и услуги и которое их использует, а также его отношения к такому использованию.

Опрос позволяет измерить не только масштабы использования контрафактных товаров, но и получить детальную информацию о наиболее типичных видах нарушения прав, вариантах поступления товаров и услуг в оборот и факторах, способных ограничивать незаконное поведение.

Опрос правильнее всего проводить как мониторинговое исследование, предполагающее периодическое (например, раз в 12 месяцев) повторение полевых мероприятий для отслеживания как масштабов потребления контрафактных товаров и услуг, так и изменения отношения к ним во времени.

Использование раздела, касающегося медийных кампаний, также позволяет оценить эффективность любых таких кампаний, недавно проводившихся на территории.

Результаты опроса, представляющие собой набор сопоставимых количественных данных, могут использоваться для проведения информационно-разъяснительной работы. Мониторинг изменений отношения к противоправной деятельности и контрафакции во времени позволяет оценивать эффективность стратегий обеспечения уважения прав ИС. Такие данные могут использоваться в качестве документальной и фактологической базы при решении вопросов распределения ресурсов.

ОБЩИЙ ОБЗОР

Пособие содержит четыре структурированных типовых опросных анкеты, соответствующих четырем различным видам товаров, которые могут нелегально копироваться или быть объектом контрафакции.

- Цифровые товары: музыка, кинофильмы, видеоигры, телесериалы и книги;
- Потребительские товары: продукты питания, напитки, косметика, лекарства, бытовые товары;
- Предметы роскоши и одежда: сумки, дизайнерская одежда;
- Книги и статьи: развлекательные книги, аудиокниги, научные статьи и учебники.

Подготовлено еще четыре опросных документа, которые могут использоваться со всеми четырьмя базовыми типовыми опросными анкетами:

- Модуль «Компьютерные программы»
- Раздел «Оценка медийных кампаний»
- Завершающий раздел «Демографические сведения»
- Сопроводительные примечания к типовой анкете.

Первый документ – это дополнительный модуль, касающийся противоправных действий с компьютерными программами и дополняющий любую из четырех базовых анкет. Второй документ позволяет добавить вопросы, позволяющие измерить эффективность любых медийных кампаний, недавно проводившихся на данном рынке, а третий документ содержит дополнительные демографические и классифицирующие вопросы, которые можно добавлять в конец любых типовых опросных анкет.

В сопроводительных примечаниях к типовым анкетам рассматриваются более детальные вопросы, даются рекомендации по адаптации анкет и пояснения по поводу того, как использование различных разделов типовой анкеты в сочетании друг с другом позволяет получать более достоверные результаты опросов.

Хотя типовые опросные анкеты организованы как самодостаточное целое, позволяющее получать полный комплект итоговых результатов, прямое сопоставление результатов различных опросов, проведенных в различные моменты времени или в разных странах или регионах, углубляет контекст и дает более ясную картину.

Цель данного методического пособия – собрать в одном документе все материалы, необходимые для организации опроса, посвященного проблеме использования незаконных товаров и услуг. Предполагается, что пользователи пособия привлекают для проведения полевой опросной работы специализированную опросную организацию, и ту же организацию рекомендуется привлекать по крайней мере для предварительного анализа собранных данных.

При возникновении любых вопросов вы можете обращаться в ВОИС по следующему адресу электронной почты: enforcement@wipo.int.

ПОДГОТОВКА ОПРОСА

Чтобы провести эффективный опрос потребителей, необходимо принять ряд предварительных решений.

1. Выбрать типовую анкету для проведения опроса
2. Выбрать методику опроса
3. Определить порядок формирования выборки
4. Определить уровень собираемых данных (индивидуальные ответы или ответы на уровне домохозяйств)
5. Выбрать методику проверки эффективности медийной кампании.

Методическое пособие имеет модульный формат и допускает применение целого ряда различных конфигураций и опросных методик. После принятия перечисленных выше решений типовые формы анкет могут быть доработаны с учетом специфических целей конкретной организации. Рекомендации о том, как сделать это наиболее оптимально, приводятся ниже и детализируются в сопроводительных примечаниях к типовым анкетам.

1. ВЫБОР ТИПОВОЙ АНКЕТЫ



Пособие содержит четыре различных базовых типовых опросных анкеты, соответствующие четырем различным видам незаконных товаров и услуг. В некоторых странах и регионах достаточно использовать только одну или две из этих анкет, в других может оказаться необходимым использовать все четыре. Раздел

компьютерных программ, раздел оценки медийных кампаний и завершающие демографические разделы могут добавляться к любым из четырех базовых типовых форм. Не рекомендуется, однако, показывать одному конкретному респонденту больше одной базовой типовой анкеты или объединять типовые анкеты, касающиеся различных видов контрафактных товаров, в одну более длинную анкету.

Если используется несколько анкет, каждая анкета должна применяться для отдельного опроса. Если ставится задача провести прямые сопоставления результатов, то для каждого из четырех опросов следует использовать сопоставимые выборки.

Не рекомендуется существенно менять формулировку вопросов типовой анкеты. Также не следует менять порядок следования вопросов. Это необходимо для того, чтобы обеспечить возможность сопоставлений между территориями благодаря сохранению тех же основных вопросов. Тем не менее, вполне допустимо – и даже желательно – давать в конце типовой анкеты дополнительные вопросы, позволяющие решать любые дополнительные задачи классификации респондентов (см. Раздел 7) или добавлять или удалять по необходимости категории товаров или предприятий розничной торговли для конкретных территорий. Аналогичным образом, можно давать дополнительные оценочные вопросы, однако их следует добавлять в существующую группу оценочных утверждений, а не в конце анкеты.

Ключевой момент, который следует иметь в виду при использовании дополнительных вопросов – это необходимость сохранения разумного объема интервью. Если вопросов слишком много, риск утомления респондента значительно возрастает, а это может означать более низкое качество данных.

Перечень категорий, включаемых в каждую анкету, следует составлять с учетом особенностей конкретного рынка. Если в отношении какой-то категории товаров, не отраженной в типовой анкете, имеется известная проблема контрафакта, такую категорию можно добавить во все соответствующие вопросы как дополнительный вариант. Аналогичным образом, если какая-то категория в действительности отсутствует в обороте на конкретной территории, ее можно удалить из анкеты. Тот же принцип применяется к предприятиям розничной торговли. Если распространенным предприятием розничной торговли на территории являются киоски, их можно включить во все вопросы, где респондентам предлагается указать имеющиеся разновидности предприятий розничной торговли.

Типовые анкеты построены таким образом, чтобы респонденты могли в начале интервью ответить на вопросы о своем поведении, прежде чем отвечать на вопросы о позиции и оценках. Такой порядок следования вопросов необходим потому, что при обратном порядке после более серьезного размышления над вопросами о своей позиции и оценках респондент может изменить свои ответы на вопросы, касающиеся его поведения. Соответственно, если в анкету необходимо включить дополнительные вопросы, важно как можно строже придерживаться порядка, заданного типовой формой.

2. МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ОПРОСА

Типовые опросные анкеты построены в основном для применения методики онлайн-опроса. Имеется, однако, много факторов, которые могут повлиять на выбор применяемой методики.

На практике методику онлайн-опроса правильно использовать только на территориях с хорошим уровнем Интернет-сервиса. Но даже и на таких территориях имеется риск завышения роли Интернета, и может быть более целесообразным применять гибридную методику (см. подраздел ii ниже).

Ниже рассмотрены наиболее часто применяемые методики.

i. Онлайн-опрос

Предложение об участии в опросе рассыпается участникам сформированной ранее группы респондентов («онлайн-панели») через признанного провайдера соответствующих услуг. Провайдеры онлайн-панелей ведут крупные базы физических лиц, заранее согласившихся участвовать в потребительских опросах. Лица, ответившие на предложения, подвергаются отбору при помощи вопросов для предварительного отбора («скрининга»), после чего в опросе участвуют только те, кто соответствует установленным квотам включения в конкретный опрос («рекрутинга»).

Эта методика отличается оперативностью и обычно не связана со значительными расходами, но реально она работает только в странах с хорошим Интернет-покрытием. Поскольку респонденты отвечают на вопросы самостоятельно, влияние интервьюера исключается, и они могут быть свободнее в своих ответах. Это особенно важно в тех случаях, когда речь идет о незаконной деятельности. Рекрутинг проводится в масштабе страны, и надлежащий квотный отбор позволяет получить выборку с широким географическим распределением.

Главная потенциально отрицательная сторона онлайновой методики состоит в том, что активность пользования Интернетом у участников онлайн-панели обычно выше средней, и поэтому оценка активности пользования Интернетом для соответствующей территории может оказаться завышенной.

Следует иметь в виду, что онлайн-опрос вполне реально провести без привлечения социологического агентства. Однако в этом случае необходимо самостоятельно кодировать анкету и получить крупную базу данных с адресами электронной почты лиц, составляющих широкую презентацию целевой выборки.

ii. Гибридный метод

Данный подход применяется в тех случаях, когда уровень охвата населения услугами сети Интернет достаточно высок, но не является сплошным. Большинство интервью проводится с применением описанной выше онлайновой методики, но они дополняются работой с офлайновой выборкой. Если, например, уровень Интернет-покрытия составляет 80%, то онлайновая методика применяется для 80% всех интервью, входящих в выборку, остальные же 20% интервью, проводимые с

респондентами, не имеющими доступа к Интернету, проводятся с применением одной из описанных ниже офлайновых методик.

Такой гибридный подход позволяет получить более репрезентативную выборку по сравнению с чисто онлайновой методикой, но требует, как правило, больших затрат, а проведение полевой работы требует больше времени, чем при чисто онлайновом исследовании. Это объясняется двумя основными причинами: использование подготовленных интервьюеров почти всегда дороже, чем работа по онлайновой методике, а применение более чем одной методики повышает организационные расходы, связанные с необходимостью подготовки двух вариантов анкет, и так далее.

Во многих случаях, когда гибридный подход был бы идеальным, из-за бюджетных и ресурсных ограничений может использоваться чисто онлайновый подход. Тем не менее, такая практика может считаться вполне обоснованной при условии анализа полученных результатов с учетом контекста и всех обстоятельств проведения опроса.

iii. Личные интервью по месту жительства

Интервью проводятся подготовленным интервьюером лично, на дому у респондента. Респонденты часто отбираются для участия в опросе подготовленным интервьюером, обращающимся к случайным прохожим на улице. Для определения соответствия респондента критериям участия в основном опросе применяется краткая отборочная анкета. Стороны договариваются о встрече для проведения основного интервью на дому у респондента.

Интервьюер также может выбрать группу улиц и обходить квартиры или дома, пока он не находит лиц, готовых принять участие в опросе, которым предлагается заполнить отборочную анкету для определения их соответствия установленным критериям участия. Интервьюеры могут иметь конкретные инструкции по поводу конкретных улиц, которые необходимо охватить, лимит на число людей, которое может быть отобрано в любом конкретном районе, соблюдать точные правила обхода квартир и т. д. Так, согласно некоторым опросным методикам интервьюеры должны обращаться в каждую четвертую квартиру, спрашивать даты рождения всех членов семьи и приглашать к участию в интервью лицо с днем рождения, наиболее близким к конкретному месяцу (при этом осуществляется ротация такого месяца от интервьюера к интервьюеру или от интервью к интервью для обеспечения равномерного распределения респондентов).

При использовании поквартирного обхода также важно определить время дня, в которое интервьюеры могут пытаться привлекать респондентов – или, по крайней мере, установить соответствующую квоту, во избежание ситуаций, когда, например, в результате того, что обход происходит в дневное время, отбираются только лица, работающие на дому или не имеющие работы. Любая серьезная опросная организация, занимающаяся полевой работой, должна быть в состоянии дать рекомендации по этим вопросам.

При проведении интервью у респондентов на дому они обычно более расскованы и непринужденны, что в большинстве случаев помогает им «раскрыться» в ходе

интервью. Однако в тех случаях, когда идет речь о незаконной деятельности – например, об использовании контрафактной и фальсифицированной продукции, возможен и обратный эффект, поскольку респондент точно знает, что его адрес и контактные данные зафиксированы.

Личные интервью на дому – это относительно более затратная методика, полевая работа в этом случае происходит медленнее, чем при использовании других методик, и в какой-то мере возможен «эффект интервьюера», поэтому обычно привлекается много интервьюеров. Тем не менее, когда уровень Интернет-покрытия низок, а респондентам необходимо демонстрировать респондентам какие-то наглядные материалы (например, если интервью предполагает просмотр каких-то видеоклипов, изображений или фотографий), эта методика обычно является предпочтительней.

Качественную географически репрезентативную выборку можно получить за счет широкого рассредоточения точек привлечения респондентов, однако это может требовать более сложной «настройки» опросных квот респондентов, чем при использовании более централизованных методов, таких как онлайн-опросы или интервью по телефону.

iv. Интервью по телефону

Респонденты часто отбираются путем случайного набора телефонных номеров – сотрудники опросного агентства действительно звонят по случайным номерам и спрашивают лиц, отвечающих на звонки, готовы ли они участвовать в интервью (при условии их соответствия квотным требованиям). В качестве альтернативы возможно приобретение списка телефонных номеров возможных респондентов, отвечающих конкретным критериям, и их случайный обзвон для поиска лиц, желающих участвовать в опросе. Применимое законодательство может исключать определенные методы установления связи с потенциальными респондентами (см. стр. 20).

Интервью проводится так же, как и личное интервью, с тем очевидным отличием, что респондентам нельзя показать какие-то наглядные материалы.

Такой случайный метод рекрутинга обычно дает несколько более широкое географическое распределение респондентов, чем личные интервью.

Благодаря централизованному характеру телефонных интервью, которые обычно проводятся из единого колл-центра, контроль квот оказывается проще, затраты ниже, а сроки проведения полевых исследований короче, чем при географически рассредоточенных личных интервью.

Если Интернет-опрос невозможен, телефонный опрос (исключая случаи, когда респондентам необходимо предъявить наглядные материалы) чаще всего оказывается предпочтительным.

v. Уличные интервью

Респонденты для проведения коротких интервью отбираются из уличных прохожих. Прохожие часто торопятся, поэтому интервью должно быть кратким. Следует иметь в виду, что в случае уличного интервью использование полной версии анкеты «Цифровые товары» не рекомендуется. При проведении уличного интервью следует стремиться уложиться примерно в 10 минут.

Хотя возможно обеспечить достаточно рассредоточенные опросные пункты, географическое распределение неизбежно будет необъективным, поскольку интервью будут проводиться только в определенных местах в определенное время суток. Скорее всего будет наблюдаться смещение в пользу каких-то точек в городах, позволяющих обеспечить минимальное число прохожих для участия в интервью.

Данный подход лучше всего использовать, когда ожидается, что применение иных методов опроса не позволит получить честный ответ из-за опасений респондентов по поводу возможных последствий признания ими совершенных незаконных действий. Чтобы обеспечить большую свободу респондентов, интервью могут проводиться анонимно, без регистрации персональных контактных данных. Предполагается, что такая анонимная методика позволяет получить более откровенные ответы, однако ее главным недостатком является потенциально низкое качество контроля полевой работы, поскольку в отсутствие контактных данных респондентов исключается независимый контроль опроса – обычная практика при использовании других методов с участием интервьюеров.

vi. Использование компьютера при проведении опросов

В наше время при всех вариантах опросов очень часто используются компьютеры. Подготовленный интервьюер может провести интервью, пользуясь либо только бумагой и ручкой, либо используя компьютер; хотя интервьюер задает вопросы устно, он использует для записи ответов респондента компьютер (сегодня это может быть какой-то вариант планшетного компьютера). Когда это возможно, последний метод предпочтительней. Одно из главных преимуществ использования компьютера при проведении интервью состоит в том, что компьютер можно запрограммировать таким образом, чтобы он автоматически выбирал правильную последовательность вопросов и предлагал только те вопросы, которые соответствуют конкретной ситуации. Это особенно важно в тех случаях, когда какие-то элементы следующего вопроса зависят от ответов, полученных на предыдущий вопрос. Например, вопрос о том, совершил ли респондент покупки в конкретном магазине в последние 12 месяцев задается респонденту только в том случае, если до этого он ответил, что он вообще когда-либо покупал что-то в этом магазине.

Если проведение интервью с помощью компьютера невозможно, следует использовать бумажную печатную анкету. К распечатанной анкете прилагаются карточки с вариантами ответов (по одной карточке со списком всех возможных ответов на каждый вопрос). Зачитав вопрос, интервьюер показывает респонденту карточку с ответами и

просит его выбрать свой ответ (ответы) из числа возможных вариантов, представленных на карточке.

Выбор порядка очередности вопросов для некоторых из типовых опросных анкет может быть сложным, и если интервьюер не пользуется компьютером и проводит опрос на бумаге, очень важно предусмотреть включение в план опроса полного цикла обучения интервьюеров и отражение в распечатке анкеты полного набора инструкций для интервьюера.

vii. Подарки для респондентов

Сегодня принято давать респондентам небольшие подарки в качестве благодарности за участие в исследовании. Такие подарки применяются не для всех опросов, и организации, профессионально занимающиеся опросной работой, обычно в состоянии дать рекомендации о том, необходимы ли они в конкретном случае. Как правило, чем дольше интервью, тем желательнее использование подарков и тем они ценнее. Используются многие разные формы подарков, включая участие в розыгрышах призов и начисление баллов, когда после накопления определенного количества баллов по результатам участия в нескольких опросах они обмениваются на ваучеры для покупок или благотворительных пожертвований.

Если используется подарок в денежной форме, важно, чтобы сумма была не слишком крупной: слишком большое денежное вознаграждение приводит к появлению «профессиональных респондентов» – людей, которые пытаются зарабатывать участием в опросах и розыгрышах призов. Применение менее крупных вознаграждений позволяет привлечь к участию в опросе многих респондентов, чьи мотивы являются вполне бескорыстными.

3. ПОСТРОЕНИЕ ВЫБОРКИ

До начала любого интервью необходимо точно определить круг опрашиваемых. Главное решение в данном случае – это выбор между репрезентативной и целевой выборкой.

Репрезентативная выборка должна соответствовать структуре всей генеральной совокупности – например, представлять все взрослое население страны. Организаторы опроса анализируют поведение участников репрезентативной выборки, стремясь экстраполировать показатели распространенности изучаемого поведения, полученные в опросной выборке, на всю генеральную совокупность.

В определенных ситуациях целесообразнее использовать целевую выборку: например, опросить только тех представителей конкретной демографической группы, для которых изучаемое поведение наиболее вероятно. Например, если исследуются масштабы распространения контрафактных копий компьютерных игр, опрос может проводиться только среди молодых людей, играющих в такие игры. Очевидно, что методика целевой выборки эффективнее, так как она позволяет исключить затраты на проведение интервью с людьми, которые не играют в компьютерные игры. Однако в

этом случае не будет учтено мнение тех, кто играет в такие в игры лишь эпизодически или тех, к кому определение «геймер» относится лишь частично. Таким образом, точное определение выборки зависит от целей исследования.

Предполагается, что в большинстве опросов, которые могли бы проводиться с применением данного пособия, выборка будет определяться как репрезентирующая все взрослое население страны. Однако точное определение понятия «взрослый» на разных территориях или для разных категорий товаров будет различным. При исследовании масштабов использования контрафактных продовольственных товаров или модной одежды может быть целесообразным определить «взрослых» как лиц старше 16 лет, при анализе же распространенности скачивания нелицензионных музыкальных записей или фильмов, возможно, имеет смысл опустить нижний возрастной лимит до 14 лет. На одних территориях вполне нормально опрашивать взрослых лиц старше 70 лет, на других чаще используется возрастной лимит в 60 лет. Во всех случаях рекомендуется применять единообразный подход и формировать максимально широкие выборки, объективно представляющие взрослое население страны.

Анкета, посвященная книгам и статьям, содержит разделы о научных статьях и учебной литературе. При использовании этой анкеты может быть целесообразным сформировать выборку из учащихся или представителей какой-то ограниченной возрастной группы, а не ориентироваться на всю генеральную совокупность.

4. УРОВЕНЬ СОБИРАЕМЫХ ДАННЫХ: ОТДЕЛЬНЫЕ ЛИЦА ИЛИ ДОМОХОЗЯЙСТВА

Интервью могут проводиться на индивидуальном (персональном) уровне: «Вы лично покупали DVD...?» или на уровне домохозяйств: «Приобретал ли кто-нибудь из вашего домохозяйства DVD...?» Оба эти метода вполне правомерны, но важно выбрать один принцип опроса и последовательно придерживаться его на протяжении всего интервью.

Для простоты и в интересах обеспечения единообразия мы настоятельно рекомендуем проводить все интервью, в которых применяются данные типовые формы, на индивидуальной основе. Результаты опроса экстраполируются на все население страны путем их агрегирования исходя из численности всего взрослого населения страны, а не числа домохозяйств. Вопросы сформулированы в соответствии с этим подходом, показывая, что в своих ответах респонденты должны говорить собственном поведении, а не о поведении всех членов их домохозяйства. Хотя последний метод также вполне правомерен, родителям может быть сложным предполагать, как поступают их дети, и т. д., и это может повышать неточность получаемых сведений.

5. МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕДИЙНЫХ КАМПАНИЙ

Типовые опросные анкеты включают модуль, позволяющий оценивать эффективность различных медийных кампаний против контрафакции или в защиту интеллектуальных прав, которые могли проводиться на соответствующей территории. Этот раздел содержит не конкретные вопросы, а определенные примерные образцы вопросов и требует значительно большей доработки, чем остальные типовые формы.

Особенности вопросов, которые используются в конкретных случаях, очень сильно зависят от параметров конкретной медийной кампании.

Идеальный метод предполагает использование ряда вопросов, позволяющих разделить всю выборку на две части – тех респондентов, которые, скорее всего, видели материалы медийной кампании, и тех, которые скорее всего их не видели. После этого проводится сравнение отношения участников этих двух групп к использованию незаконных товаров и услуг. При прочих равных условиях проверяемая гипотеза состоит в том, что если медийная кампания была эффективна, то лица, видевшие ее материалы, будут хуже относиться к идеи использования незаконных товаров и услуг, чем лица, которые их не видели. Сравнение результатов, полученных для этих двух групп, позволяет установить признаки такого различия в отношении.

Хотя эта задача изображена как довольно простая, на деле она может быть значительно сложнее. Между двумя группами респондентов могут быть иные различия, обусловливающие расхождения в оценках, которые также необходимо учитывать. Если, например, группа, которая с высокой вероятностью могла видеть материалы кампании, значительно моложе группы, которая скорее всего не могла их видеть, наблюдаемые различия во мнениях могут быть обусловлены разницей в возрасте. Для полного учета этих факторов две эти части выборки должны быть статистически взвешены для их унификации по демографическим параметрам. Различия в оценках, остающиеся после такого взвешивания, уже могут быть обусловлены эффектом медийной кампании.

Для выявления этих двух групп потребителей необходимо подготовить набор вопросов, касающихся характера использования ими медийной продукции, для определения вероятности того, что они видели материалы кампании: читают ли они издания, в которых размещались соответствующие сюжеты, смотрят ли они телевизионные каналы или посещают ли они вебсайты, на которых проигрывались соответствующие видеоклипы, и т. д. Поскольку такие вопросы конкретны и специфичны для каждой кампании, образцы вопросов для данного раздела в пособие не включались. Если кампания не проводилась на базе каких-то определенных СМИ, четкое выявление тех лиц, которые мог видеть ее материалы, и тех, кто скорее всего их не видел, может оказаться невозможным.

На случай, если применение такого идеального метода невозможно или практически неосуществимо, приведены некоторые варианты вопросов, позволяющих оценить степень знакомства опрашиваемых с телевизионными сюжетами, видеоклипами или стационарными сюжетами, размещавшимися в виде уличной рекламы, в прессе или в Интернете.

ПРОВЕДЕНИЕ ОПРОСА

Хотя опрос можно провести и самостоятельно, рекомендуется привлечь для его проведения признанное исследовательское агентство.

Любое признанное исследовательское агентство умеет применять типовые анкеты в том виде, как они сформулированы, адаптируя их по необходимости с учетом специфики любой конкретной территории. Такое агентство должно быть в состоянии подготовить и провести опрос. При необходимости многие агентства также в состоянии проанализировать результирующие данные и подготовить отчет о проведенном опросе. Если найти подходящую организацию на месте невозможно, рекомендуется привлечь одно из крупных международных агентств, которые могут работать почти во всех странах мира. Если ставится задача провести сходные опросы одновременно на нескольких территориях, имеет смысл провести при помощи одного из таких крупных агентств синдицированный опрос, когда отдельные опросы проводятся в рамках единого проекта на базе сопоставимых анкет и форм отчетности. Другим целесообразным вариантом является назначение руководителя проекта/консультанта, которому поручается контроль за проведением опросных мероприятий и обеспечение единства методологии, структуры и формата анкет и форм отчетности, применяемых на разных территориях.

Для самостоятельного проведения онлайн-опроса можно воспользоваться соответствующими методическими материалами – например, материалами на сайтах организаций SurveyMonkey (<https://www.surveymonkey.com/>) или Qualtrics (<https://www.qualtrics.com/>), однако в этом случае очень важно обеспечить максимально широкую рассылку по электронной почте предложений об участии в опросе, чтобы сформировать максимально репрезентативную выборку.

ОТЧЕТНОСТЬ

Существует много способов описания данных, получаемых в результате проведения таких опросов. Цель данного раздела – предложить несколько вариантов такого описания.

В число ключевых показателей входят распространность исследуемого явления, как в целом, так и по ключевым подгруппам, например, по возрастным категориям. Для цифровых товаров целесообразно приводить данные о различных видах товаров, с которых делаются нелицензионные копии, для физических товаров полезно представить данные в группировке по различным видам предприятий розничной торговли.

Как правило, имеет смысл привести основные показатели распространности явления и отношения к явлению. Такие показатели приводятся в обобщающем виде и экстраполируются на всю генеральную совокупность. Далее приводятся показатели по ключевым подгруппам. Подгруппы могут быть результатом простой группировки данных по демографическим признакам (например, по возрасту респондентов или их уровню занятости) или более сложным критериям. При добавлении раздела «Оценка эффективности медиийных кампаний» данные следует делить на результаты по тем

респондентам, которые скорее всего видели материалы медийной кампании и тем респондентам, которые их не видели, что позволяет сравнивать показатели двух этих ключевых подгрупп.

При анализе подгрупп очень важно обеспечить достаточную численность подгрупп, с тем, чтобы такой анализ был статистически значимым. В качестве общего правила минимальный размер подгруппы должен составлять 100 человек. При использовании выборки такого объема разница в 3-4 процентных пункта между двумя точками данных будет статистически значимой с определенностью в 95%.

При планировании общего размера выборки необходимо учитывать размер любых возможных подгрупп, чтобы размер выборки в целом был достаточно велик для получения всех необходимых подгрупп с минимальным размером выборки не ниже 100 респондентов каждая. Например, если ожидается, что определенная подгруппа составит примерно 4% респондентов, минимальный рекомендуемый размер всей выборки составляет 2 500 человек. Если это невозможно или практически неосуществимо, опрос необходимо проводить с учетом того, что данная подгруппа не должна рассматриваться, поскольку отчетные данные не будут статистически значимыми. Если размер всей выборки составляет 1 000 человек, анализ подгрупп следует ограничивать подгруппами, в которые попадает как минимум 10% респондентов.

В идеальном случае данные таблиц подвергаются статистическому тестированию, обеспечивающему обстоятельный контроль точек данных. Статистическая проверка в основном обеспечивает процентную уверенность в том, что различия между двумя точками данных отражают реальные различия. Например, если 38% респондентов согласны с утверждением 1, а 43% респондентов согласны с утверждением 2, статистический тест позволяет получить процентную уверенность в том, что эти показатели отражают реальное различие мнений, то есть что с утверждением 2 действительно согласно больше людей, чем с утверждением 1 и это не просто результат вариаций данных в результате нормального распределения и слишком малого размера выборки.

В данный документ включены некоторые предлагаемые варианты графиков, иллюстрирующих некоторые отчетные результаты опросов, но предлагаемый набор графиков не следует считать окончательным.

1. КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ: РАСПРОСТРАНЕННОСТЬ ЯВЛЕНИЯ

Один из ключевых отчетных показателей – это уровень распространенности, или масштаб, того или иного явления. В той мере, в какой полученная выборка является репрезентативной по отношению к населению страны, показатели распространенности, полученные в результате опроса, можно экстраполировать на все население с учетом возможной статистической погрешности.

Отчет может включать показатель распространенности приобретения незаконных товаров или услуг – любых незаконных товаров или услуг, конкретных видов

товаров/услуг, или, в случае цифрового контента, различных видов пиратской продукции.

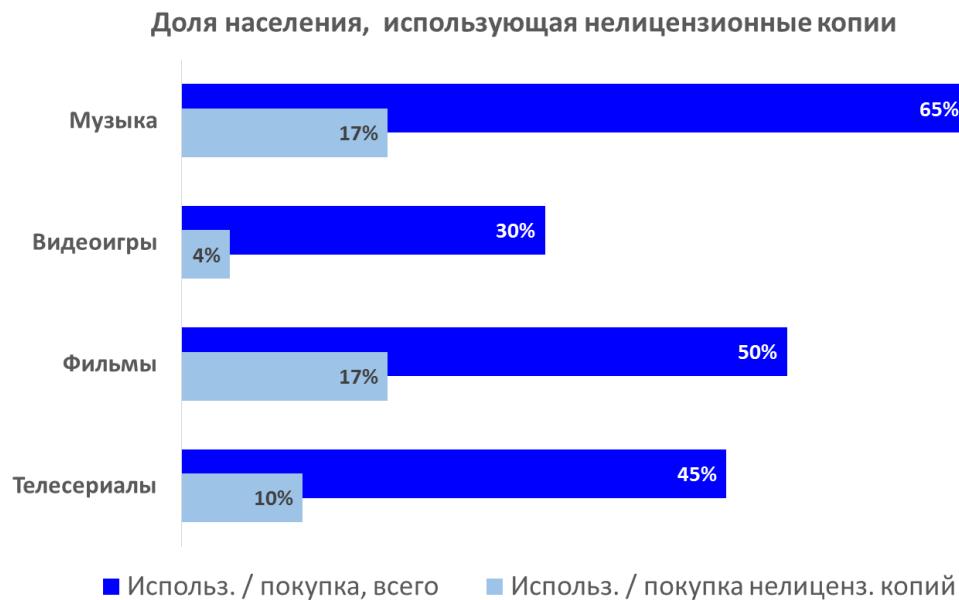


Рисунок 1 – Пример графика, иллюстрирующего общие показатели распространенности явления



Рисунок 2 – Пример графика, иллюстрирующего уровень распространенности явления в разбивке по видам копирования и категориям товаров

2. РАСПРОСТРАНЕННОСТЬ ЯВЛЕНИЯ В РАЗБИВКЕ ПО ВОЗРАСТНЫМ ГРУППАМ

Показатели распространенности могут нести в себе конкретные гипотезы, требующие подтверждения или опровержения. Например, широко бытует мнение о том, что скачивание по сети Интернет незаконных копий фильмов характерно преимущественно для молодежи. Однако вполне вероятно, что приобретение легальных копий фильмов также более распространено среди более молодых респондентов, особенно если учитывать посещение кинотеатров. Чтобы отразить результаты в правильном контексте, в данном случае целесообразно представить показатели распространенности не только в разбивке по возрастным группам, но и с учетом общего потребления кинопродукции данной возрастной группой.

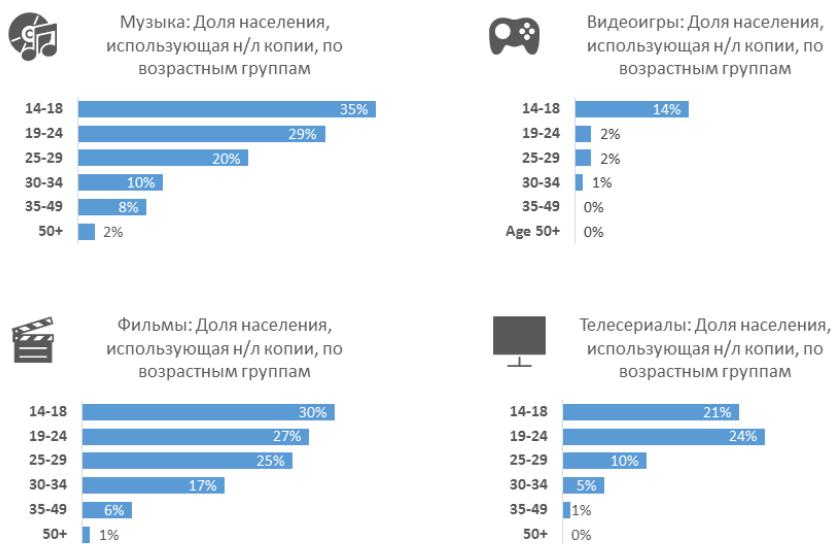


Рисунок 3 – Пример графика, иллюстрирующего уровень распространенности явления в разбивке по возрастным группам и категориям товаров



Рисунок 4 – Пример графика, иллюстрирующего отношение потребления контрафактных фильмов к посещению кинотеатров и легальному приобретению фильмов в разбивке по возрастным группам

3. РАСПРОСТРАНЕННОСТЬ ЯВЛЕНИЯ В РАЗБИВКЕ ПО ПРЕДПРИЯТИЯМ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ И ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О КАЧЕСТВЕ

Приведенные ниже графики иллюстрируют, как можно «приблизить к жизни» полученные данные путем анализа различных посещаемых предприятий розничной торговли и сравнения различных категорий таких предприятий.

**Распространенность по видам торговых предприятий
Покупка контрафактных товаров в последние 12 месяцев**



Рисунок 5 – Пример графика, иллюстрирующего разбивку по основным типам торговых предприятий и категориям предметов роскоши

В разбивке по видам продукции можно проанализировать и представления о качестве. Повышая уровень анализа, можно сравнить представления о качестве тех, кто покупает контрафактную продукцию, и тех, кто ее не покупает.

**Представления пользователей контрафактных товаров об их
качестве в сравнении с качеством оригинальных товаров**

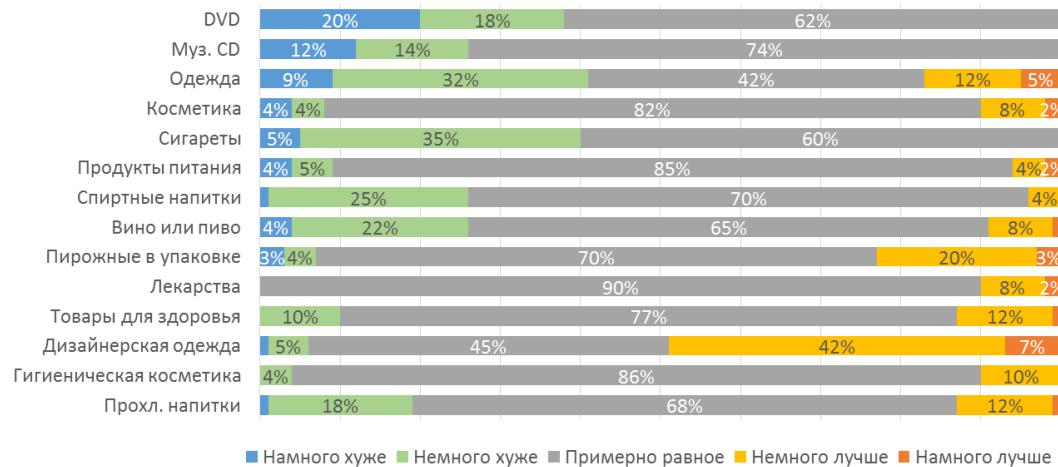


Рисунок 6 – Пример графика, иллюстрирующего представления о качестве контрафактных товаров в сравнении с качеством оригинальных товаров

4. ОЦЕНКИ И ПОЗИЦИИ РЕСПОНДЕНТОВ

Типовые анкеты включают разделы, касающиеся мотивов приобретения незаконных товаров и услуг и отношения к ним. Ответы на эти вопросы можно использовать не только для выяснения отношения к таким товарам, которое преобладает на соответствующей территории, но и для сравнения ключевых подгрупп по этому критерию. Такие подгруппы могут формироваться на основе как демографических или географических параметров, так и типа поведения. Так, например, для понимания ключевых мотивов поведения респондентов рекомендуется проанализировать различие в отношении к незаконным товарам или услугам тех, кто часто их использует, и тех, кто их не использует.

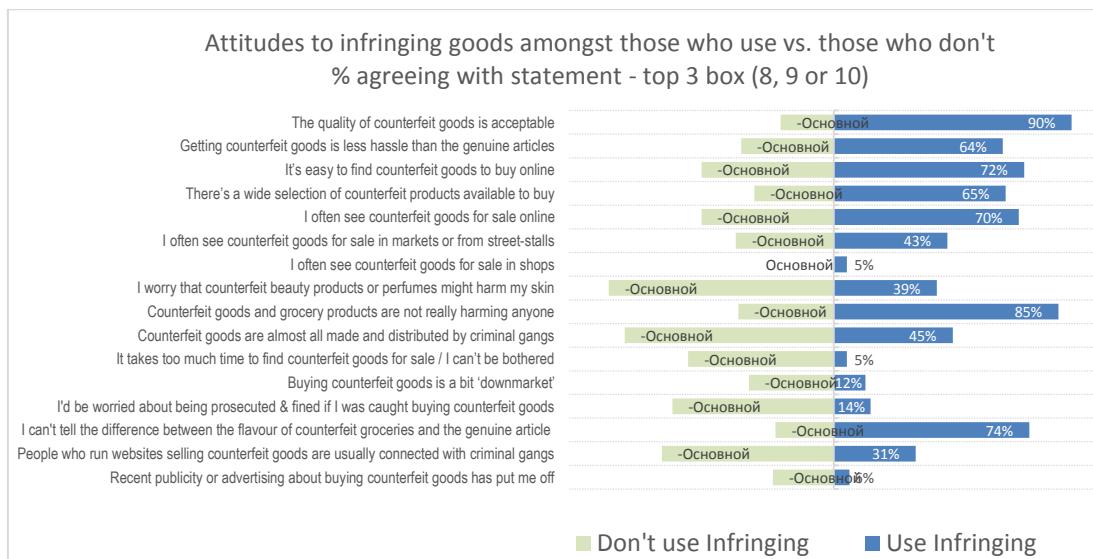


Рисунок 7 – Пример графика, иллюстрирующего разницу в отношении к контрафактным товарам между теми, кто их использует и теми, кто их не использует

5. ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕДИЙНОЙ КАМПАНИИ

Эффективность кампании лучше всего измерить путем выявления двух подгрупп потребителей: тех, кто потенциально «мог видеть» материалы кампании (сокращение «МВ»), и тех, кто «не мог видеть» эти материалы («НМВ»). Члены этих двух групп сравниваются по признаку отношения к незаконным товарам и услугам, чтобы понять, вызвала ли кампания какое-то изменение в отношении. В идеальном случае перед сравнением групп каждая из них взвешивается с применением метода взвешивания данных. Это необходимо ввиду возможности специфических расхождений во мнениях, обусловленных демографией. Исключая случай, когда охват кампанией одинаково вероятен для всех демографических групп, сравнение группы МВ с группой НМВ может указывать просто на демографические различия, а не различия, вызванные кампанией. Взвешивание данных устраняет возможную демографическую «аберрацию» и позволяет сосредоточить внимание на выяснении наличия или отсутствия расхождений, обусловленных медийной кампанией.

Ниже приводится простой пример такого взвешивания:

Я читаю неправильным создание нелиценз. копий звукозаписей	Вся выборка	<25 лет	>25 лет	Вся выборка		Моложе 25 лет		Старше 25 лет		Взвеш. балл			
				MB	HMB	MB	HMB	MB	HMB				
	База выборки	1000	200	800	369	631	160	40	209	591			
	% выборки	100%	20%	80%	37%	63%	16%	4%	20,9%	59,1%			
	Top-3 (согласие: 8, 9 или 10 баллов из 10)	35,8%	15,0%	41,0%	31,9%	38,2%	16%	11%	44,0%	40,0%	38,4% 34,2%		

В данном примере рассматривается утверждение «Я против изготовления нелицензионных копий музыкальных записей» из раздела цифровой типовой формы, касающегося позиций и оценок. Мы видим, что 358 человек в выборке из 1 000 человек (35,8%) показали высокую степень согласия с этим утверждением, присвоив ему 8, 9 или 10 баллов из 10.

В итоговой выборке, насчитывающей 1 000 человек, 200 человек относились к возрастной группе «молоде 25 лет», и в этой подгруппе только 15,0% опрошенных решительно соглашались это утверждение. Соответственно, 800 человек относились к возрастной группе «25 лет и старше», и в этой подгруппе 41,0% решительно согласились с этим утверждением. Таким образом, вероятность согласия с этим утверждением более старших респондентов намного выше.

Следующие колонки касаются числа лиц, которые «могли видеть» (MB) материалы кампании: в целом 369 человек имели возможность видеть кампанию, и в этой подгруппе 31,9% решительно поддержали это утверждение. И наоборот, 38,2% из опрошенных 631 человека, которые не могли видеть материалы («HMB»), решительно поддержали это утверждение. Судя по всему, подгруппа MB, то есть лица, которые были охвачены кампанией, на самом деле реже соглашалась с этим утверждением, из чего следует, что кампания совершенно неэффективна.

Однако главная причина этого в том, что лица моложе 25 лет имеют завышенное представительство в группе MB, составляя в ней $160/(160+209)= 43\%$, хотя во всей выборке они составляют только 20%. Показывая в целом более низкий уровень согласия с этим утверждением, они снижают общий показатель для группы MB. Если взвесить данные, чтобы привести долю лиц моложе 25 лет в группе MB к 20% и применить такое же взвешивание для группы HMB, мы увидим, что взвешенные показатели дают более позитивную картину: лица, видевшие материалы кампании, показывают чуть более высокий (38,4% против 34,2%) уровень согласия с этим утверждением.

Пример расчета:

Для пересчета веса группы МВ следует взять показатель для возраста «моложе 25 лет» с индексом МВ и умножить его на 20% (долю лиц моложе 25 лет во всей выборке); затем добавить результат к показателю для возраста «старше 25 лет» с индексом МВ и умножить его на 80% (долю лиц старше 25 лет во всей выборке).

	<25 лет	>25 лет	
Взвеш. МВ:	$(16,0\% \times 20,0\%)$	$+ (44,0\% \times 80,0\%)$	$= 38,4\%$
Взвеш. НМВ:	$(11,0\% \times 20,0\%)$	$+ (40,0\% \times 80,0\%)$	$= 34,2\%$

6. МЕЖТЕРРИОРИАЛЬНЫЕ СОПОСТАВЛЕНИЯ

Типовые опросные анкеты составлены таким образом, чтобы их легко можно было использовать на нескольких территориях. При условии применения единообразного подхода они позволяют проводить вполне обоснованные сопоставления данных, полученных для различных географических регионов или стран.

КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ ДАННЫХ И ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО ОБ ОХРАНЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

В случае сбора персональных данных, например, имен и адресов респондентов, крайне важно полностью понимать конкретное законодательство данной территории, касающееся использования и хранения таких данных. Во многих странах действуют строгие правила в отношении порядка хранения персональных данных. В стране также может быть запрещено использование систем автоматического телефонного вызова или иные формы установления контакта с потребителями.

Если для опроса привлечено авторитетное исследовательское агентство, оно должно быть полностью осведомлено о действующих правилах и применять соответствующие процедуры. Кроме того, оно должно быть в состоянии хранить любую персональную информацию респондентов, необходимую для подтверждения достоверности данных, в отдельном файле, с тем, чтобы любые данные, передаваемые организации-заказчику опроса, были очищены от такой персональной информации и, соответственно, с ними легко можно было работать и их легко можно было хранить, не опасаясь нарушить какие-либо нормы законодательства о сохранении конфиденциальности данных.

ТИПОВЫЕ ОПРОСНЫЕ АНКЕТЫ - СОПРОВОДИТЕЛЬНЫЕ ПРИМЕЧАНИЯ

Введение

Эти примечания служат сопроводительным материалом к типовым анкетам Методического пособия ВОИС по проведению опросов потребителей. Они содержат рекомендации о том, как правильно использовать типовые формы и адаптировать их для конкретной избранной опросной методики и учета любых особых требований.

Имеется четыре базовых типовых формы: «Цифровые товары», «Предметы роскоши и одежда», «Потребительские товары» и «Книги и статьи». Кроме того, имеются отдельные модули, касающиеся компьютерных программ и оценки медийных кампаний, которые могут добавляться к любой из базовых анкет.

Для выбора наиболее подходящего метода, наиболее правильной выборки и т. д., настоящий документ следует читать вместе с вводным разделом.

Типовая анкета **«Цифровые товары»** касается таких категорий товаров, как музыкальные записи, видеоигры, фильмы, телесериалы и книги, и охватывает как физические товары (например, контрафактные версии дисков DVD и Blu Ray, видеоигр, книг и т. д.), так и цифровые товары (например, нелицензионный материал, скачиваемый из Интернета или с вебсайтов, позволяющих получать нелицензионный контент в потоковом режиме).

Типовая анкета **«Книги и статьи»** касается развлекательных книг, таких как романы и нехудожественная литература, а также аудиокниг, научных статей и учебников. Хотя книги также охватываются анкетой **«Цифровые товары»**, типовая форма **«Книги и статьи»** позволяет получать гораздо более детальные сведения.

Типовая анкета **«Потребительские товары»** охватывает широкий спектр товаров розничной торговли, включая такие продовольственные товары, как печенье, торты и пирожные, вино или пиво, а также такие промышленные товары, как косметика, лекарства, сигареты, безалкогольные напитки, автозапчасти, картриджи для принтеров, малогабаритные электротовары и т. д.

Типовая анкета **«Предметы роскоши и одежда»** охватывает дизайнерскую одежду и фирменную продукцию, включая одежду и другие предметы роскоши, например, духи, обувь или сумки. Среди вопросов анкеты упоминаются также фирменные модные изделия и собственные бренды супермаркетов: они включены в нее скорее для того, чтобы провести четкое различие между ними и дизайнерской одеждой, а не потому, что они представляют какой-то интерес сами по себе.

Модуль **«Компьютерные программы»** может быть добавлен в любую из вышеперечисленных базовых типовых форм для включения дополнительных вопросов о контрафактных компьютерных программах. В каждой из базовых типовых форм имеется пометка, обозначающая место, в которое при необходимости следует вставить модуль **«Компьютерные программы»**.

Модуль «Оценка эффективности медийных кампаний» также можно добавить в любую из базовых анкет, если необходимо задать дополнительные вопросы при необходимости оценки результатов медийных кампаний, проводившихся недавно на данном рынке. В каждой из базовых типовых форм имеется пометка, обозначающая место, в которое при необходимости следует вставить модуль оценки медийных кампаний.

Условные обозначения, используемые в опросной документации

Анкеты составлены в форме, соответствующей методике онлайн-опроса.

Часть текста анкет показывается респондентам либо как вводные замечания, либо как собственно вопросы. Если опрос проводится с привлечением интервьюеров, то есть в виде личного или телефонного опроса, вводные замечания зачитываются респондентам интервьюером. Такие вводные замечания выделены в анкетах курсивом и им предшествует инструкция «ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ:»

Все инструкции для интервьюера даны прописными буквами и зеленым шрифтом. Примечания, касающиеся порядка адаптации опросной анкеты, даны синим шрифтом в квадратных скобках.

Некоторым вопросам предшествует инструкция по выбору вопросов, например: «ВОПРОС ВСЕМ» или «ВОПРОС ОБО ВСЕХ ТОВАРАХ, ИЗВЕСТНЫХ РЕСПОНДЕНТУ И ИСПОЛЬЗОВАВШИХСЯ ИМ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ». Если используется бумажная анкета, заполняемая ручкой, этот текст должен быть распечатан на опросных листах в качестве инструкций для интервьюера. Если интервью проводится с помощью компьютера, эти инструкции используются как инструкции для программиста, составляющего сценарий интервью, который задает четкий порядок, в каком должны предъявляться вопросы, указывает, каким респондентам они предъявляются и какие элементы предыдущего вопроса переходят в последующие вопросы.

Большинство закрытых вопросов сопровождается либо инструкцией «ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ», либо инструкцией «ОДИН ОТВЕТ». Если инструкция гласит «ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ», респонденту рекомендуется предложить дать все ответы, которые он считает подходящими, а если инструкция гласит «ОДИН ОТВЕТ», он должен дать только один вариант, наиболее точно отвечающий на вопрос.

Если используется бумажная анкета, заполняемая ручкой, и опрос проводится лично с участием интервьюера, ответы для вопросов, допускающие ряд возможных ответов, должны быть распечатаны на карточке, которая предъявляется респондентам, выбирающим свой ответ из предъявленных им вариантов. Если опрос проводится по телефону, интервьюер должен зачитывать все возможные ответы, а респондент – ответить на них в порядке их зачивания интервьюером. Если анкета заполняется респондентом самостоятельно или используется онлайновая методика, все возможные ответы предъявляются респонденту сразу, и он выбирает подходящие ответы.

Нумерация вопросов

Типовые опросные анкеты составлены исходя из предположения, что пользователи будут дорабатывать их с учетом конкретных особенностей своей территории, добавляя или удаляя по необходимости категории товаров или виды предприятий розничной торговли. В анкетах используется последовательная числовая нумерация вопросов.

При введении дополнительных вопросов важно сохранить ту же числовую последовательность. Самый простой способ сделать это – скопировать и вставить номер одного из других вопросов. Важно использовать начальный номер вопроса, например, В9а, а не последующий номер, например, В9б. Последующая нумерация создается путем создания закладки (команда «Создать Закладку» в редакторе Word) в виде начального номера (например, номера 9 в составе В9а) и затем – ссылок на эту закладку (команда «Перекрестная ссылка» → «Закладка» в редакторе Word). Для обновления всех номеров в редакторе Word следует нажать комбинацию клавиш CTRL+A для выделения всего текста и F9 – для обновления ссылок.

Адаптация опроса

Предполагается, что типовые анкеты будут дорабатываться для учета конкретных особенностей конкретной территории. Могут использоваться дополнительные классификационные вопросы, дополнительные утверждения к вопросам об отношении/позиции, указываться дополнительные типы предприятий розничной торговли или дополнительные категории товаров. Аналогичным образом, категории, которые считаются неприменимыми для данной территории, можно удалять. Более того, при необходимости могут удаляться целые разделы: например, раздел «Видеогames» типовой формы «Цифровые товары» можно удалить, если он представляется излишним.

Следует следить за соблюдением общей очередности вопросов и сохранить формат числовой нумерации и порядок выбора вопросов. Тем не менее, при соблюдении общих методических рекомендаций и формировании одинаковых выборок респондентов результаты разных опросов будут сопоставимыми.

Более детальный анализ анкет

1. Вводный раздел

Все опросные анкеты (независимо от того, проводится ли опрос по телефону, лично или по Интернету) начинаются с некоторой вводной части. Ее окончательный текст должен быть конкретизирован, чтобы он соответствовал методике опроса, но у всех анкет он имеет аналогичный формат. Важно поблагодарить респондентов за участие, обозначить, что от них ожидается, особенно в части возможной продолжительности интервью, и дать заверение в том, что их ответы будут считаться конфиденциальной информацией. Обычно это выглядит как заверение в том, что опрос, в котором им предлагается участвовать – это настоящее исследование рынка, а не просто элемент кампании, цель которой – продать им тот или иной товар, и что интервью проводится согласно требованиям ассоциации рыночных исследований соответствующей страны (так, в Соединенном Королевстве должны соблюдаться требования Market Research Society). В типовом тексте анкеты предусмотрено место для наименования организации, исходя из предположения о том, что для проведения опроса будет действительно привлечено агентство рыночных

исследований. Если это не так, соответствующий текст необходимо заменить текстом с указанием организации, проводящей исследование.

Применительно к данному методическому пособию особенно важно заверить респондента в том, что будет обеспечиваться конфиденциальность данных, поскольку темой интервью являются действия, которые признаются незаконными в некоторых странах.

2. Отбор респондентов по демографическим параметрам

Весьма принято начинать опрос с некоторых довольно общих вопросов демографического характера. Это решает две задачи. Все демографические вопросы используются для классификации респондентов и формирования подгрупп. Некоторые из них также призваны обеспечить репрезентативность сформированной выборки относительно целевой генеральной совокупности. Например, если опросная выборка должна представлять все взрослое население страны, значения квот будут определяться исходя из конкретных демографических параметров, таких как возраст и пол, чтобы обеспечить их соответствие пропорциям, характеризующим, согласно данным национальных переписей, все население страны.

Является нормальной практикой задавать только те демографические вопросы, которые позволяют сформировать квотную выборку в начале опроса – любые дополнительные классификационные вопросы обычно задаются в конце интервью. Если респондент устает в ходе интервью, он с большей вероятностью сохранит интерес и завершит интервью, если заключительные вопросы будут иметь демографический характер, то есть предполагать фактологические ответы, не требующие размышлений.

Предлагаемые примерные вопросы, включенные в анкеты, касаются возраста, пола, занятости и места проживания респондентов, однако окончательные вопросы, которые будут использоваться в каждом опросе, будут зависеть от доступности данных национальных переписей и особенностей соответствующей территории.

3. Вопросы, касающиеся возраста респондента

Приводится несколько примеров классификационных вопросов, касающихся возраста. Наилучшая информация, которую можно получить – это точное значение возраста, и при всякой возможности следует стремиться получить данные этого уровня точности. Данные всегда можно агрегировать в возрастные группы для сравнения с квотной выборкой, но если данные были получены только на уровне возрастных групп, их дезагрегирование невозможно.

Если планируется сравнивать данные, полученные по разным странам, а в опросах использовались несколько различные верхние или нижние возрастные пределы или при сопоставлении с данными национальной переписи использовалась разные возрастные группы, наличие точных сведений о возрасте респондентов всегда позволяет пересчитать данные в сопоставимые возрастные группы для межстранных сравнений.

Если сведения о точном возрасте респондента получить невозможно или он отказывается сообщить свой возраст, всегда целесообразно задать следующим вопросом о его возрастной группе, на который респондент, возможно, согласится ответить. Тем не менее, вопрос о возрастной группе следует задавать не как основной вопрос о возрасте, а как вопрос, следующий за вопросом о точном возрасте.

4. Квотная проверка

После того, как получены ответы на минимальный набор демографических и классифицирующих вопросов, необходимо определить, может ли интервью быть продолжено. Если опрос (будь то личный, онлайновый или телефонный) проводится с использованием компьютера, программа проверяет на этом этапе, отвечает ли респондент установленным критериям участия. Например, если по данным национальной переписи соотношение мужчин и женщин в населении страны составляет 49/51, итоговая целевая выборка составляет 1 000 интервью, и с женщинами уже было проведено 510 интервью, любые дополнительные интервью с женщинами на этом этапе отклоняются, поскольку опросная выборка должна соответствовать по избранным критериям данным национальной переписи.

Если интервью проводится интервьюером – например, с использованием бумаги и ручки, опросная анкета должна содержать в этом месте конкретные инструкции интервьюеру о проверке по заданной ему квоте возможности продолжения интервью. Когда речь идет «бумажном» опросе, обычная практика – просить каждого интервьюера провести заданное число интервью, например, всего 10, из которых не более пяти интервью проводится с мужчинами и не более пяти – с женщинами. Квоты устанавливаются суммарно для всех интервьюеров, участвующих в опросе, таким образом, чтобы итоговые квотные требования достигались после агрегирования квот всех интервьюеров.

5. Отдельная отборочная анкета и основные анкеты

Если интервью проводится интервьюером путем привлечения респондентов в одном месте (например, в торговом центре) и достижения договоренности с ними о проведении интервью в другом (например, позднее у респондента дома), нормально разбить анкету на два отдельных документа. Первый раздел, отборочная анкета для рекрутинга, содержит все вопросы до этапа квотной проверки (если респондент отвечает квотным требованиям, интервьюер договаривается с ним о проведении основного интервью). Остальная часть анкеты распечатывается затем как отдельный документ для проведения интервью у респондента на дому и после его завершения должна быть снова объединена с соответствующей отборочной анкетой.

6. Вводный раздел перед основной частью опроса

После того, как установлено, что респондент отвечает установленным критериям участия в опросе, важно сформулировать задачу опроса. Во введении, которое зачитывается или предъявляется респонденту, указывается, что опрос касается

цифровой развлекательной продукции, одежды и других модных изделий, которые респондент может приобретать для себя или членов своей семьи в фирменных магазинах или через Интернет, или продукции, которую респондент может приобретать для себя или членов своей семьи в супермаркетах или фирменных магазинах, в зависимости от типовой формы.

Следует иметь в виду, что точный текст, вероятно, потребует доработки в зависимости от того, какие именно категории товаров включаются в приводимые ниже вопросы и от привычек покупателей на территории проведения опроса.

В идеальном случае данная типовая анкета должна использоваться как часть процесса мониторинга, предполагающего проведение последовательных опросов каждые 6 или 12 месяцев. В этом случае изменения в поведении и оценках могут отслеживаться во времени. Если опрос не является элементом процесса мониторинга, а представляет собой изолированное исследование, по каждой категории товаров, в которой респондент покупал контрафактные товары, может быть целесообразным включить необязательный вопрос о том, стали ли эти действия чаще или реже в последние 12 месяцев.

Следует иметь в виду, что вопрос о причинах приобретения респондентом контрафактных товаров включает вариант «Другая причина» с примечанием «Просьба пояснить в _____.». Такой метод применяется и для ряда других вопросов. Смысл в том, что он позволяет респондентам, у которых имелась такая иная причина, объяснить свои мотивы. В этом случае необходимо оставить свободное текстовое поле, чтобы внести в него объяснение причины, которое в противном случае не будет получено. При составлении типовых опросных анкет принимаются все возможные меры к тому, чтобы привести в составе закрытых вопросов исчерпывающие перечни, но всегда может оказаться, что какая-то важная причина не была учтена.

Если получены достаточные ответы, касающиеся «другой причины», они могут быть рассмотрены при анализе данных наряду с ответами на вопросы закрытого перечня. Ответы, полученные в порядке пояснения «каких-то других причин», объединяются, и любой сходный ответ, данный более чем несколькими изолированными респондентами, следует добавить к отчетным данным так же, как если бы соответствующий вопрос фигурировал в первоначальной анкете. Конкретный «порог включения» определяется в зависимости от характера вопроса и объема выборки, но в качестве эмпирического правила можно принять, что любой ответ, который дают не менее 3% респондентов, следует добавить в закрытый перечень.

7. Основной опрос «Цифровые товары»

Следующий вопрос направлен на выяснение того, использует ли респондент какие-либо товары конкретных категорий. Ответы на него могут использоваться при выборе дальнейших вопросов. Например, инструкции должны предусматривать, что если респондент никогда не играет в видеоигры, не следует задавать ему какие-то дальнейшие вопросы, касающиеся использования видеоигр, и т. д.

Ответы на такие вводные вопросы также помогают задавать контекст для любого анализа. Например, при рассмотрении показателей распространенности действий, нарушающих интеллектуальные права, целесообразно сравнить их с показателями распространенности легального использования товаров соответствующей категории, а также с показателями для всей генеральной совокупности. Например, целесообразно сравнить процент людей, нелегально скачивающих музыку, с общим числом людей, еженедельно слушающих музыку, а также оценить долю лиц, нелегально скачивающих музыку, во всей генеральной совокупности.

В рамках первого вопроса различные типы развлечений имеют в анкете различную цветовую маркировку, и все элементы текста, маркированные одним цветом, всегда должны предъявляться или зачитываться вместе. Цветовая маркировка позволяет лучше ориентироваться при организации и проведении интервью, но текст, предъявляемый респонденту в ходе опроса, не должен иметь цветовую маркировку.

После определения общих показателей использования различных товаров следуют отдельные разделы: «Музыка», «Видеогames», «Фильмы», «Телесериалы» и «Книги». Чтобы исключить любую возможную аберрацию, обусловленную очередностью разделов, следует предусмотреть их ротацию в рамках выборки. Например, если в анкете для одного респондента за разделом «Музыка» следуют разделы «Видеогames», «Фильмы» и «Телесериалы», то в анкете для другого респондента сначала должен идти, например, раздел «Телесериалы», за ним, скажем, «Фильмы», затем «Видеогames» и «Музыка», и т. д.

Разделы «Музыка», «Видеогames», «Фильмы», «Телесериалы», «Книги»

Каждый из этих разделов имеет аналогичную структуру. Первый вопрос касается осведомленности и частоты использования товаров конкретной категории, причем легальные и нелегальные формы использования сочетаются друг с другом (в типовой анкете формы потребления, нарушающие интеллектуальные права, приводятся в клетках, выделенных цветом, для большей ясности, но респондентам они должны предъявляться оформленными точно таким же цветом, форматом текста, затенением и т. д., как и легальные формы потребления). Для респондентов, приобретающих или использующих какой-либо контент с помощью незаконных средств, предусмотрены дальнейшие вопросы. Каждый вопрос сопровождают инструкции по очередности предъявления вопросов. Любой респондент, не покупавший или не приобретавший нелицензионных товаров и услуг в последние 12 месяцев, адресуется к следующему разделу анкеты.

8. Основной опрос «Книги и статьи»

Типовая форма «Книги и статьи» имеет структуру, аналогичную структуре типовой формы «Цифровые товары», и касается развлекательных книг, аудиокниг, научных статей и учебников. После определения степени использования каждой из категорий интервью продолжается переходом к разным разделам для каждой из категорий. Если вопросы, касающиеся развлекательных книг и аудиокниг, целесообразно задавать всем респондентам, вопросы, касающиеся учебников и

научных статей рекомендуется задавать только тем респондентам, которые их используют, поскольку они, скорее всего, составляют нишевую категорию потребителей.

Как и при использовании анкеты «Цифровые товары», следует предусматривать ротацию вопросов о различных категориях товаров в рамках выборки, чтобы исключить возможный «эффект очередности». В рамках каждой категории предусмотрены дальнейшие вопросы, задаваемые тем, кто использовал контрафактные товары, а также полные инструкции в отношении порядка предъявления вопросов, с тем, чтобы респонденты, не использовавшие контрафактные товары, переходили к следующему разделу.

9. Основной опрос «Потребительские товары»

В конце вводного демографического раздела имеется вопрос, позволяющий определить, в какой степени респондент участвует в приобретении продуктов питания, который полезен для сортировки ответов на вопросы об использовании контрафактной продовольственной продукции. При анализе покупательского поведения в разделе «Потребительские товары» целесообразно провести раздельный анализ для лиц, отвечающих в своих домохозяйствах за приобретение продовольственной продукции, и для всей выборки.

Следующий вопрос, В7 – это главный вопрос, позволяющий определить уровень использования различных категорий товаров, и он строится аналогично соответствующим вопросам анкетах, посвященных предметам роскоши и цифровым товарам. Определение общего уровня использования товаров каждого вида обеспечивает полезный контекст для сравнения с информацией о приобретении контрафактных версий товаров каждой из таких категорий и дает информацию, позволяющую не задавать респондентам дальнейшие вопросы в отношении категорий товаров, которые они не покупают.

После определения общих категорий используемых товаров интервьюер выясняет ситуацию с контрафактными версиями товаров при помощи вопросов об осведомленности об их существовании и степени их использования, за которыми следуют вопросы об используемых предприятиях розничной торговли, мотивах и т. д. Здесь каждый вопрос также сопровождается инструкциями по выбору дальнейших вопросов.

Перечень «Потребительские товары» включает «Диски DVD или Blu-ray», «Музыкальные CD» и «Книги (развлекательная литература)». Включение этих категорий товаров позволяет проводить определенные общие сопоставления с результатами, полученными при помощи других анкет.

При адаптации опросной анкеты для использования на конкретной территории следует предусмотреть введение дополнительных категорий, если они особенно важны для соответствующей территории или удаление любых неприменимых категорий. Аналогичным образом, к последующим вопросам по поводу мест, в которых респондент видел продаваемые контрафактные товары, можно добавить

колонки для указания других форм розничной торговли, встречающихся на территории, например, «киоск» или «уличный торговец».

10. Основной опрос «Предметы роскоши и одежда»

Первый вопрос главного раздела анкеты позволяет установить, покупал ли респондент в последние 12 месяцев какие-либо товары указанных конкретных категорий. Полученные ответы могут использоваться при определении порядка предъявления следующих вопросов. Например, если респондент в истекшие 12 месяцев не покупал никакой парфюмерии, ему не задаются никакие дальнейшие вопросы о парфюмерии.

Ответы на эти вводные вопросы также помогают задавать контекст. Например, при рассмотрении показателей распространенности действий, нарушающих интеллектуальные права, целесообразно сравнить их с показателями распространенности легального использования товаров соответствующей категории, а также с показателями для всей генеральной совокупности. Например, полезно сравнить процентное отношение числа людей, покупающих контрафактные товары дизайнерских брендов, к общему числу людей, покупающих подлинные товары дизайнерских брендов, а также представить его как процентную долю всей генеральной совокупности.

При адаптации опросной анкеты для использования на конкретной территории следует включить вопросы о других категориях предметов роскоши, если они особенно важны для соответствующей территории, или удалить любые неприменимые категории. Аналогичным образом, к последующим вопросам по поводу мест, в которых респондент видел продаваемые контрафактные товары, можно добавить колонки для указания других форм розничной торговли, встречающихся на территории, например, «киоск» или «уличный торговец».

Для любых респондентов, покупающих контрафактные товары, как зная, так и не зная об их контрафактном характере, предусмотрены последующие вопросы. Каждый вопрос сопровождается инструкциями по выбору дальнейших вопросов.

11. Модуль «Компьютерные программы»

Модуль «Компьютерные программы» задуман как дополнительный раздел, который может быть добавлен к любому из четырех базовых модулей. Это краткий раздел, включающий 10 вопросов, посвященных использованию компьютерных программ (как операционных систем, так и программных приложений, таких как офисные программы или программы для редактирования фотографий и видео). Данный модуль добавляется в место, указанное в каждой из четырех базовых анкет, с тем чтобы не нарушалась общая структура анкет, а отчеты имели единообразный характер.

12. Раздел «Отношение к пиратству»

Цель данного раздела – оценить общее отношение респондентов к пиратству в отношении разных категорий товаров. При желании для каждой из категорий

(музыка, фильмы, видеоигры и телесериалы / обувь, сумки, одежда дизайнерских брендов и парфюмерия и т. д. / пирожные, печенье, сигареты, косметика и т. д.) можно сформулировать отдельные вопросы, но тогда опрос потребовал бы от респондентов много времени и выполнения множества одинаковых операций, что, вероятно, снижало бы качество собираемой информации в связи с их утомлением.

Формулировки, выражающие отношение к конкретным видам пиратской деятельности, следует предъявлять в случайном порядке или по крайней мере предусматривать их ротацию. Когда опрос проводится при помощи компьютера, это относительно несложно. Если он проводится вручную, интервьюеру обычно рекомендуется идти от начала к концу перечня при проведении одного интервью и от конца к началу – при проведении следующего, и т. д.

В каждой из типовых форм после основного перечня следует перечень характеристик, относящийся к конкретной отрасли. Если вопросы основного перечня следует предъявлять в случайном порядке, то вопросы по таким характеристикам, специфичные для конкретных отраслей, всегда выясняются в конце и сохраняются в виде единой группы.

На этапе анализа ответы на эти оценочные вопросы организуются в табличной форме и строится перекрёстная таблица для сравнения численности тех, кто покупает / приобретает контрафактную продукцию, и тех, кто ее не покупает. Это позволяет установить различия позиций этих двух групп респондентов.

13. Раздел оценки эффективности медийной кампании

При необходимости после раздела, посвященного оценочным суждениям, помещается раздел оценки эффективности медийной кампании (см. отдельный документ). Важно, чтобы этот раздел следовал после раздела, посвященного отношению/позиции, с тем чтобы просмотр тестовых материалов не повлиял на ответы респондентов на вопросы, характеризующие их позицию.

14. Дополнительные вопросы демографического характера

Дополнительные демографические и классифицирующие вопросы могут быть добавлены к анкете в виде заключительного раздела, следующего за главным интервью. Ответы на эти вопросы следует использовать для разделения итоговой опросной выборки на различные подгруппы для целей анализа и тестирования гипотез. Предлагаемые дополнительные вопросы демографического характера приводятся в виде отдельного документа, но их ни в коем случае не следует рассматривать как исчерпывающий перечень.

15. Завершение интервью

Наконец, в конце анкеты важно вставить инструкции о порядке завершения интервью.

Если предполагается, что опрос будет проводиться подготовленным интервьюером, следует поместить инструкцию для интервьюера о необходимости

зачитать текст, выражающий благодарность респонденту за участие в опросе и уделенное им время.

Если анкета заполняется респондентом без участия интервьюера (например, на компьютере), программа опроса должна выдать в конце интервью четкий текст с сообщением о том, что интервью завершено и выражением благодарности респонденту за уделенное им время.

Дополнительную информацию можно запросить в ВОИС по адресу: www.wipo.int.

Почтовый адрес:

World Intellectual Property Organization

34, chemin des Colombettes

P.O. Box 18

CH-1211 Geneva 20

Switzerland

Тел.: + 4122 338 91 11

Факс: + 4122 733 54 28

enforcement@wipo.int

**Методическое пособие ВОИС по проведению опросов
потребителей в области соблюдения прав ИС**

ТИПОВЫЕ ФОРМЫ

ТИПОВАЯ АНКЕТА «ЦИФРОВЫЕ ТОВАРЫ»

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Здравствуйте. Благодарим Вас за согласие участвовать в этом опросе. Я из [вставить наименование организации], и мы хотели бы задать Вам несколько вопросов по поводу приобретения и использования цифровой продукции, которую Вы, возможно, используете дома или вне дома: музыки, компьютерных программ, фильмов, телесериалов, электронных книг и видеоигр.

Хотим заверить Вас в том, что это настоящее исследование рынка и что мы гарантируем полную конфиденциальность Ваших ответов. [Добавить соответствующее заявление о том, что ваша организация соблюдает в своей работе требования национальной ассоциации исследований рынка]»

ВОПРОС ВСЕМ

B1a Сообщите, пожалуйста, Ваш возраст

ЗАДАТЬ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС, ЕСЛИ РЕСПОНДЕНТ ОТКАЗЫВАЕТСЯ НАЗВАТЬ СВОЙ ТОЧНЫЙ ВОЗРАСТ ПРИ ОТВЕТЕ НА ВОПРОС B2a

B1b Скажите, пожалуйста, какой из указанных ниже групп соответствует Ваш возраст:
ОДИН ОТВЕТ

Пример А	Пример В	Пример С
13 или ниже [БЛИЗКО]	13 или ниже [БЛИЗКО]	13 или ниже [БЛИЗКО]
14-17	14-17	14-17
18-24	18-24	18-20
25-29	25-29	21-25
30-34	30-39	26-30
35-39	40-49	31-35
40-44	50-59	36-45
45-49	60-69	46-54
50-54	70+	55+
55-59		
60-64		
65+		

ВОПРОС ВСЕМ

B2 Вы

ОДИН ОТВЕТ

[Примечание: В случае личного интервью интервьюер заполняет эту часть на основе собственного наблюдения]

Мужчина.....

Женщина

Предпочитаю не отвечать.....

ВОПРОС ВСЕМ

B3 Каков Ваш текущий уровень занятости?

ОДИН ОТВЕТ

- Полная занятость (35 и более часов в неделю)
- Частичная занятость
- Работа на дому / домохозяйка
- Учащийся
- Пенсионер
- Не работаю

ВОПРОС ВСЕМ

В4 В каком из перечисленных ниже регионов Вы живете?

ОДИН ОТВЕТ

- Регион 1
- Регион 2
- Регион 3
- Регион 4
- Регион 5
- Регион 6
- Регион 7
- Регион 8
- Регион 9

КВОТНАЯ ПРОВЕРКА

ПРОВЕРЬТЕ СООТВЕТСТВИЕ РЕСПОНДЕНТА КВОТНЫМ КРИТЕРИЯМ ОТБОРА.

ЕСЛИ ОН НЕ СООТВЕТСТВУЕТ КВОТНЫМ КРИТЕРИЯМ ОТБОРА, ПОБЛАГОДАРИТЕ ЕГО ЗА УДЕЛЕННОЕ ИМ ВРЕМЯ И ЗАВЕРШИТЕ ИНТЕРВЬЮ.

ЕСЛИ РЕСПОНДЕНТ СООТВЕТСТВУЕТ КРИТЕРИЯМ, ПЕРЕЙДИТЕ К ОСНОВНОЙ ЧАСТИ АНКЕТЫ.

Основной опрос: используемые категории товаров

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Данный опрос касается цифровых товаров и услуг, которые Вы, возможно, используете дома или вне дома: музыки, компьютерных программ, фильмов, телесериалов, электронных книг и видеоигр »

ВОПРОС ВСЕМ

В5 Как часто Вы занимаетесь перечисленными ниже видами деятельности (вопрос касается лично Вас, а не всех членов Вашего домохозяйства):

ОДНОМУ ВИДУ РАЗВЛЕЧЕНИЙ СООТВЕТСТВУЕТ ОДИН ОТВЕТ

ЧЕРЕДУЙТЕ ПОРЯДОК ПРЕДЪЯВЛЕНИЯ / ЗАЧИТЫВАНИЯ КАТЕГОРИЙ, СОХРАНЯЯ ЕДИНСТВО ГРУПП, ИМЕЮЩИХ НА ЭКРАНЕ ОДИНАКОВУЮ ЦВЕТОВУЮ МАРКИРОВКУ		Nикогда	Менее раза в месяц	Более раза в месяц, но менее раза в неделю	Более раза в неделю, но не ежедневно	Ежедневно или несколько раз в день
	Поиск развлечений в Интернете					
	Прослушивание музыки					
Фильмы	Просмотр фильмов в кинотеатрах					
	Просмотр фильмов дома по телевизору или на большом экране (включая портативные компьютеры и другие устройства, подключаемые к телевизору)					
	Просмотр фильмов на портативном устройстве (портативном DVD плеере, портативном компьютере, планшете или телефоне) дома или вне дома (если устройство подключается к телевизору, оно считается телевизором и учитывается в предыдущей категории)					
Телесериалы	Просмотр телесериалов дома по телевизору или на большом экране (включая использование портативных компьютеров и других устройств, подключаемых к телевизору)					
	Просмотр телесериалов на портативном устройстве (портативном DVD плеере, портативном компьютере, планшете или телефоне) дома или вне дома (если устройство подключается к телевизору, оно считается телевизором и учитывается в предыдущей категории)					
Видеоигры	Игра в видеоигры на игровой приставке, подключаемой к телевизору, или к компьютеру					
	Игра в видеоигры на портативной игровой приставке					
	Игра в видеоигры на смартфоне или планшете					
Книги	Чтение книг в мягких или твердых обложках					
	Покупка или приобретение книг в мягких или твердых обложках для себя					
	Чтение электронных книг					
	Покупка или приобретение электронных книг для себя					
	Прослушивание аудиокниг					

СЛЕДУЮЩИЕ НИЖЕ ВОПРОСЫ ВКЛЮЧАЮТ РАЗДЕЛЫ, КАСАЮЩИЕСЯ МУЗЫКИ, ВИДЕОИГР, ФИЛЬМОВ, ТЕЛЕСЕРИАЛОВ И КНИГ. ЭТИ РАЗДЕЛЫ НЕ ЯВЛЯЮТСЯ ОБЯЗАТЕЛЬНЫМИ – УДАЛИТЕ ЛЮБОЙ НЕНУЖНЫЙ РАЗДЕЛ. ЧЕРЕДУЙТЕ ПОРЯДОК СЛЕДОВАНИЯ РАЗДЕЛОВ ПРИ ОПРОСЕ РАЗНЫХ РЕСПОНДЕНТОВ.

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Сейчас мы покажем Вам перечень различных способов, которыми в наше время можно покупать, приобретать и прослушивать музыку». [В случае проведения телефонного интервью замените слова «покажем Вам» словом «зачитаем»]

ВОПРОС ВСЕМ

В6а Скажите, пожалуйста, о каких из перечисленных способов покупки, приобретения или прослушивания музыки Вы лично слышали до сегодняшнего дня

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЕСЛИ ИЗ ОТВЕТА НА ВОПРОС В5 СЛЕДУЕТ, ЧТО РЕСПОНДЕНТ НИКОГДА НЕ СЛУШАЕТ МУЗЫКУ, ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ В6д

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ ИЗВЕСТНЫХ РЕСПОНДЕНТУ СПОСОБОВ, ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ В ОТВЕТЕ НА ВОПРОС В6а

В6б Какие из них Вы лично использовали для покупки, приобретения или прослушивания музыки в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ВОПРОС В6б КАСАЕТСЯ ВСЕХ СПОСОБОВ, КОТОРЫЕ ИСПОЛЬЗОВАЛИСЬ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ

В6с Какой *один* из этих способов Вы чаще всего используете последнее время для приобретения музыки, которую Вы слушаете (учитывая способ, которым Вы слушаете музыку чаще всего)?

ОДИН ОТВЕТ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ СПОСОБОВ, О КОТОРЫХ РЕСПОНДЕНТ СЛЫШАЛ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В6а, НО НЕ ИСПОЛЬЗОВАЛ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ С УЧЕТОМ ОТВЕТА НА ВОПРОС В6б

В6д Есть ли среди способов, которыми Вы не пользуетесь сейчас, способы, которыми Вы пользовались 2-3 года назад, но не пользуетесь в настоящее время?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ПОЗИЦИИ ДОЛЖНЫ ПРЕДЪЯВЛЯТЬСЯ В СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ / ЧЕРЕДОВАТЬСЯ, ИСКЛЮЧАЯ ПОЗИЦИИ «Л» И «М», КОТОРЫЕ ДОЛЖНЫ ВСЕГДА ПРЕДЪЯВЛЯТЬСЯ ПОСЛЕДНИМИ	В6а Слы- шал	В6б Исполь- зую сейчас	В6с Исполь- зую чаще всего	В6д Исполь- зовал раньше
A. Покупка виниловых дисков	<input type="checkbox"/>			
B. Покупка лицензионных CD				
C. Покупка нелицензионных CD / копий CD или покупка файлов mp3 на флеш-накопителях				
D. Покупка для себя и последующее скачивание цифрового контента с легального сайта				
E. Бесплатное скачивание из источника в Интернете				
F. Скачивание / копирование файлов у друзей				
G. Подписка, по условиям которой Вы обязаны прослушивать рекламу, но не платите за подписку (например, Spotify)				
H. Подписка с ежемесячной оплатой (например, Spotify)				

I. Слушание радио				
J. Создание рипов видеоматериалов YouTube или иных аналогичных сервисов				
K. Покупка подержанных CD, виниловых дисков, компакт-кассет и т. д.				
L. Какой-либо иной способ (просьба указать здесь _____)				
M. Ничего из перечисленного / Я никогда не покупаю и не приобретаю музыку				

**ЕСЛИ ИЗ ОТВЕТА НА ВОПРОС В5 СЛЕДУЕТ, ЧТО РЕСПОНДЕНТ НИКОГДА НЕ СЛУШАЕТ МУЗЫКИ,
ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ В13 (Следующий раздел)**

[Следующий вопрос не является обязательным. Его следует включать только в том случае, если опрос проводится изолированно, а не в рамках мониторингового исследования]

ЗАДАЙТЕ ВОПРОСЫ О КАЖДОМ ИЗ СПОСОБОВ, ИСПОЛЬЗОВАВШИХСЯ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В6б

B7 Учитывая способы, которыми Вы сегодня покупаете, приобретаете или прослушиваете музыку, могли бы Вы сказать в отношении каждого из способов, упомянутых Вами в предыдущем вопросе, используете ли Вы его больше, меньше или примерно в том же объеме, что и 12 месяцев назад?

ОДИН ОТВЕТ НА КАЖДЫЙ ИСПОЛЬЗУЕМЫЙ СПОСОБ

ПОРЯДОК ВОПРОСОВ ДОЛЖЕН БЫТЬ ТЕМ ЖЕ, ЧТО И В В6	Меньше, чем 12 месяцев назад	Примерно так же, как 12 месяцев назад	Больше, чем 12 месяцев назад
A. Покупка виниловых дисков	<input type="checkbox"/>		
B. Покупка лицензионных CD			
C. Покупка нелицензионных CD / копий CD, или покупка файлов mp3 на флеш-накопителях			
D. Покупка для себя и последующее скачивание цифрового контента с легального сайта			
E. Бесплатное скачивание из источника в Интернете			
F. Скачивание / копирование файлов у друзей			
G. Подписка, по условиям которой Вы обязаны прослушивать рекламу, но не платите за подписку (например, Spotify)			
H. Подписка с ежемесячной оплатой (например, Spotify)			
I. Слушание радио			
J. Создание рипов видеоматериалов YouTube или иных аналогичных сервисов			
K. Покупка подержанных CD, виниловых дисков, компакт-кассет и т. д.			
L. Какой-либо иной способ (просьба указать здесь . . .)			

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «С», «Е», «F» ИЛИ «J» НА ВОПРОС В6б ВЫШЕ

B8a Вы сказали, что в последние 12 месяцев Вы иногда приобретали нелицензионные копии музыкальных записей. Могли бы Вы указать все причины, по которым Вы приобретаете или прослушиваете музыку таким образом?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «С», «Е», «F» ИЛИ «J» НА ВОПРОС В6б ВЫШЕ

B8b Какая **ОДНА** из этих причин наиболее важна для Вас?

ОДИН ОТВЕТ

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ ПРИЧИНЫ В ПОРЯДКЕ РОТАЦИИ / СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ	B8a Все причины	B8b Самая важная причина
Время: Получение произведений до их официального выхода в данной стране		
Экономия: Получение музыки бесплатно / по более низкой цене по сравнению с лицензионными копиями		
Удобство: Получение музыки в любой момент, когда хочу		

Я считаю, что лицензионные копии музыки стоят слишком дорого, чтобы их покупать		
Легкость использования: с нелицензионными цифровыми копиями легче работать и их легче сохранять, чем лицензионные		
Поскольку у меня недостаточно денег для покупки лицензионных копий		
Удобство: Это проще, чем покупать лицензионные копии в магазине или Интернете		
Потому что так делают все мои знакомые		
Какая-то иная причина (Просьба указать здесь _____)		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТ «С» НА ВОПРОС В6 ВЫШЕ (ПОКУПКА НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ НА CD ИЛИ ФЛЕШ-НАКОПИТЕЛЯХ)

В9 Вы сказали, что купили по крайней мере одну нелицензионную копию CD или каких-то файлов mp3 на флеш-накопителе – можете ли Вы указать все виды мест, в которых Вы покупали музыку таким образом в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЗАДАЙТЕ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС ПРО КАЖДОЕ ИЗ МЕСТ, УПОМЯНУТЫХ В ВОПРОСЕ В9

В10 Случалось ли Вам в последние 12 месяцев покупать таким образом какую-либо музыку, предполагая, что Вы покупаете лицензионную копию, и обнаружить по возвращении домой или после ее доставки, что на самом деле это нелицензионная копия?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

	Места покупки в последние 12 месяцев	Купил, предполагая, что покупаю лицензионную копию
Розничный магазин		
Рыночный прилавок, включая продажу с машин		
Уличный продавец или продавец, обходящий офисы или квартиры/дома		
Друг или коллега		
Интернет-магазин		
Интернет-аукцион		
Какое-то иное место (Просьба указать здесь _____)		
Ничего из перечисленного		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «С», «Е», «F» ИЛИ «J» НА ВОПРОС В6 ВЫШЕ (ПОКУПКА / ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ МУЗЫКИ)

В11 Вы сказали, что иногда приобретаете нелицензионные копии музыки.

Каково Ваше мнение о качестве нелицензионных копий, которые Вы приобретали таким образом?

ОДИН ОТВЕТ

Их качество....	Нелицензионные копии музыкальных записей
Намного хуже качества лицензионных копий	
Немного хуже качества лицензионных копий	
Примерно соответствует качеству лицензионных копий	
Немного лучше качества лицензионных копий	
Намного лучше качества лицензионных копий	

Раздел «Факторы, способные побудить нарушителей изменить свое поведение»

Если для категории «Музыка» предполагается использовать вопрос о факторах, способных побудить нарушителей изменить свое поведение, его следует вставить в этом месте (см. типовой вопрос ниже в данной анкете (B48)

ВОПРОС ВСЕМ

B12a Насколько Вы уверены, что можете определить, использует ли конкретный онлайновый сервис или вебсайт, на котором предлагается музыка для скачивания, распространения или потокового прослушивания, лицензионные или нелицензионные копии?

ОДИН ОТВЕТ

ВОПРОС ВСЕМ

B12b Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли копии музыкальных записей, предлагаемые для продажи на CD в магазине или на рыночном прилавке, лицензионными или нелицензионными?

ОДИН ОТВЕТ

ВОПРОС ВСЕМ

B12c Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли копии музыкальных записей, предлагаемые для продажи на CD через сайт Интернет-аукциона, лицензионными или нелицензионными?

ОДИН ОТВЕТ

	B12a Скачивание / потоковая загрузка через Интернет	B12b Покупка на CD в магазине / на рыночном прилавке	B12c Покупка на CD через Интернет-аукцион
Вполне уверен			
Более или менее уверен			

Не очень уверен			
Отнюдь не уверен			
Не знаю			

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Сейчас мы покажем Вам перечень различных способов, которыми в наше время можно покупать, приобретать и играть в видеоигры». [В случае проведения телефонного интервью замените слова «покажем Вам» словом «зачитаем»]

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Под словом «**видеоигры**» мы имеем в виду игры, в которые можно играть на приставке для видеоигр, например, X-Box One или PlayStation, или игры, в которые играют на компьютере. Просьба не учитывать игры, в которые играют на портативных приставках, мобильных телефонах или планшетах.»

ВОПРОС ВСЕМ

B13a Скажите, пожалуйста, о каких из перечисленных способов покупки или приобретения видеоигр или игры в видеоигры Вы лично слышали до сегодняшнего дня.

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЕСЛИ ИЗ ОТВЕТА НА ВОПРОС В5 СЛЕДУЕТ, ЧТО РЕСПОНДЕНТ НИКОГДА НЕ ИГРАЕТ В ВИДЕОИГРЫ НА ИГРОВОЙ ПРИСТАВКЕ, ПОДКЛЮЧАЕМОЙ К ТЕЛЕВИЗОРУ ИЛИ К КОМПЬЮТЕРУ, ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ В13d

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ ИЗВЕСТНЫХ РЕСПОНДЕНТУ СПОСОБОВ, ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ В ОТВЕТЕ НА ВОПРОС В13a

B13b Какие из них Вы лично использовали для покупки или приобретения видеоигр или игры в видеоигры в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ СПОСОБОВ, КОТОРЫЕ ИСПОЛЬЗОВАЛИСЬ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В13b

B13c Какой **один** из этих способов Вы чаще всего используете последнее время для покупки или приобретения видеоигр?

ОДИН ОТВЕТ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ СПОСОБОВ, О КОТОРЫХ РЕСПОНДЕНТ СЛЫШАЛ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В13a, НО НЕ ИСПОЛЬЗОВАЛ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ С УЧЕТОМ ОТВЕТА НА ВОПРОС В13b

B13d Есть ли среди способов, которыми Вы не пользуетесь сейчас, способы, которыми Вы пользовались 2-3 года назад, но не пользуетесь в настоящее время?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ПОЗИЦИИ ДОЛЖНЫ ПРЕДЪЯВЛЯТЬСЯ В СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ/ЧЕРЕДОВАТЬСЯ, ИСКЛЮЧАЯ ПОЗИЦИИ «Н» И «I», КОТОРЫЕ ДОЛЖНЫ ВСЕГДА ПРЕДЪЯВЛЯТЬСЯ ПОСЛЕДНИМИ	B13a Слышал	B13b Использую сейчас	B13c Использую чаще всего	B13d Использовал раньше
A. Покупка лицензионных копий компьютерных игр на дисках				
B. Скачивание игры на ПК или приставку (с оплатой копии для сохранения у себя)				
C. Покупка нелицензионных копий компьютерных игр на дисках				
D. Бесплатное скачивание копий игр из источника в Интернете				

E. Скачивание файлов или копирование игры у друга				
F. Абонентский сервис (например, PlayStation Now), по условиям которого Вы платите ежемесячную сумму за использование браузерной игры на вашей приставке				
G. Покупка подержанных игр				
H. Какой-либо иной способ (Просьба указать здесь _____)				
I. Ничего из перечисленного / Никогда не покупал и не приобретал видеоигры				

ЕСЛИ ИЗ ОТВЕТА НА В5 СЛЕДУЕТ, ЧТО РЕСПОНДЕНТ НИКОГДА НЕ ИГРАЕТ В ВИДЕОИГРЫ НА ИГРОВОЙ ПРИСТАВКЕ, ПОДКЛЮЧАЕМОЙ К ТЕЛЕВИЗОРУ, ИЛИ НА КОМПЬЮТЕРЕ, ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ В20 (Следующий раздел)

[Следующий вопрос не является обязательным. Его следует включать только в том случае, если опрос проводится изолированно, а не в рамках мониторингового исследования]

ЗАДАЙТЕ ВОПРОСЫ О КАЖДОМ ИЗ СПОСОБОВ, ИСПОЛЬЗОВАВШИХСЯ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В13б

B15 Имея в виду способы, которыми Вы сегодня покупаете или приобретаете видеоигры или играете в видеоигры, могли бы Вы сказать в отношении каждого из способов приобретения видеоигр, упомянутых Вами в предыдущем вопросе, используете ли Вы его больше, меньше или примерно в том же объеме, что и 12 месяцев назад?

ОДИН ОТВЕТ НА КАЖДЫЙ ИСПОЛЬЗУЕМЫЙ СПОСОБ

ПОРЯДОК ВОПРОСОВ ДОЛЖЕН БЫТЬ ТЕМ ЖЕ, ЧТО И В В13	Меньше, чем 12 месяцев назад	Примерно так же, как 12 месяцев назад	Больше, чем 12 месяцев назад
A. Покупка лицензионных копий компьютерных игр на дисках			
B. Скачивание игр на ПК или приставку (с оплатой копии для сохранения у себя)			
C. Покупка нелицензионных копий компьютерных игр на дисках			
D. Бесплатное скачивание копии игры из источника в Интернете			
E. Скачивание или копирование файлов игры у друга			
F. Абонентский сервис (например, PlayStation Now), по условиям которого Вы платите ежемесячную сумму за использование браузерной игры на вашей приставке			
G. Покупка подержанных игр			
H. Какой-либо иной способ (Просьба указать здесь _____)			
I. Ничего из перечисленного / Никогда не покупал и не приобретал видеоигры			

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «С», «Д» ИЛИ «Е» НА ВОПРОС В13б ВЫШЕ

B16a Вы сказали, что в последние 12 месяцев Вы иногда приобретали нелицензионные копии видеоигр. Могли бы Вы указать все причины, по которым Вы приобретаете видеоигры таким образом?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «С», «Д» ИЛИ «Е» НА ВОПРОС В13б ВЫШЕ

B16b Какая **ОДНА** из этих причин наиболее важна для Вас?

ОДИН ОТВЕТ

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ ПРИЧИНЫ В ПОРЯДКЕ РОТАЦИИ / СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ	B16a Все причины	B16b Самая важная причина
Время: Получение игр до их официального выхода в данной стране		
Экономия: Получение игр бесплатно / по более низкой цене по сравнению с лицензионными копиями		
Удобство: Получение игр в любой момент, когда хочу		
Я считаю, что лицензионные копии игр стоят слишком дорого, чтобы их покупать		
Легкость использования: с нелицензионными		

цифровыми копиями игр легче работать и их легче сохранять, чем лицензионные		
Поскольку у меня недостаточно денег для покупки лицензионных копий		
Удобство: Это проще, чем покупать лицензионные копии в магазине или Интернете		
Потому что так делают все мои знакомые		
Какая-то иная причина (Просьба указать здесь _____)		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТ «С» НА ВОПРОС В13б ВЫШЕ (ПОКУПКА НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ)

B16 Вы сказали, что купили по крайней мере одну нелицензионную копию видеоигр на дисках. Можете ли Вы указать все типы мест, в которых Вы покупали видеоигры таким образом в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЗАДАЙТЕ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС ПРО КАЖДОЕ ИЗ МЕСТ, УПОМЯНУТЫХ В ВОПРОСЕ В16

B17 Случалось ли Вам в последние 12 месяцев покупать таким образом какую-либо видеоигру, предполагая, что Вы покупаете лицензионную копию, и обнаружить по возвращении домой или после ее доставки, что на самом деле это нелицензионная копия?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

	Места покупки в последние 12 месяцев	Купил, предполагая, что покупаю лицензионную копию
Розничный магазин		
Рыночный прилавок, включая продажу с машин		
Уличный продавец или продавец, обходящий офисы или квартиры/дома		
Друг или коллега		
Интернет-магазин		
Интернет-аукцион		
Какое-то иное место (Просьба указать здесь _____)		
Ничего из перечисленного		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «С», «D» ИЛИ «E» НА ВОПРОС В13б ВЫШЕ (ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИЛИ ПОКУПКА НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ ВИДЕОИГР)

B18 Вы сказали, что иногда приобретаете нелицензионные копии видеоигр.

Каково Ваше мнение о качестве нелицензионных копий, которые Вы приобретали таким образом?

ОДИН ОТВЕТ

Их качество....	Нелицензионные копии видеоигр
Намного хуже качества лицензионных копий	
Немного хуже качества лицензионных копий	
Примерно соответствует качеству лицензионных копий	
Немного лучше качества лицензионных копий	
Намного лучше качества лицензионных копий	

Раздел «Факторы, способные побудить нарушителей изменить свое поведение»

Если для категории «Вideoигры» предполагается использовать вопрос о факторах, способных побудить нарушителей изменить свое поведение, его следует вставить в этом месте (см. типовой вопрос ниже в данной анкете (В48))

ВОПРОС ВСЕМ

B19a Насколько уверенно Вы можете сказать, что конкретный онлайновый сервис или вебсайт, на котором предлагается видеоигры для скачивания, распространения или онлайнного использования, распространяет лицензионные или нелицензионные копии?

ОДИН ОТВЕТ**ВОПРОС ВСЕМ**

B19b Насколько уверенно Вы можете сказать, являются ли видеоигры, предлагаемые для продажи на дисках в магазине или на рыночном прилавке, лицензионными или нелицензионными?

ОДИН ОТВЕТ**ВОПРОС ВСЕМ**

B19c Насколько уверенно Вы можете сказать, являются ли видеоигры, предлагаемые для продажи на дисках через сайт Интернет-аукциона, лицензионными или нелицензионными?

ОДИН ОТВЕТ

Video Games	B19a Скачивание / потоковая загрузка через Интернет	B19b Покупка на диске в магазине / на рыночном прилавке	B19c Покупка на диске через Интернет- аукцион
Вполне уверен			
Более или менее уверен			
Не очень уверен			
Отнюдь не уверен			
Не знаю			

РАЗДЕЛ «ФИЛЬМЫ»

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Сейчас мы покажем Вам перечень различных способов, которыми в наше время можно покупать, приобретать и просматривать фильмы. Данный вопрос касается только фильмов, выпущенных недавно, например в последние 12 месяцев, а не более старых или классических фильмов.» [при необходимости добавьте уточняющий текст, например: «... Под фильмами мы имеем в виду полнометражные художественные фильмы, которые можно смотреть в кинотеатре, по телевизору или на DVD.】 [В случае проведения телефонного интервью замените слова «покажем Вам» словом «зачитаем»]

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Просьба ответить на данный вопрос, имея в виду **лично себя**, а не всех членов Вашего домохозяйства.»

ВОПРОС ВСЕМ

B20a Скажите, пожалуйста, о каких из перечисленных способов покупки или приобретения фильмов для просмотра дома или в дороге на каким-либо устройстве, например, на планшете или мобильном телефоне, Вы лично слышали до сегодняшнего дня?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

**ЕСЛИ ИЗ ОТВЕТА НА ВОПРОС В5 СЛЕДУЕТ, ЧТО РЕСПОНДЕНТ НИКОГДА НЕ ПОКУПАЕТ И НЕ СМОТРИТ ФИЛЬМЫ ДОМА, ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ В20d
СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ ИЗВЕСТНЫХ РЕСПОНДЕНТУ СПОСОБОВ, ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ В ОТВЕТЕ НА ВОПРОС В20a**

B20b Какие из них Вы лично использовали для покупки, приобретения или просмотра фильмов в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ СПОСОБОВ, КОТОРЫЕ ИСПОЛЬЗОВАЛИСЬ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В20b

B20c Какой **один** из этих разных способов, которыми Вы покупаете или приобретаете фильмы Вы чаще всего используете сегодня для покупки или приобретения фильмов (учитывая способ, каким Вы чаще всего смотрите фильмы)?

ОДИН ОТВЕТ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ СПОСОБОВ, О КОТОРЫХ РЕСПОНДЕНТ СЛЫШАЛ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В20a, НО НЕ ИСПОЛЬЗОВАЛ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ С УЧЕТОМ ОТВЕТА НА ВОПРОС В20b

B20d Есть ли среди способов покупки или приобретения фильмов, которыми Вы не пользуетесь сейчас, какие-то способы, которыми Вы пользовались 2-3 года назад, но не пользуетесь в настоящее время?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ПОЗИЦИИ ДОЛЖНЫ ПРЕДЪЯВЛЯТЬСЯ В СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ / ЧЕРЕДОВАТЬСЯ, ИСКЛЮЧАЯ ПОЗИЦИИ «Q» И «R», КОТОРЫЕ ДОЛЖНЫ ВСЕГДА ПРЕДЪЯВЛЯТЬСЯ ПОСЛЕДНИМИ	B21a Слышал	B21b Использую сейчас	B21c Использую чаще всего	B21d Использовал раньше
A. Покупка на лицензионных дисках DVD или Blu-ray в магазине или через Интернет				
B. Прокат на лицензионных дисках DVD или Blu-ray в магазине или онлайновом прокатном сервисе				
C. Покупка нелицензионных / копированных дисков DVD или Blu-ray				
D. Покупка для себя с цифровым скачиванием к компьютеру, планшет, телефон, телевизор с интернет-подключением или другое устройство из легального источника, например, iTunes				
E. Платное цифровое скачивание / потоковый прием в порядке проката к компьютеру, планшет, телефон, телевизор с интернет-подключением или другое устройство из легального источника, например, iTunes				
F. Цифровой прокат на Вашем телевизоре или ином устройстве, организованный Вашим провайдером услуг телевещания				
G. Бесплатное скачивание к компьютеру из источника в Интернете				
H. Скачивание / обмен файлами с другом (обмен по Интернету, на флеш-накопителях, на DVD и т. д.)				
I. Абонентский сервис, по условиям которого Вы платите за ежемесячную подписку, обеспечивающую вам доступ к библиотеке фильмов и телесериалов				
J. Просмотр фильмов через лицензионный сервис просмотра новинок кино, включая просмотр фильмов на компьютере, планшете, телефоне, по телевизору с интернет-подключением или на другом устройстве или через декодер Вашего провайдера услуг телевещания				
K. Бесплатный просмотр нелицензионных копий в Интернете на сайте потокового вещания				
L. Просмотр в рамках дополнительной подписки Вашего провайдера услуг телевещания – например, ежемесячной подписки на фильковые каналы				
M. Просмотр в рамках обычной телевизионной трансляции				
N. Использование дисков DVD/Blu-ray, которые Вы берете на время у друга или члена семьи				
O. Просмотр фильмов, скопированных с дисков DVD/Blu-ray, данных Вам на время у друга или члена семьи				
P. Покупка подержанных дисков DVD, Blu-ray или кассет VHS				
Q. Какой-либо иной способ (Просьба указать здесь _____)				
R. Ничего из перечисленного / Я никогда не покупал и не приобретал фильмы				

ЕСЛИ ИЗ ОТВЕТА НА ВОПРОС В5 СЛЕДУЕТ, ЧТО РЕСПОНДЕНТ НИКОГДА НЕ ПОКУПАЕТ И НЕ СМОТРИТ ФИЛЬМЫ ДОМА, ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ В29 (Следующий раздел)

[Следующий вопрос не является обязательным. Его следует включать только в том случае, если опрос проводится изолированно, а не в рамках мониторингового исследования]

ЗАДАЙТЕ ВОПРОСЫ О КАЖДОМ ИЗ СПОСОБОВ, ИСПОЛЬЗОВАВШИХСЯ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС B20b

B21 Учитывая способы, которыми Вы сегодня покупаете, приобретаете или смотрите фильмы, могли бы Вы сказать в отношении каждого из способов приобретения фильмов, упомянутых Вами в предыдущем вопросе, используете ли Вы его больше, меньше или примерно в том же объеме, что и 12 месяцев назад?

ОДИН ОТВЕТ НА КАЖДЫЙ ИСПОЛЬЗУЕМЫЙ СПОСОБ

ПОРЯДОК ВОПРОСОВ ДОЛЖЕН БЫТЬ ТЕМ ЖЕ, ЧТО И В В20	Меньше, чем 12 месяцев назад	Пример- но так же, как 12 месяцев назад	Больше, чем 12 месяцев назад
A. Покупка на лицензионных дисках DVD или Blu-ray в магазине или через Интернет			
B. Прокат на лицензионных дисках DVD или Blu-ray в магазине или онлайновом прокатном сервисе			
C. Покупка нелицензионных / копированных дисков DVD или Blu-ray			
D. Покупка для себя с цифровым скачиванием к компьютеру, планшету, телефону, телевизору с интернет-подключением или другое устройство из легального источника, например, iTunes			
E. Платное цифровое скачивание / потоковый прием в порядке проката к компьютеру, планшету, телефону, телевизору с интернет-подключением или другое устройство из легального источника, например, iTunes			
F. Цифровой прокат на Вашем телевизоре или ином устройстве, организованный Вашим провайдером услуг телевещания			
G. Бесплатное скачивание к компьютеру из источника в Интернете			
H. Скачивание / обмен файлами с другом (обмен по Интернету, на флеш-накопителях, на DVD и т. д.)			
I. Абонентский сервис, по условиям которого Вы платите за ежемесячную подписку, обеспечивающую вам доступ к библиотеке фильмов и телесериалов			
J. Просмотр фильмов через лицензионный сервис просмотра новинок кино, включая просмотр фильмов на компьютере, планшете, телефоне, по телевизору с интернет-подключением или на другом устройстве или через декодер Вашего провайдера услуг телевещания			
K. Бесплатный просмотр нелицензионных копий в Интернете на сайте потокового вещания			
L. Просмотр в рамках дополнительной подписки Вашего провайдера услуг телевещания – например, ежемесячной подписки на фильковые каналы			
M. Просмотр в рамках обычной телевизионной трансляции			
N. Использование дисков DVD/Blu-ray, которые Вы берете на время у друга или члена семьи			
O. Просмотр фильмов, скопированных с дисков DVD/Blu-ray, данных Вам на время у друга или члена семьи			
P. Покупка подержанных дисков DVD, Blu-ray или кассет VHS			
Q. Какой-либо иной способ (Просьба указать здесь _____)			

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «С», «Г», «Н», «К» ИЛИ «О» НА ВОПРОС В20б ВЫШЕ

B22a Вы сказали, что в последние 12 месяцев Вы иногда приобретали нелицензионные копии фильмов. Могли бы Вы указать все причины, по которым Вы приобретаете фильмы таким образом?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ**ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «С», «Г», «Н», «К» ИЛИ «О» НА ВОПРОС В20б ВЫШЕ**

B22b Какая **ОДНА** из этих причин наиболее важна для Вас?

ОДИН ОТВЕТ

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ ПРИЧИНЫ В ПОРЯДКЕ РОТАЦИИ / СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ	B23a Все причины	B23b Самая важная причина
Время: Получение фильмов до их официального выхода в данной стране		
Время: это означает, что мне не приходится ждать начала официальной продажи фильма в торговой сети		
Время: Мне сложнее последнее время ходить в кино, но мне все еще хочется увидеть последние фильмы, как только они появляются		
Экономия: Получение фильмов бесплатно / по более низкой цене по сравнению с лицензионными копиями		
Удобство: Получение фильмов в любой момент, когда хочу		
Совместимость: если я покупаю лицензионные копии, я вынужден покупать много копий одного и того же фильма для воспроизведения на всех моих устройствах		
Удобство: Это проще, чем покупать лицензионные копии в магазине или Интернете		
Я считаю, что лицензионные копии фильмов стоят слишком дорого, чтобы их покупать		
С нелицензионными цифровыми копиями фильмов легче работать и их легче сохранять, чем лицензионные		
Поскольку у меня недостаточно денег для покупки лицензионных копий		
Фильм приятнее смотреть дома. Просмотр фильмов в кинотеатрах уже не доставляет мне такого удовольствия, как раньше		
Потому что так делают все мои знакомые		
Какая-то иная причина (Просьба указать здесь)		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТ «С» НА ВОПРОС В20б ВЫШЕ (ПОКУПКА НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ НА ДИСКАХ DVD/BLU-RAY)

B23 Вы сказали, что купили по крайней мере одну нелицензионную копию фильма на диске DVD/Blu-ray в последние 12 месяцев. Можете ли Вы указать все типы мест, в которых Вы покупали фильмы таким образом в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЗАДАЙТЕ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС ПРО КАЖДОЕ ИЗ МЕСТ, УПОМЯНУТЫХ В ВОПРОСЕ В23

B24 Случалось ли Вам в последние 12 месяцев покупать таким образом какой-либо фильм, предполагая, что Вы покупаете лицензионную копию, и обнаружить по возвращении домой или после ее доставки, что на самом деле это нелицензионная копия?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

	Места покупки в последние 12 месяцев	Купил, предполагая, что покупаю лицензионную копию
Розничный магазин		
Рыночный прилавок, включая продажу с машин		
Уличный продавец или продавец, обходящий офисы или квартиры/дома		
Друг или коллега		
Интернет-магазин		
Сайт Интернет-аукциона		
Какое-то иное место (Просьба указать здесь _____)		
Ничего из перечисленного		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТ «С» НА ВОПРОС В20б ВЫШЕ (ПОКУПКА НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ ФИЛЬМОВ НА ДИСКАХ DVD/BLU-RAY)

B25 Когда Вы обычно покупаете нелицензионные копии дисков DVD/Blu-ray с фильмами?
ОДИН ОТВЕТ

До их выхода в кинотеатрах в данной стране.....□

Пока их показывают в кинотеатрах в данной стране□

После окончания их показа в кинотеатрах / до их выпуска на дисках DVD/Blu-ray, для лицензионного скачивания.....□

После того, как они выпущены на дисках DVD/Blu-ray/для лицензионного скачивания□

Я делаю это только в отношении фильмов, не выпускаемых в этой стране.....□

Мне обычно неизвестно, вышел ли фильм для показа в кинотеатрах или на DVD и т. д. Я просто приобретаю фильмы, когда нахожу их на нелицензионных дисках DVD/Blu-ray□

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТ «Г» ИЛИ «К» НА ВОПРОС В20б ВЫШЕ (СКАЧИВАНИЕ ИЛИ ПОТОКОВАЯ ТРАНСЛЯЦИЯ НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ)

B26 Когда Вы скачиваете диски DVD/Blu-ray с нелицензионными копиями фильмов?
ОДИН ОТВЕТ

- До их выхода в кинотеатрах в данной стране□
Пока их показывают в кинотеатрах в данной стране□
После окончания их показа в кинотеатрах / до их выпуска
на дисках DVD/Blu-ray, для лицензионного скачивания□
После того, как они выпущены на дисках DVD/Blu-ray/для лицензионного
скачивания□
Я делаю это только в отношении фильмов, не выпускаемых в этой стране.....□
Мне обычно неизвестно, вышел ли фильм в кинотеатрах или на DVD и т. д.
Я просто приобретаю фильмы, когда нахожу их в Интернете□

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «С», «Г», «Н» ИЛИ «К» НА ВОПРОС В20б ВЫШЕ (ПОКУПКА ИЛИ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ ФИЛЬМОВ)

B27 Вы сказали, что иногда приобретаете нелицензионные копии фильмов.
Каково Ваше мнение о качестве нелицензионных копий, которые Вы приобретали таким образом?

ОДИН ОТВЕТ

Их качество....	Нелицензионные копии фильмов
Намного хуже качества лицензионных копий	
Немного хуже качества лицензионных копий	
Примерно соответствует качеству лицензионных копий	
Немного лучше качества лицензионных копий	
Намного лучше качества лицензионных копий	

Раздел «Факторы, способные побудить нарушителей изменить свое поведение»

Если для категории «Фильмы» предполагается использовать вопрос о факторах, способных побудить нарушителей изменить свое поведение, его следует вставить в этом месте (см. типовой вопрос ниже в данной анкете (B48))

ВОПРОС ВСЕМ

B28a Насколько Вы уверены, что можете определить, использует ли конкретный онлайновый сервис или вебсайт, на котором предлагаются фильмы для скачивания, распространения или потокового просмотра, лицензионные или нелицензионные копии?

ОДИН ОТВЕТ

ВОПРОС ВСЕМ

B28b Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли фильмы, предлагаемые для продажи на дисках DVD или Blu-ray в магазине или на рыночном прилавке, лицензионными или нелицензионными копиями?

ОДИН ОТВЕТ

ВОПРОС ВСЕМ

B28c Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли фильмы, предлагаемые для продажи на дисках DVD или Blu-ray через Интернет или сайт Интернет-аукциона, лицензионными или нелицензионными копиями?

ОДИН ОТВЕТ

	B28a Скачивание / потоковая загрузка через Интернет	B28b Покупка на дисках DVD/Blu-ray в магазине / на рыночном прилавке	B28c Покупка на дисках DVD/Blu-ray через Интернет-аукцион
Вполне уверен			
Более или менее уверен			
Не очень уверен			
Отнюдь не уверен			
Не знаю			

РАЗДЕЛ «ТЕЛЕСЕРИАЛЫ»

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Сейчас мы покажем Вам перечень различных способов, которыми в наше время можно покупать, приобретать и просматривать дома телесериалы (как отдельные серии, так и сериалы целиком).» [В случае проведения телефонного интервью замените слова «покажем Вам» словом «зачитаем»]

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Просьба ответить на данный вопрос, имея в виду лично себя, а не всех членов Вашего домохозяйства.»

ВОПРОС ВСЕМ

B29a Скажите, пожалуйста, о каких из перечисленных способов покупки, просмотра и приобретения телесериалов фильмов для просмотра дома или в дороге на каким-либо устройстве, например, на планшете или мобильном телефоне Вы лично слушали до сегодняшнего дня?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЕСЛИ ИЗ ОТВЕТА НА ВОПРОС В5 СЛЕДУЕТ, ЧТО РЕСПОНДЕНТ НИКОГДА НЕ ПОКУПАЕТ И НЕ СМОТРИТ ТЕЛЕСЕРИАЛЫ, ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ В29d

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ ИЗВЕСТНЫХ РЕСПОНДЕНТУ СПОСОБОВ, ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ В ОТВЕТЕ НА ВОПРОС В29a

B29b Какие из них Вы лично использовали для покупки, приобретения или просмотра телесериалов в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ СПОСОБОВ, КОТОРЫЕ ИСПОЛЬЗОВАЛИСЬ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В29b

B29c Какой **один** из этих способов Вы чаще всего используете сегодня для покупки или приобретения телесериалов (учитывая способ, каким Вы смотрите телесериалы чаще всего)?
ОДИН ОТВЕТ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ СПОСОБОВ, О КОТОРЫХ РЕСПОНДЕНТ СЛЫШАЛ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В29a, НО НЕ ИСПОЛЬЗОВАЛ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ С УЧЕТОМ ОТВЕТА НА ВОПРОС В29b

B29d Какой **один** из этих способов Вы чаще всего используете сегодня для покупки или приобретения телесериалов (учитывая способ, каким Вы смотрите телесериалы чаще всего)?
ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ПОЗИЦИИ ДОЛЖНЫ ПРЕДЪЯВЛЯТЬСЯ В СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ / ЧЕРЕДОВАТЬСЯ, ИСКЛЮЧАЯ ПОЗИЦИИ «Q» И «R», КОТОРЫЕ ДОЛЖНЫ ВСЕГДА ПРЕДЪЯВЛЯТЬСЯ ПОСЛЕДНИМИ	B29a Слышал	B29b Исполь- зую сейчас	B29c Исполь- зую чаще всего	B29d Исполь- зовал раньше
A. Покупка на лицензионных дисках DVD или Blu-ray в магазине или через Интернет				
B. Прокат на лицензионных дисках DVD или Blu-ray в магазине или онлайновом прокатном сервисе				
C. Покупка нелицензионных / копированных дисков DVD или Blu-ray				

D. Покупка для себя с цифровым скачиванием к компьютеру, планшет, телефон, телевизор с интернет-подключением или другое устройство из легального источника, например, iTunes				
E. Платное цифровое скачивание / потоковый прием в порядке проката к компьютеру, планшет, телефон, телевизор с интернет-подключением или другое устройство из легального источника, например, iTunes [недоступно на большинстве территорий]				
F. Цифровой прокат на Вашем телевизоре или ином устройстве, организованный Вашим провайдером услуг телевещания [недоступен на большинстве территорий]				
G. Бесплатное скачивание к компьютеру из источника в Интернете				
H. Скачивание / обмен файлами с другом (обмен по Интернету, на флеш-накопителях, на DVD и т. д.)				
I. Абонентский сервис, по условиям которого Вы платите за ежемесячную подписку, обеспечивающую вам доступ к библиотеке фильмов и телесериалов				
J. Просмотр фильмов через лицензионный сервис просмотра новинок кино, включая просмотр фильмов на компьютере, планшете, телефоне, по телевизору с интернет-подключением или на другом устройстве или через декодер Вашего провайдера услуг телевещания				
K. Бесплатный просмотр нелицензионных копий в Интернете на вебсайте потокового вещания				
L. Просмотр в рамках дополнительной подписки Вашего провайдера услуг телевещания [указать, если это доступно на вашей территории и привести местный пример] или просмотр при помощи декодера в виде бесплатной опции Вашей подписки на услуги телевещания				
M. Просмотр в рамках обычной телевизионной трансляции				
N. Использование дисков DVD/Blu-ray, которые Вы берете на время у друга или члена семьи				
O. Просмотр фильмов, скопированных с дисков DVD/ Blu-ray, данных Вам на время у друга или члена семьи				
P. Покупка подержанных дисков DVD, Blu-ray или кассет VHS				
Q. Какой-либо иной способ (Просьба указать здесь _____)				
R. Ничего из перечисленного / Никогда не покупал и не приобретал телесериалы				

ЕСЛИ ИЗ ОТВЕТА НА ВОПРОС В5 СЛЕДУЕТ, ЧТО РЕСПОНДЕНТ НИКОГДА НЕ ПОКУПАЕТ И НЕ СМОТРИТ ТЕЛЕСЕРИАЛЫ, ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ В38 (Следующий раздел)

[Следующий вопрос не является обязательным. Его следует включать только в том случае, если опрос проводится изолированно, а не в рамках мониторингового исследования]

ЗАДАЙТЕ ВОПРОСЫ О КАЖДОМ ИЗ СПОСОБОВ, ИСПОЛЬЗОВАВШИХСЯ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС B29b

B30 Имея в виду способы, которыми Вы сегодня покупаете, приобретаете или смотрите телесериалы, могли бы Вы сказать в отношении каждого из способов приобретения телесериалов, упомянутых Вами в предыдущем вопросе, используете ли Вы его больше, меньше или примерно в том же объеме, что и 12 месяцев назад?

ОДИН ОТВЕТ НА КАЖДЫЙ ИСПОЛЬЗУЕМЫЙ СПОСОБ

ПОРЯДОК ВОПРОСОВ ДОЛЖЕН БЫТЬ ТЕМ ЖЕ, ЧТО И В В29	Меньше, чем 12 месяцев назад	Примерно так же, как 12 месяцев назад	Больше, чем 12 месяцев назад
A. Покупка на лицензионных дисках DVD или Blu-ray в магазине или через Интернет			
B. Прокат на лицензионных дисках DVD или Blu-ray в магазине или онлайновом прокатном сервисе			
C. Покупка нелицензионных / копированных дисков DVD или Blu-ray			
D. Покупка для себя с цифровым скачиванием к компьютеру, планшет, телефон, телевизор с интернет-подключением или другое устройство из легального источника, например, iTunes			
E. Платное цифровое скачивание / потоковый прием в порядке проката к компьютеру, планшет, телефон, телевизор с интернет-подключением или другое устройство из легального источника, например, iTunes [недоступно на большинстве территорий]			
F. Цифровой прокат на Вашем телевизоре или ином устройстве, организованный Вашим провайдером услуг телевещания [недоступен на большинстве территорий]			
G. Бесплатное скачивание к компьютеру из источника в Интернете			
H. Скачивание / обмен файлами с другом (обмен по Интернету, на флеш-накопителях, на DVD и т. д.)			
I. Абонентский сервис, по условиям которого Вы платите за ежемесячную подписку, обеспечивающую вам доступ к библиотеке фильмов и телесериалов			
J. Просмотр фильмов через лицензионный сервис просмотра новинок кино, включая просмотр фильмов на компьютере, планшете, телефоне, по телевизору с интернет-подключением или на другом устройстве или через декодер Вашего провайдера услуг телевещания			
K. Бесплатный просмотр нелицензионных копий в Интернете на вебсайте потокового вещания			
L. Просмотр в рамках дополнительной подписки Вашего провайдера услуг телевещания [указать, если это доступно на вашей территории и привести местный пример] или просмотр при помощи декодера в виде бесплатной опции Вашей подписки на услуги телевещания			
M. Просмотр в рамках обычной телевизионной трансляции			

N. Использование дисков DVD/Blu-ray, которые Вы берете на время у друга или члена семьи			
O. Просмотр фильмов, скопированных с дисков DVD/ Blu-ray, данных Вам на время у друга или члена семьи			
P. Покупка подержанных дисков DVD, Blu-ray или кассет VHS			
Q. Какой-либо иной способ (Просьба указать здесь _____)			

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «С», «Г», «Н», «К» ИЛИ «О» НА ВОПРОС В29б ВЫШЕ

В31а Вы сказали, что в последние 12 месяцев Вы иногда приобретали нелицензионные копии телесериалов. Могли бы Вы указать все причины, по которым Вы приобретаете телесериалы таким образом?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «С», «Г», «Н», «К» ИЛИ «О» НА ВОПРОС В29б ВЫШЕ

В31б Какая **ОДНА** из этих причин наиболее важна для Вас?

ОДИН ОТВЕТ

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ ПРИЧИНЫ В ПОРЯДКЕ РОТАЦИИ / СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ	B32a Все причины	B32b Самая важная причина
Время: Получение телесериалов до их официального выхода в данной стране		
Время: это означает, что мне не приходится ждать начала официальной продажи в торговой сети		
Доступность – Я могу смотреть конкретные телесериалы, которые уже не идут по телевидению		
Доступность – Я могу смотреть конкретные телесериалы, которые имеются только на каналах, которых лично у меня нет		
Просмотр пропущенного – Я могу смотреть конкретные телесериалы/серии, которые я пропустил		
Экономия: Получение телесериалов бесплатно / по более низкой цене по сравнению с лицензионными копиями		
Совместимость: если я покупаю лицензионные копии, я вынужден покупать много лицензионных копий для воспроизведения на всех моих устройствах		
Удобство: Получение телесериалов в любой момент, когда хочу		
Удобство: Это проще, чем покупать лицензионные копии в магазине или Интернете		
Я считаю, что лицензионные копии телесериалов стоят слишком дорого, чтобы их покупать		
С нелицензионными цифровыми копиями телесериалов легче работать и их легче сохранять, чем лицензионные		

Поскольку у меня недостаточно денег для покупки лицензионных копий		
Потому что так делают все мои знакомые		
Какая-то иная причина (Просьба указать здесь)		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТ «С» НА ВОПРОС В29б ВЫШЕ (ПОКУПКА НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ НА ДИСКАХ DVD/BLU-RAY)

В32 Вы сказали, что купили по крайней мере одну нелицензионную копию на диске DVD/Blu-ray в последние 12 месяцев. Можете ли Вы указать все типы мест, в которых Вы покупали телесериалы таким образом в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЗАДАЙТЕ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС ПРО КАЖДОЕ ИЗ МЕСТ, УПОМЯНУТЫХ В ВОПРОСЕ В32

В33 Случалось ли Вам в последние 12 месяцев покупать таким образом какой-либо телесериал, предполагая, что Вы покупаете лицензионную копию, и обнаружить по возвращении домой или после ее доставки, что на самом деле это нелицензионная копия?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

	Места покупки в последние 12 месяцев	Купил, предполагая, что покупаю лицензионную копию
Розничный магазин		
Рыночный прилавок, включая продажу с машин		
Уличный продавец или продавец, обходящий офисы или квартиры/дома		
Друг или коллега		
Интернет-магазин		
Сайт Интернет-аукциона		
Какое-то иное место (Просьба указать здесь)		
Ничего из перечисленного		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТ «С» НА ВОПРОС В29б ВЫШЕ (ПОКУПКА НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ НА ДИСКАХ DVD/BLU-RAY)

В34 Когда Вы обычно покупаете нелицензионные копии дисков DVD/Blu-ray с телесериалами?

ОДИН ОТВЕТ

До их трансляции по любым телевизионным каналам в данной стране□

До их трансляции по любым телевизионным каналам с платной подпиской
в данной стране□

Пока их передают по телевизионным каналам с платной подпиской
в данной стране□

Пока их передают по бесплатным телевизионным каналам в данной стране□
 После того, как они были переданы по крайней мере по одному каналу
 в данной стране, но до их выпуска на дисках DVD, Blu-ray или для
 лицензионного скачивания□
 После того, как они были выпущены на дисках DVD, Blu-ray или
 для лицензионного скачивания□
 Я делаю это только в отношении телесериалов, не выпускаемых в данной стране ..□
 Мне обычно неизвестно, был ли сериал передан или выпущен на DVD и т. д.
 Я просто приобретаю сериалы, когда нахожу их на нелицензионных
 дисках DVD/Blu-ray□

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТ «Г» ИЛИ «К» НА ВОПРОС В29б ВЫШЕ (СКАЧИВАНИЕ ИЛИ ПОТОКОВЫЙ ПРОСМОТР НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ)

В35 Когда Вы скачиваете или смотрите в потоковом режиме нелицензионные версии телесериалов?

ОДИН ОТВЕТ

До их трансляции по любым телевизионным каналам в данной стране□
 До их трансляции по любым телевизионным каналам с платной подпиской
 в данной стране□
 Пока их передают по телевизионным каналам с платной подпиской
 в данной стране□
 Пока их передают по бесплатным телевизионным каналам в данной стране□
 После того, как они были переданы по крайней мере по одному каналу
 в данной стране, но до их выпуска на дисках DVD, Blu-ray или для
 лицензионного скачивания□
 После того, как они были выпущены на дисках DVD, Blu-ray или
 для лицензионного скачивания□
 Я делаю это только в отношении телесериалов, не выпускаемых в данной стране ..□
 Мне обычно неизвестно, был ли сериал передан или выпущен на DVD и т. д.
 Я просто приобретаю сериалы, когда нахожу их на нелицензионных
 дисках DVD/Blu-ray□

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «С», «Г», «Н» ИЛИ «К» НА ВОПРОС В29б ВЫШЕ (ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИЛИ ПОКУПКА НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ ТЕЛЕСЕРИАЛОВ)

В36 Вы сказали, что иногда приобретаете нелицензионные копии телесериалов.
 Каково Ваше мнение о качестве нелицензионных копий, которые Вы приобретали таким образом?

ОДИН ОТВЕТ

Их качество....	Нелицензионные копии телесериалов
Намного хуже качества лицензионных копий	
Немного хуже качества лицензионных копий	
Примерно соответствует качеству лицензионных копий	
Немного лучше качества лицензионных копий	

Намного лучше качества лицензионных копий	
-------------------------------------------	--

Раздел «Факторы, способные побудить нарушителей изменить свое поведение»

Если для категории «Телесериалы» предполагается использовать вопрос о факторах, способных побудить нарушителей изменить свое поведение, его следует вставить в этом месте (см. типовой вопрос ниже в данной анкете (B48))

ВОПРОС ВСЕМ

B37a Насколько Вы уверены, что можете определить, использует ли конкретный онлайновый сервис или вебсайт, на котором предлагаются телесериалы для скачивания, распространения или потокового просмотра, лицензионные или нелицензионные копии?

ОДИН ОТВЕТ

ВОПРОС ВСЕМ

B37b Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли телесериалы, предлагаемые для продажи на дисках DVD или Blu-ray в магазине или на рыночном прилавке, лицензионными или нелицензионными копиями?

ОДИН ОТВЕТ

ВОПРОС ВСЕМ

B37c Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли телесериалы, предлагаемые для продажи на дисках DVD или Blu-ray через сайт Интернет-аукциона, лицензионными или нелицензионными копиями?

ОДИН ОТВЕТ

	B37a Скачивание / потоковая загрузка через Интернет	B37b Покупка на дисках DVD/Blu-ray в магазине / на рыночном прилавке	B37c Покупка на дисках DVD/Blu-ray через Интернет-аукцион
Вполне уверен			
Более или менее уверен			
Не очень уверен			
Отнюдь не уверен			
Не знаю			

РАЗДЕЛ «ЭЛЕКТРОННЫЕ КНИГИ»

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Сейчас мы покажем Вам перечень различных способов, которыми в наше время можно покупать и приобретать книги. Просим учитывать, что речь идет о книгах, которые читают для удовольствия, а не об учебниках, справочной или любой иной литературе» [В случае проведения телефонного интервью замените слова «покажем Вам» словом «зачитаем»]

ВОПРОС ВСЕМ

B38a Скажите, пожалуйста, о каких из перечисленных способов покупки и приобретения книг Вы лично слышали до сегодняшнего дня?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

**ЕСЛИ ИЗ ОТВЕТА НА ВОПРОС B5 СЛЕДУЕТ, ЧТО РЕСПОНДЕНТ НИКОГДА НЕ ПОКУПАЕТ КНИГИ,
ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ B38d**

**СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ ИЗВЕСТНЫХ РЕСПОНДЕНТУ СПОСОБОВ,
ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ В ОТВЕТЕ НА ВОПРОС B38a**

B38b Какие из них Вы лично использовали для покупки или приобретения книг в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

**СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ СПОСОБОВ, КОТОРЫЕ ИСПОЛЬЗОВАЛИСЬ В
ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС B38b**

B38c Какой **один** из этих способов Вы чаще всего используете сегодня для приобретения книг, которые Вы читаете (учитывая способ, каким Вы читаете книги чаще всего)?

ОДИН ОТВЕТ

**СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ СПОСОБОВ, О КОТОРЫХ РЕСПОНДЕНТ СЛЫШАЛ
СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС B38a, НО НЕ ИСПОЛЬЗОВАЛ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ С
УЧЕТОМ ОТВЕТА НА ВОПРОС B38b**

B38d Есть ли среди способов, которыми Вы не пользуетесь сейчас, какие-то способы, которыми Вы пользовались 2-3 года назад, но не пользуетесь в настоящее время?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

Книги ПОЗИЦИИ ДОЛЖНЫ ПРЕДЪЯВЛЯТЬСЯ В СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ / ЧЕРЕДОВАТЬСЯ, ИСКЛЮЧАЯ ПОЗИЦИИ «N» И «O», КОТОРЫЕ ДОЛЖНЫ ВСЕГДА ПРЕДЪЯВЛЯТЬСЯ ПОСЛЕДНИМИ	B38a Слы- шал	B38b Исполь- зую сейчас	B38c Исполь- зую чаще всего	B38d Исполь- зовал раньше
A. Покупка лицензионных экземпляров книг в твердом или мягком переплете				
B. Покупка нелицензионных экземпляров книг в твердом или мягком переплете				
C. Взятие книг в твердом или мягком переплете на время у друга или их получение по абонементу в библиотеке				
D. Покупка лицензионных копий аудиокниг на CD или флеш-накопителях				
E. Покупка нелицензионных копий аудиокниг на CD или флеш-накопителях				
F. Покупка электронных книг для себя с цифровым скачиванием из легального источника				
G. Покупка нелицензионных версий электронных книг для себя с цифровым скачиванием из легального источника				

H. Бесплатное скачивание нелицензионных копий электронных книг из источника в Интернете				
I. Скачивание/копирование файлов электронных книг у друга				
J. Бесплатное скачивание сканированных копий книг из источника в Интернете				
K. Потоковая загрузка / просмотр онлайновых версий электронных книг из источника в Интернете				
L. Абонентский сервис с помесячной оплатой и возможностью временного пользования книгами				
M. Покупка подержанных книг				
N. Какой-либо иной способ (Просьба указать здесь _____)				
O. Ничего из перечисленного / Никогда не покупал и не приобретал книги				

**ЕСЛИ ИЗ ОТВЕТА НА ВОПРОС В5 СЛЕДУЕТ, ЧТО РЕСПОНДЕНТ НИКОГДА НЕ ПОКУПАЕТ КНИГИ,
ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ В47 (Следующий раздел)**

[Следующий вопрос не является обязательным. Его следует включать только в том случае, если опрос проводится изолированно, а не в рамках мониторингового исследования]

ЗАДАЙТЕ ВОПРОСЫ О КАЖДОМ ИЗ СПОСОБОВ, ИСПОЛЬЗОВАВШИХСЯ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В38б

B39 Имея в виду способы, которыми Вы сегодня покупаете или приобретаете книги, могли бы Вы сказать в отношении каждого из способов приобретения, упомянутых Вами в предыдущем вопросе, используете ли Вы его больше, меньше или примерно в том же объеме, что и 12 месяцев назад?

ОДИН ОТВЕТ НА КАЖДЫЙ ИСПОЛЬЗУЕМЫЙ СПОСОБ

ПОРЯДОК ВОПРОСОВ ДОЛЖЕН БЫТЬ ТЕМ ЖЕ, ЧТО И В В38	Меньше, чем 12 месяцев назад	Примерно так же, как 12 месяцев назад	Больше, чем 12 месяцев назад
A. Покупка лицензионных экземпляров книг в твердом или мягком переплете	<input type="checkbox"/>		
B. Покупка нелицензионных экземпляров книг в твердом или мягком переплете			
C. Взятие книг в твердом или мягком переплете на время у друга или их получение по абонементу в библиотеке			
D. Покупка лицензионных копий аудиокниг на CD или флеш-накопителях			
E. Покупка нелицензионных копий аудиокниг на CD или флеш-накопителях			
F. Покупка электронных книг для себя с цифровым скачиванием из легального источника			
G. Покупка нелицензионных версий электронных книг для себя с цифровым скачиванием из легального источника			
H. Бесплатное скачивание нелицензионных копий электронных книг из источника в Интернете			
I. Скачивание/копирование файлов электронных книг у друга			
J. Бесплатное скачивание сканированных копий книг из источника в Интернете			
K. Потоковая загрузка / просмотр онлайновых версий электронных книг из источника в Интернете			
L. Абонентский сервис с помесечной оплатой и возможностью временного пользования книгами			
M. Покупка подержанных книг			
N. Какой-либо иной способ (Просьба указать здесь _____)			

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «В», «Е», «Г», «Н», «І», «Ј» ИЛИ «К» НА ВОПРОС В38б ВЫШЕ

B40a Вы сказали, что в последние 12 месяцев Вы иногда приобретали нелицензионные экземпляры книг.

Могли бы Вы указать все причины, по которым Вы приобретаете книги таким образом?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «В», «Е», «Г», «Н», «І», «Ј» ИЛИ «К» НА ВОПРОС В38б ВЫШЕ

B40b Какая **ОДНА** из этих причин наиболее важна для Вас?

ОДИН ОТВЕТ

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ ПРИЧИНЫ В ПОРЯДКЕ РОТАЦИИ/ СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ	B41a Все причины	B41b Самая важная причина
Время: Получение книг до их официальной публикации в данной стране		
Экономия: Получение книги бесплатно / по более низкой цене по сравнению с лицензионными копиями		
Удобство: Получение книг в любой момент, когда хочу		
Я считаю, что лицензионные книги стоят слишком дорого, чтобы их покупать		
Простота использования: с нелицензионными электронными книгами легче работать и их легче сохранять, чем лицензионные		
Поскольку у меня недостаточно денег для покупки лицензионных книг или электронных книг		
Удобство: это проще, чем покупать лицензионные электронные книги в магазине или Интернете		
Потому что так делают все мои знакомые		
Какая-то иная причина (Просьба указать здесь _____)		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТ «В» или «Е» НА ВОПРОС В38б ВЫШЕ (ПОКУПКА НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ ЭКЗЕМПЛЯРОВ КНИГ В ТВЕРДОМ ИЛИ МЯГКОМ ПЕРЕПЛЕТЕ ИЛИ АУДИОКНИГ)

B41 Вы сказали, что купили по крайней мере один нелицензионный экземпляр книги или аудиокниги в последние 12 месяцев. Можете ли Вы указать все типы мест, в которых Вы покупали книги таким образом в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЗАДАЙТЕ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС ПРО КАЖДОЕ ИЗ МЕСТ, УПОМЯНУТЫХ В ВОПРОСЕ В41

B42 Случалось ли Вам в последние 12 месяцев покупать таким образом какую-либо книгу, предполагая, что Вы покупаете лицензионный экземпляр, и обнаружить по возвращении домой или после ее доставки, что на самом деле это нелицензионный экземпляр?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

	Места покупки в последние 12 месяцев	Купил, предполагая, что покупаю лицензионную копию
Розничный магазин		
Рыночный прилавок, включая продажу с машин		
Уличный продавец или продавец, обходящий офисы или квартиры/дома		
Друг или коллега		
Интернет-магазин		
Сайт Интернет-аукциона		

Какое-то иное место (Просьба указать здесь _____)		
Ничего из перечисленного		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТ «G» НА ВОПРОС В38Ь ВЫШЕ (ПОКУПКА НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ ЭЛЕКТРОННЫХ КНИГ НА CD ИЛИ ФЛЕШ-НАКОПИТЕЛЯХ)

B43 Вы сказали, что купили по крайней мере одну нелицензионную копию книги или аудиокниги на CD или в виде файлов mp3 на флеш-накопителе в последние 12 месяцев. Можете ли Вы указать все типы мест, в которых Вы покупали книги таким образом в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЗАДАЙТЕ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС ПРО КАЖДОЕ ИЗ МЕСТ, УПОМЯНУТЫХ В ВОПРОСЕ В43

B44 Случалось ли Вам в последние 12 месяцев покупать таким образом какую-либо электронную книгу, предполагая, что Вы покупаете лицензионную копию, и обнаружить по возвращении домой или после ее доставки, что на самом деле это нелицензионная копия?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

	Места покупки в последние 12 месяцев	Купил, предполагая, что покупаю лицензионную копию
Розничный магазин		
Рыночный прилавок, включая продажу с машин		
Уличный продавец или продавец, обходящий офисы или квартиры/дома		
Друг или коллега		
Интернет-магазин		
Сайт Интернет-аукциона		
Какое-то иное место (Просьба указать здесь _____)		
Ничего из перечисленного		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «B», «E», «G», «H», «I», «J» ИЛИ «K» НА ВОПРОС В38Ь ВЫШЕ (ПОКУПКА / ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ КНИГ, АУДИОКНИГ ИЛИ ЭЛЕКТРОННЫХ КНИГ)

B45 Вы сказали, что иногда приобретаете нелицензионные копии книг, аудиокниг или электронных книг.

Каково Ваше мнение о качестве нелицензионных копий, которые Вы приобретали таким образом?

ОДИН ОТВЕТ

Их качество....	Нелицензион- ные экземпляры книг	Нелицензион- ные копии аудиокниг	Нелицензион- ные копии электронных книг
Намного хуже качества лицензионных копий			
Немного хуже качества лицензионных копий			
Примерно соответствует качеству лицензионных копий			
Немного лучше качества лицензионных копий			
Намного лучше качества лицензионных копий			

Раздел «Факторы, способные побудить нарушителей изменить свое поведение»

Если для категории «Электронные книги» предполагается использовать вопрос о факторах, способных побудить нарушителей изменить свое поведение, его следует вставить в этом месте (см. типовой вопрос ниже в данной анкете (В45 на стр. 116))

ВОПРОС ВСЕМ

В46а Насколько Вы уверены, что можете определить, использует ли конкретный онлайновый сервис или вебсайт, на котором предлагаются электронные книги для скачивания или распространения, лицензионные или нелицензионные копии?

ОДИН ОТВЕТ

ВОПРОС ВСЕМ

В46б Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли электронные книги, предлагаемые для продажи сайты Интернет-аукционов, лицензионными или нелицензионными копиями?

ОДИН ОТВЕТ

ВОПРОС ВСЕМ

В46с Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли книги книги в твердом или мягком переплете, предлагаемые для продажи в магазине или на рыночном прилавке, лицензионными или нелицензионными экземплярами?

ОДИН ОТВЕТ

ВОПРОС ВСЕМ

В47d Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли книги книги в твердом или мягком переплете, предлагаемые для продажи через сайты Интернет-аукционов, лицензионными или нелицензионными экземплярами?

ОДИН ОТВЕТ

	B46a Скачивание электронных книг / обмен электронными книгами через Интернет	B46b Покупка электронных книг через Интернет- аукционы	B46c Покупка книг в мягком или твердом переплете в магазине / на рыночном прилавке	B46d Покупка книг в мягком или твердом переплете через Интернет- аукционы
Вполне уверен				
Более или менее уверен				
Не очень уверен				
Отнюдь не уверен				
Не знаю				

Раздел «Отношение к пиратству»

ВОПРОС ВСЕМ

В47 Сейчас я предъявлю Вам ряд утверждений разных людей, касающихся покупки, приобретения, прослушивания, просмотра или проигрывания нелицензионных копий цифровых товаров, таких как музыка, электронные книги, видеоигры, фильмы и телесериалы. Просим Вас сказать, согласны ли Вы лично с каждым из этих утверждений. Пользуясь шкалой от 1 до 10, отметьте 10, если Вы совершенно согласны. Отметьте 1, если Вы решительно не согласны. Пользуясь этой шкалой, покажите нам степень Вашего согласия или несогласия с каждым утверждением.

ОДИН ОТВЕТ ДЛЯ КАЖДОГО УТВЕРЖДЕНИЯ

ПРИВОДИТЕ УТВЕРЖДЕНИЯ В ПОРЯДКЕ РОТАЦИИ / В СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ	Решитель-но не согласен 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Совершенно согласен 10	Не знаю / не имею опыта
музыкальных записей, фильмов, телесериалов и видеоигры, обычно связаны с криминальными группами											
После недавно просмотренных материалов о распространении нелицензионных копий я потерял желание ими пользоваться											

ВСЕГДА ПРИВОДИТЕ ОЦЕНКИ, КАСАЮЩИЕСЯ КОНКРЕТНЫХ ОТРАСЛЕЙ, В КОНЦЕ	Решитель-но не согласен 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Совершенно согласен 10	Не знаю / не имею опыта
Я считаю неправильным создание нелицензионных копий музыкальных записей											
Создание нелицензионных копий музыкальных записей имеет серьезные негативные последствия для индустрии звукозаписи											
Я считаю, что, покупая лицензионную копию музыкальной записи , я поддерживаю деятеля искусства											
Я считаю неправильным создание нелицензионных копий videogр											
Создание нелицензионных копий видеогр имеет серьезные негативные последствия для индустрии видеогр											
Я считаю неправильным создание нелицензионных копий фильмов											
Киноиндустрия получает слишком большие доходы											
Я считаю неправильным создание нелицензионных копий телесериалов											
Телевизионная индустрия получает слишком большие доходы											
Есть так много легальных способов смотреть тесериалы , что в использовании нелицензионных копий нет необходимости											
Я считаю неправильным создание нелицензионных копий электронных книг											
Создание нелицензионных копий электронных книг имеет серьезные негативные последствия для издательской отрасли											
Я считаю, что, покупая лицензионную версию книги / лицензионную копию электронной книги, я поддерживаю автора											
Есть так много способов брать лицензионные копии книг и электронных книг у других людей или в библиотеках, что в использовании нелицензионных копий нет необходимости											

Модуль «Компьютерные программы»

Если в анкету предполагается включить модуль «Компьютерные программы», его необходимо поместить здесь (см. отдельный документ)

Раздел «Факторы, способные побудить нарушителей изменить свое поведение»

Данный вопрос может быть задан либо любому лицу, допускающему любые действия, нарушающие права других лиц, в отношении всех категорий товаров, или по поводу конкретных категорий товаров. Если он должен задаваться в отношении конкретных категорий товаров, его необходимо помещать в разделы, посвященные соответствующим категориям, сразу после вопроса о сравнении качестве нелицензионных и оригинальных товаров, с небольшим изменением текста, показывающим, что вопрос касается только действий в отношении товаров данной категории. Если он задается в отношении каждой категории, очень важно вставить перед ним указание о том, что он должен задаваться только лицам, допускающим незаконные действия в отношении товаров этой категории.

Тем не менее, во избежание ненужных повторений и неоправданного затягивания интервью рекомендуется оставить только приведенный ниже общий вопрос.

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ИСПОЛЬЗУЕТ НЕЛИЦЕНЗИОННЫЕ КОПИИ КОНТЕНТА В ИНТЕРНЕТЕ ПУТЕМ ПОТОКОВОГО ПРИЕМА ИЛИ СКАЧИВАНИЯ

ВОПРОС ЗАДАЁТСЯ, ЕСЛИ РЕСПОНДЕНТ ДАЕТ ЛЮБЫЕ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ ОТВЕТОВ:

ОТВЕТЫ «С», «Е», «F» ИЛИ «J» НА ВОПРОС B6b (НЕЛИЦЕНЗИОННЫЕ КОПИИ МУЗЫКАЛЬНЫХ ЗАПИСЕЙ)

ОТВЕТЫ «С», «D» ИЛИ «E» НА ВОПРОС B13b (НЕЛИЦЕНЗИОННЫЕ КОПИИ ВИДЕОИГР)

ОТВЕТЫ «С», «G», «H», «K» ИЛИ «O» НА ВОПРОС B20b (НЕЛИЦЕНЗИОННЫЕ КОПИИ ФИЛЬМОВ)

ОТВЕТЫ «С», «G», «H», «K» ИЛИ «O» НА ВОПРОС B29b (НЕЛИЦЕНЗИОННЫЕ КОПИИ ТЕЛЕСЕРИАЛОВ)

ОТВЕТ «B», «E», «G», «H», «I», «J» ИЛИ «K» НА ВОПРОС B38b (НЕЛИЦЕНЗИОННЫЕ КОПИИ ЭЛЕКТРОННЫХ КНИГ)

B48 Вы сказали, что иногда пользуетесь нелицензионными копиями музыкальных записей / видеогр / фильмов / телесериалов / электронных книг [удалить лишнее].

Что побудило бы Вас перестать скачивать или использовать нелицензионные копии контента в Интернете?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

МЕНЯЙТЕ ПОРЯДОК ПРЕДЪЯВЛЕНИЯ ВОПРОСОВ ПУТЕМ ИХ РОТАЦИИ (КРОМЕ ПОСЛЕДНИХ ТРЕХ ПОЗИЦИЙ, КОТОРЫЕ ВСЕГДА ДОЛЖНЫ БЫТЬ В КОНЦЕ)

Если бы лицензионные сервисы были дешевле□

Если бы лицензионные сервисы были удобнее□

Если бы лицензионные сервисы обеспечивали более широкий спектр продуктов□

Если бы все, что я хочу получить, можно было бы получить через лицензионные сервисы, как только оно выпускается.....□

Если бы я считал, что меня могут привлечь к ответственности.....□

Если бы я считал, что моих действия могут быть обнаружены□

Если бы это перестали делать все остальные□

- Если бы мой Интернет-провайдер направил мне письмо о том, что мой аккаунт использовался для скачивания или использования нелицензионных копий□
- Если бы мой Интернет-провайдер направил мне письмо о том, что он снизит скорость моего доступа к Интернету□
- Если бы мой Интернет-провайдер направил мне письмо о том, что он приостановит мой доступ в Интернет□
- Если бы мои друзья или члены семьи были уличены в использовании или скачивании нелицензионных копий□
- Если бы в СМИ появились публикации о преследовании людей за использование или скачивание нелицензионных копий□
- Если бы было ясно, что является лицензионным, а что – нет□
- Если бы я обладал более надежной информацией о том, как узнать, является ли контент лицензионным□
- Я не допускаю / не стал бы допускать сознательного использования или скачивания нелицензионных копий□
- Какая-то иная причина (Просьба указать здесь _____)□
- Ничто не заставит меня перестать использовать или скачивать нелицензионные копии ...□

ВОПРОС ВСЕМ

B49 Имея в виду Интернет-сервисы, позволяющие скачивать или воспроизводить в потоковом режиме музыку, фильмы, телесериалы, видеоигры или электронные книги, какие меры могли бы принять такие сервисы, чтобы убедить Вас, что их контент является лицензионным?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЧЕРЕДУЙТЕ ПОРЯДОК ПРЕДЪЯВЛЕНИЯ ХАРАКТЕРИСТИК

- Оказание сервиса признанной / известной компанией□
- Наличие системы государственного подтверждения / аккредитации□
- Наличие отраслевого стандарта / символа, подтверждающего легальность сервиса□
- Обеспечение сайтом защитных мер (платежи, сертификаты, условия, охрана при помощи паролей и т. д.)□
- Наличие на сайте четкого заявления в том смысле, что предлагаемый контент является лицензионным□
- Наличие сайта/организации, ведущих перечень сайтов, имеющих право на распространение соответствующего контента, с которым я мог бы свериться□
- Подтверждение легальности сервиса со стороны индустрии звукозаписи/ производителей видео /игр /издательской отрасли
- Подтверждение легальности сервиса со стороны деятелей искусства / актеров / авторов □

ВОПРОС ВСЕМ

B50 Какие еще характеристики сайта или Интернет-сервиса позволяют Вам понять, предлагает ли он лицензионный или нелицензионный контент / товары?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЧЕРЕДУЙТЕ ПОРЯДОК ПРЕДЪЯВЛЕНИЯ ХАРАКТЕРИСТИК

- Если за предлагаемый контент нужно платить.....□
- Цена продаваемых товаров и услуг□

- Если моя программа антивирусной и сетевой безопасности дает мне возможность войти на сайт, не выдавая предупреждений, я уверен, что контент является лицензионным
- Если на сайте нет агрессивной рекламы, всплывающих окон и т. д.
- Поскольку он существует: его существования не допустили бы, если бы распространяемый им контент не был лицензионным.....
- Человек просто понимает, когда контент является лицензионным, руководствуясь здравым смыслом.....
- Сведения о соответствующей компании, которые я смог получить.....
- Я полагаюсь на мнение других / мольву /обзоры и рецензии
- Качество или профессионализм вебсайта
- Анализ и обзоры потребителями товаров, предлагаемых к продаже
- Никакие/Не знаю
- [Эти две строки всегда показываются последними]
- Мне не важно, подлинные они или нет
- [Эти две строки всегда показываются последними]

Раздел «Эффективность медийной кампании, направленной против контрафакции / пиратства»

При необходимости в этом месте анкеты можно добавить вопросы раздела «Оценка эффективности медийной кампании» (см. отдельный документ)

ВОПРОС ВСЕМ

B51a О каких из перечисленных провайдеров услуг телевещания Вы слышали до сегодняшнего дня?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ СЕРВИСОВ, О КОТОРЫХ РЕСПОНДЕНТУ ИЗВЕСТНО СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС B51a

B51b К каким из этих провайдеров услуг телевещания Вы в настоящее время имеете доступ у себя дома?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ СЕРВИСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС B51b

B51c Услугами какого **ОДНОГО** из этих провайдеров Вы пользуетесь в качестве основного, используемого чаще всего?

ОДИН ОТВЕТ

	Компании, о которых респондент слышал B52a	Компании, услугами которых он пользуется в настоящее время B52b	Компании, услугами которых он пользуется чаще всего B52c
Бесплатное телевещание (через антенну)			
Бесплатное спутниковое вещание			
Платное спутниковое вещание (подписка с ежемесячной оплатой)			
Платное спутниковое вещание (использование нелицензионной абонентской карты)			
Кабельное телевидение (подписка с ежемесячной оплатой)			
Кабельное телевидение (использование нелицензионной абонентской карты)			
Провайдера услуг телевещания не имею			

Добавьте завершающие вопросы демографического характера

В конце опроса принято задавать дополнительные вопросы демографического или классифицирующего характера. Примеры таких вопросов даны в отдельном документе.

Поблагодарите респондента за его участие и завершите интервью

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Спасибо Вам за Ваше время и участие. На этом наше интервью окончено»

ТИПОВАЯ АНКЕТА «КНИГИ И СТАТЬИ»

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Здравствуйте. Благодарим Вас за согласие участвовать в этом опросе. Я из [вставить наименование организации], и мы хотели бы задать Вам несколько вопросов по поводу приобретения и использования книг и статей, включая книги, которые Вы возможно, читаете для удовольствия, и статьи, которые Вы, возможно, используете для научной или исследовательской работы.

Хотим заверить Вас в том, что это настоящее рыночное исследование и что мы гарантируем полную конфиденциальность Ваших ответов. [Добавить соответствующее заявление о том, что ваша организация соблюдает в своей работе требования национальной ассоциации исследований рынка]»

ВОПРОС ВСЕМ

B1a Сообщите, пожалуйста, Ваш возраст

ЗАДАТЬ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС, ЕСЛИ РЕСПОНДЕНТ ОТКАЗЫВАЕТСЯ НАЗВАТЬ СВОЙ ТОЧНЫЙ ВОЗРАСТ ПРИ ОТВЕТЕ НА ВОПРОС B1a

B1b Скажите, пожалуйста, какой из этих групп соответствует Ваш возраст:

ОДИН ОТВЕТ

Пример А	Пример В	Пример С
13 или ниже [БЛИЗКО]	13 или ниже [БЛИЗКО]	13 или ниже [БЛИЗКО]
14-17	14-17	14-17
18-24	18-24	18-20
25-29	25-29	21-25
30-34	30-39	26-30
35-39	40-49	31-35
40-44	50-59	36-45
45-49	60-69	46-54
50-54	70+	55+
55-59		
60-64		
65+		

ВОПРОС ВСЕМ

B2 Вы ...

ОДИН ОТВЕТ

[Примечание: В случае личного интервью интервьюер заполняет эту часть на основе собственного наблюдения]

Мужчина.....

Женщина

Предпочитаю не отвечать

ВОПРОС ВСЕМ

В3 Каков Ваш текущий уровень занятости?

ОДИН ОТВЕТ

- Полная занятость (35 и более часов в неделю)
- Частичная занятость
- Работа на дому / домохозяйка
- Учащийся
- Пенсионер
- Не работаю

ВОПРОС ВСЕМ

В4 В каком из перечисленных ниже регионов Вы живете?

ОДИН ОТВЕТ

- Регион 1
- Регион 2
- Регион 3
- Регион 4
- Регион 5
- Регион 6
- Регион 7
- Регион 8
- Регион 9

КВОТНАЯ ПРОВЕРКА

ПРОВЕРЬТЕ СООТВЕТСТВИЕ РЕСПОНДЕНТА КВОТНЫМ КРИТЕРИЯМ ОТБОРА.

ЕСЛИ ОН НЕ СООТВЕТСТВУЕТ КВОТНЫМ КРИТЕРИЯМ ОТБОРА, ПОБЛАГОДАРИТЕ ЕГО ЗА УДЕЛЕННОЕ ИМ ВРЕМЯ И ЗАВЕРШИТЕ ИНТЕРВЬЮ.

ЕСЛИ РЕСПОНДЕНТ СООТВЕТСТВУЕТ КРИТЕРИЯМ, ПЕРЕЙДИТЕ К ОСНОВНОЙ ЧАСТИ АНКЕТЫ.

Основной опрос: используемые категории товаров

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Данный опрос касается книг, включая книги, которые Вы, возможно, читаете для удовольствия, книги, которые Вы, возможно, используете для научной работы или исследований, и научных статей, включая как бумажные книги в твердом или мягком переплете, так и аудиокниги, онлайновые книги или цифровые издания, которые Вы возможно, читаете на компьютере или электронном ридере.»

ВОПРОС ВСЕМ

В5 Как часто Вы занимаетесь перечисленными ниже видами деятельности (вопрос касается лично Вас, а не всех членов Вашего домохозяйства):

ОДНОМУ ВИДУ РАЗВЛЕЧЕНИЙ СООТВЕТСТВУЕТ ОДИН ОТВЕТ

ЧЕРЕДУЙТЕ ПОРЯДОК ПРЕДЪЯВЛЕНИЯ / ЗАЧИТЫВАНИЯ	Ни- когда	Ме- нее раза в месяц	Более раза в месяц, но менее раза в неделю	Более раза в неделю, но не ежеднев- но	Еже- дневно или несколь- ко раз в день
A. Чтение книг (включая книги в твердом или мягком переплете и электронные или цифровые книги, которые можно читать в электронном ридере, на компьютере или устройстве планшетного типа) для удовольствия					
B. Прослушивание аудиокниг					
C. Чтение или просмотр научных статей в рамках научной работы и исследований (включая их бумажные копии, онлайновые и цифровые версии, которые можно читать в электронном ридере, на компьютере или в устройстве планшетного типа)					
D. Чтение или просмотр учебников в рамках исследований или учебы (включая их бумажные копии в твердом или мягком переплете, онлайновые и цифровые версии, которые можно читать в электронном ридере, на компьютере или в устройстве планшетного типа)					

СЛЕДУЮЩИЕ НИЖЕ ВОПРОСЫ ВКЛЮЧАЮТ РАЗДЕЛЫ, КАСАЮЩИЕСЯ КНИГ, АУДИОКНИГ, НАУЧНЫХ СТАТЕЙ И УЧЕБНИКОВ. ЭТИ РАЗДЕЛЫ НЕ ЯВЛЯЮТСЯ ОБЯЗАТЕЛЬНЫМИ – УДАЛИТЕ ЛЮБОЙ НЕНУЖНЫЙ РАЗДЕЛ. ЧЕРЕДУЙТЕ ПОРЯДОК СЛЕДОВАНИЯ ЭТИХ РАЗДЕЛОВ ПРИ ПРЕДЪЯВЛЕНИИ ИХ РАЗНЫМ РЕСПОНДЕНТАМ.

Книги (развлекательная литература)

ВОПРОС ВСЕМ

В6а Здесь мы говорим о чтении **развлекательной литературы**. Скажите, пожалуйста, о каких из перечисленных способов покупки и приобретения книг Вы лично уже слышали раньше?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЕСЛИ ИЗ ОТВЕТА НА ВОПРОС В5 СЛЕДУЕТ, ЧТО РЕСПОНДЕНТ НИКОГДА НЕ ЧИТАЕТ

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ В6d

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ ИЗВЕСТНЫХ РЕСПОНДЕНТУ СПОСОБОВ,

ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ В ОТВЕТЕ НА ВОПРОС В6a

В6б Какие из них Вы лично использовали для покупки или приобретения развлекательной литературы в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ СПОСОБОВ, КОТОРЫЕ ИСПОЛЬЗОВАЛИСЬ В

ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В6b

В6с Какой **один** из этих способов Вы чаще всего используете последнее время для приобретения развлекательной литературы (учитывая способ, которым Вы читаете книги чаще всего)?

ОДИН ОТВЕТ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ СПОСОБОВ, О КОТОРЫХ РЕСПОНДЕНТ СЛЫШАЛ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В6a, НО НЕ ИСПОЛЬЗОВАЛ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ С УЧЕТОМ ОТВЕТА НА ВОПРОС В6b

В6d Есть ли среди способов, которыми Вы не пользуетесь сейчас, способы, которыми Вы пользовались 2-3 года назад, но не пользуетесь в настоящее время?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

Книги (развлекательная литература) ПОЗИЦИИ ДОЛЖНЫ ПРЕДЪЯВЛЯТЬСЯ В СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ / ЧЕРЕДОВАТЬСЯ, ИСКЛЮЧАЯ ПОЗИЦИИ «R» И «S», КОТОРЫЕ ДОЛЖНЫ ВСЕГДА ПРЕДЪЯВЛЯТЬСЯ ПОСЛЕДНИМИ	В6а Слы- шал	В6б Исполь- зую сейчас	В6с Исполь- зую чаще всего	В6д Исполь- зовал раньше
A. Покупка оригинальных книг в розничной сети: фирменном или Интернет-магазине	<input type="checkbox"/>			
B. Покупка нелицензионных экземпляров бумажных книг в розничной сети: фирменном или Интернет-магазине				
C. Покупка оригинальных книг на рыночном прилавке или у уличного торговца				
D. Покупка нелицензионных экземпляров бумажных книг на рыночном прилавке или у уличного торговца				
E. Покупка новых оригинальных книг через сайт Интернет-аукциона				
F. Покупка новых нелицензионных экземпляров бумажных книг через сайт Интернет-аукциона				
G. Покупка подержанных книг				
H. Получение бумажных копий или цифровых копий / электронных книг по абонементу в публичной / школьной / университетской библиотеке				
I. Скачивание (платное) оригинальных электронных книг или цифровых версий книг в Интернет-магазине				
J. Скачивание оригинальных электронных книг или цифровых версий книг (бесплатное – например, изданий с истекшим сроком действия авторского права) в Интернет-магазине				
K. Скачивание нелицензионных копий электронных книг или цифровых версий книг в Интернет-магазине				

L. Скачивание нелицензионных копий из источника в Интернете				
M. Покупка нелицензионных электронных книг / цифровых версий книг на CD / флеш-накопителях на рыночном прилавке / у уличного торговца				
N. Покупка нелицензионных электронных книг / цифровых версий книг на CD / флеш-накопителях через сайт Интернет-аукциона				
O. Получение цифровых изданий через лицензионный / платный абонентский сервис (например, Scribd или Audible)				
P. Онлайновое / потоковое чтение с использованием источника в Интернете				
Q. Получение по электронной почте / в виде копии на диске / флеш-накопителе у друга/ группы знакомых				
R. Какой-либо иной способ (Просьба указать здесь _____)				
S. Ничего из перечисленного / Я никогда не покупаю и не приобретаю книги				

ЕСЛИ ИЗ ОТВЕТА НА ВОПРОС В5 СЛЕДУЕТ, ЧТО РЕСПОНДЕНТ НИКОГДА НЕ ЧИТАЕТ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ В16 (Следующий раздел)

[Следующий вопрос не является обязательным. Его следует включать только в том случае, если опрос проводится изолированно, а не в рамках мониторингового исследования]

ЗАДАЙТЕ ВОПРОСЫ О КАЖДОМ ИЗ СПОСОБОВ, ИСПОЛЬЗОВАВШИХСЯ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В6Ь

B7 Имея в виду способы, которыми Вы сегодня покупаете или приобретаете развлекательную литературу, могли бы Вы сказать в отношении каждого из способов приобретения книг, упомянутых Вами в предыдущем вопросе, используете ли Вы его больше, меньше или примерно в том же объеме, что и 12 месяцев назад?

ОДИН ОТВЕТ НА КАЖДЫЙ ИСПОЛЬЗУЕМЫЙ СПОСОБ

ПОРЯДОК ВОПРОСОВ ДОЛЖЕН БЫТЬ ТЕМ ЖЕ, ЧТО И В В6	Меньше, чем 12 месяцев назад	Пример- но так же, как 12 месяцев назад	Больше, чем 12 месяцев назад
A. Покупка оригинальных книг в розничной сети: фирменном или Интернет-магазине			
B. Покупка нелицензионных экземпляров бумажных книг в розничной сети: фирменном или Интернет-магазине			
C. Покупка оригинальных книг на рыночном прилавке или у уличного торговца			
D. Покупка нелицензионных экземпляров бумажных книг на рыночном прилавке или у уличного торговца			
E. Покупка новых оригинальных книг через сайт Интернет-аукциона			
F. Покупка нелицензионных экземпляров новых бумажных книг через сайт Интернет-аукциона			
G. Покупка подержанных книг			
H. Получение бумажных копий или цифровых копий / электронных книг по абонементу в публичной / школьной / университетской библиотеке			
I. Скачивание (платное) оригинальных электронных книг или цифровых версий книг в Интернет-магазине			
J. Скачивание оригинальных электронных книг или цифровых версий книг (бесплатное – например, изданий с истекшим сроком действия авторского права) в Интернет-магазине			
K. Скачивание нелицензионных копий электронных книг или цифровых версий книг в Интернет-магазине			
L. Скачивание нелицензионных копий из источника в Интернете			
M. Покупка нелицензионных электронных книг / цифровых версий книги на CD / флеш-накопителях на рыночном прилавке / у уличного торговца			
N. Покупка нелицензионных электронных книг / цифровых версий книг на CD / флеш-накопителях через сайт Интернет-аукциона			
O. Получение цифровых изданий через лицензионный / платный абонентский сервис (например, Scribd или Audible)			
P. Онлайновое / потоковое чтение с использованием источника в Интернете			
Q. Получение по электронной почте / в виде копии на диске / флеш-накопителе у друга/группы знакомых			
R. Какой-либо иной способ (Просьба указать здесь)			

**ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «В», «Д», «F», «К», «L», «M», «N», «P» ИЛИ «Q» НА ВОПРОС
B6b ВЫШЕ**

B8a Вы сказали, что в последние 12 месяцев Вы иногда приобретали нелицензионные экземпляры книг. Могли бы Вы указать все причины, по которым Вы приобретаете книги таким образом?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

**ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «В», «Д», «F», «К», «L», «M», «N», «P» ИЛИ «Q» НА ВОПРОС
B6b ВЫШЕ**

B8b Какая **ОДНА** из этих причин наиболее важна для Вас?

ОДИН ОТВЕТ

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ ПРИЧИНЫ В ПОРЯДКЕ РОТАЦИИ / СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ	B8a Все причины	B8b Самая важная причина
Время: Получение книг до их официальной публикации в данной стране		
Экономия: Получение книг бесплатно / по более низкой цене по сравнению с лицензионными экземплярами		
Удобство: Получение новых книг в любой момент, когда хочу		
Я считаю, что лицензионные экземпляры книг стоят слишком дорого, чтобы их покупать		
Легкость использования: с нелицензионными копиями электронных книг / цифровыми копиями легче работать и их легче сохранять, чем лицензионные		
Поскольку у меня недостаточно денег для покупки лицензионных копий нужных мне книг		
Удобство: Это проще, чем покупать лицензионные копии книг в магазине или Интернете		
Поскольку я могу использовать нелицензионные копии / цифровые версии электронных книг на многих устройствах		
Потому что так делают все мои знакомые		
В момент получения я не знал, что получаю нелицензионную копию – я не стал бы этого делать, если бы знал об этом		
Доступность – я не могу найти лицензионные экземпляры необходимых мне книг на рынке		
Какая-то иная причина (Просьба указать здесь)		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «В», «Д» ИЛИ «Ф» НА ВОПРОС №6 ВЫШЕ (ПОКУПКА НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ ЭКЗЕМПЛЯРОВ БУМАЖНЫХ КНИГ)

В9 Вы сказали, что купили по крайней мере один нелицензионный экземпляр бумажной книги. Можете ли Вы указать все типы мест, в которых Вы покупали нелицензионные экземпляры книг таким образом в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЗАДАЙТЕ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС ПРО КАЖДОЕ ИЗ МЕСТ, УПОМЯНУТЫХ В ВОПРОСЕ В9

В10 Случалось ли Вам в последние 12 месяцев покупать таким образом какие-либо бумажные книги, предполагая, что Вы покупаете лицензионный экземпляр, и обнаружить по возвращении домой или после ее доставки, что на самом деле это нелицензионный экземпляр?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

Нелицензионные экземпляры бумажных книг	Места покупки в последние 12 месяцев	Купил, предполагая, что покупаю лицензионный экземпляр
Розничный магазин		
Рыночный прилавок, включая продажу с машин		
Уличный продавец или продавец, обходящий офисы или квартиры/дома		
Друг или коллега		
Интернет-магазин		
Сайт Интернет-аукциона		
Какое-то иное место (Просьба указать здесь)		
Ничего из перечисленного		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «К», «М», «Н» НА ВОПРОС №6 ВЫШЕ (ПОКУПКА ПУТЕМ НЕЛИЦЕНЗИОННОГО СКАЧИВАНИЯ)

B11 Вы сказали, что совершали платное скачивание по крайней мере одной нелицензионной копии электронной книги или цифровой копии книги. Можете ли Вы указать все типы мест, в которых Вы покупали таким образом нелицензионные копии электронных книг или цифровые копии книг в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЗАДАЙТЕ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС ПРО КАЖДОЕ ИЗ МЕСТ, УПОМЯНУТЫХ В ВОПРОСЕ B11

B12 Случалось ли Вам в последние 12 месяцев покупать таким образом какие-либо любые электронные книги или цифровые копии книг, предполагая, что Вы покупаете лицензионный экземпляр, и обнаружить по возвращении домой или после ее доставки, что на самом деле это нелицензионный экземпляр?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

Нелицензионные копии электронных книг	Места покупки в последние 12 месяцев	Купил, предполагая, что покупаю лицензионную копию
Розничный магазин		
Рыночный прилавок, включая продажу с машин		
Уличный продавец или продавец, обходящий офисы или квартиры/дома		
Друг или коллега		
Интернет-магазин		
Сайт Интернет-аукциона		
Какое-то иное место (Просьба указать здесь)		
Ничего из перечисленного		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «В», «Д», «Ф», «К», «Л», «М», «Н», «Р» ИЛИ «Q» НА ВОПРОС В6 ВЫШЕ (ПОКУПКА / ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ КНИГ)

B13 Вы сказали, что иногда приобретаете нелицензионные экземпляры книг, которые люди читают для удовольствия.

Каково Ваше мнение о качестве нелицензионных экземпляров, которые Вы приобретали таким образом?

ОДИН ОТВЕТ

Их качество....	Нелицензионные экземпляры книг
Намного хуже качества лицензионных копий	
Немного хуже качества лицензионных копий	
Примерно соответствует качеству лицензионных копий	
Немного лучше качества лицензионных копий	
Намного лучше качества лицензионных копий	

Раздел «Факторы, способные побудить нарушителей изменить свое поведение»

Если для категории «Развлекательная литература» предполагается использовать вопрос о факторах, способных побудить нарушителей изменить свое поведение, его следует вставить в этом месте (см. типовой вопрос ниже в данной анкете (B45))

ВОПРОС ВСЕМ

B14a Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли книги (бумажные), предлагаемые к продаже в магазине или на рыночном прилавке лицензионными или нелицензионными экземплярами?

ОДИН ОТВЕТ**ВОПРОС ВСЕМ**

B14b Насколько Вы уверены, что можете определить, предлагает ли конкретный Интернет-сервис или вебсайт, на котором продаются книги (бумажные), лицензионные или нелицензионные экземпляры книг?

ОДИН ОТВЕТ**ВОПРОС ВСЕМ**

B14c Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли книги (бумажные), продаваемые через сайт Интернет-аукциона, лицензионными или нелицензионными экземплярами?

ОДИН ОТВЕТ

Книги (бумажные)	B14a Магазин или рыночный прилавок	B14b Интернет- магазин	B14c Сайт Интернет- аукциона
Вполне уверен			
Более или менее уверен			
Не очень уверен			
Отнюдь не уверен			
Не знаю			

ВОПРОС ВСЕМ

B15a Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли электронные книги и цифровые копии книг, продаваемые в магазине или на рыночном прилавке, лицензионными или нелицензионными копиями?

ОДИН ОТВЕТ**ВОПРОС ВСЕМ**

B15b Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли электронные книги и цифровые копии книг, продаваемые в магазине или на рыночном прилавке, лицензионными или нелицензионными копиями?

ОДИН ОТВЕТ**ВОПРОС ВСЕМ**

B15c Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли электронные книги и цифровые копии книг, продаваемые в магазине или на рыночном прилавке, лицензионными или нелицензионными копиями?

ОДИН ОТВЕТ

Электронные книги и цифровые копии книг	B15a Магазин или рыночный прилавок	B15b Интернет-магазин	B15c Сайт Интернет-аукциона
Вполне уверен			
Более или менее уверен			
Не очень уверен			
Отнюдь не уверен			
Не знаю			

Аудиокниги

ВОПРОС ВСЕМ

B16a Сейчас мы говорим о прослушивании **аудиокниг**. Независимо от того, слушаете ли Вы сами аудиокниги, о каких из перечисленных способов покупки или приобретения аудиокниг Вы лично слышали раньше?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЕСЛИ ИЗ ОТВЕТА НА ВОПРОС B5 СЛЕДУЕТ, ЧТО РЕСПОНДЕНТ НИКОГДА НЕ СЛУШАЕТ АУДИОКНИГИ, ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ B16d

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ ИЗВЕСТНЫХ РЕСПОНДЕНТУ СПОСОБОВ, ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ В ОТВЕТЕ НА ВОПРОС B16a

B16b Какие из них Вы лично использовали для покупки или приобретения аудиокниг в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ СПОСОБОВ, КОТОРЫЕ ИСПОЛЬЗОВАЛИСЬ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС B16b

B16c Имея в виду способ, которым Вы чаще всего слушаете аудиокниги, какой один из этих способов Вы чаще всего используете последнее время для приобретения аудиокниг, которые Вы слушаете?

ОДИН ОТВЕТ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ СПОСОБОВ, О КОТОРЫХ РЕСПОНДЕНТ СЛЫШАЛ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС B16a, НО НЕ ИСПОЛЬЗОВАЛ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ С УЧЕТОМ ОТВЕТА НА ВОПРОС B16b

B16d Есть ли среди способов, которыми Вы не пользуетесь сейчас, способы, которыми Вы пользовались 2-3 года назад, но не пользуетесь в настоящее время?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

Аудиокниги позиции должны предъявляться в случайному порядке / чередоваться, исключая позиции «М» и «Н», которые должны всегда предъявляться последними	B16a Слы- шал	B16b Исполь- зую сейчас	B16c Исполь- зую чаще всего	B16d Исполь- зовал раньше
A. Покупка на CD/ флеш-накопителе в фирменном или Интернет-магазине	<input type="checkbox"/>			
B. Покупка нелицензионных копий на CD/ флеш-накопителе в фирменном или Интернет-магазине				
C. Покупка нелицензионных копий на CD / флеш-накопителе на рыночном прилавке / у уличного торговца				
D. Скачивание в Интернет-магазине				
E. Скачивание нелицензионных копий в Интернет-магазине				
F. Покупка новых оригинальных аудиокниг через сайт Интернет-аукциона				
G. Покупка нелицензионных копий аудиокниг на CD / флеш-накопителе через сайт Интернет-аукциона				
H. Получение цифровых изданий через лицензионный абонентский сервис (например, Scribd или Audible)				
I. Получение цифровых копий по абонементу				

публичной / школьной / университетской библиотеке				
J. Скачивание из источника в Интернете				
K. Потоковая загрузка из источника в Интернете				
L. Получение по электронной почте / в виде копии на диске / флеш-накопителе от друга/ группы знакомых				
M. Какой-либо иной способ (Просьба указать здесь _____)				
N. Ничего из перечисленного / Я никогда не покупаю и не приобретаю аудиокниги				

ЕСЛИ ИЗ ОТВЕТА НА ВОПРОС В5 СЛЕДУЕТ, ЧТО РЕСПОНДЕНТ НИКОГДА НЕ СЛУШАЕТ АУДИОКНИГИ, ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ В24 (Следующий раздел)

[Следующий вопрос не является обязательным. Его следует включать только в том случае, если опрос проводится изолированно, а не в рамках мониторингового исследования]

ЗАДАЙТЕ ВОПРОСЫ О КАЖДОМ ИЗ СПОСОБОВ, ИСПОЛЬЗОВАВШИХСЯ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В16б

B17 Имея в виду способы, которыми Вы сегодня покупаете или приобретаете аудиокниги, могли бы Вы сказать в отношении каждого из способов приобретения аудиокниг, упомянутых Вами в предыдущем вопросе, используете ли Вы его больше, меньше или примерно в том же объеме, что и 12 месяцев назад?

ОДИН ОТВЕТ НА КАЖДЫЙ ИСПОЛЬЗУЕМЫЙ СПОСОБ

ПОРЯДОК ВОПРОСОВ ДОЛЖЕН БЫТЬ ТЕМ ЖЕ, ЧТО И В В16	Меньше, чем 12 месяцев назад	Примерно так же, как 12 месяцев назад	Больше, чем 12 месяцев назад
A. Покупка на CD/ флеш-накопителе в фирменном или Интернет-магазине			
B. Покупка нелицензионных копий на CD/ флеш-накопителе в фирменном или Интернет-магазине			
C. Покупка нелицензионных копий на CD / флеш-накопителе на рыночном прилавке / у уличного торговца			
D. Скачивание в Интернет-магазине			
E. Скачивание нелицензионных копий в Интернет-магазине			
F. Покупка новых оригинальных аудиокниг через сайт Интернет-аукциона			
G. Покупка нелицензионных копий аудиокниг на CD / флеш-накопителе через сайт Интернет-аукциона			
H. Получение цифровых изданий через лицензионный абонентский сервис (например, Scribd или Audible)			
I. Получение цифровых копий по абонементу в публичной / школьной / университетской библиотеке			
J. Скачивание из источника в Интернете			
K. Потоковая загрузка из источника в Интернете			
L. Получение по электронной почте / в виде копии на диске / флеш-накопителе от друга/ группы знакомых			
M. Какой-либо иной способ (Просьба указать здесь _____)			

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «В», «С», «Е», «Г», «Д», «К» ИЛИ «Л» НА ВОПРОС В16б ВЫШЕ

B18a Вы сказали, что в последние 12 месяцев Вы иногда приобретали нелицензионные копии аудиокниг. Могли бы Вы указать все причины, по которым Вы приобретаете аудиокниги таким образом?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «B», «C», «E», «G», «J», «K» ИЛИ «L» НА ВОПРОС B16b ВЫШЕB18b Какая **ОДНА** из этих причин наиболее важна для Вас?**ОДИН ОТВЕТ**

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ ПРИЧИНЫ В ПОРЯДКЕ РОТАЦИИ / СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ	B18a Все причины	B18b Самая важная причина
Время: Получение аудиокниг до их официального выпуска в данной стране		
Экономия: Получение аудиокниг бесплатно / по более низкой цене по сравнению с лицензионными копиями		
Удобство: Получение новых аудиокниг в любой момент, когда хочу		
Я считаю, что лицензионные копии аудиокниг стоят слишком дорого, чтобы их покупать		
Легкость использования: с нелицензионными копиями / цифровыми копиями аудиокниг легче работать и их легче сохранять, чем лицензионные		
Поскольку у меня недостаточно денег для покупки лицензионных копий нужных мне аудиокниг		
Удобство: Это проще, чем покупать лицензионные копии аудиокниг в магазине или Интернете		
Я могу использовать нелицензионные аудиокниги / цифровые версии аудиокниг на многих устройствах		
Потому что так делают все мои знакомые		
В момент получения я не знал, что получаю нелицензионную копию – я не стал бы этого делать, если бы знал об этом		
Доступность – я не могу найти лицензионные экземпляры необходимых мне аудиокниг на рынке		
Какая-то иная причина (Просьба указать здесь)		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «В», «С» ИЛИ «Г» НА ВОПРОС В16б ВЫШЕ (ПОКУПКА НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ ФИЗИЧЕСКИХ ЭКЗЕМПЛЯРОВ)

В19 Вы сказали, что купили по крайней мере один нелицензионный физический экземпляр аудиокниги (на CD или флеш-накопителе). Можете ли Вы указать все типы мест, в которых Вы покупали нелицензионные экземпляры аудиокниг таким образом в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЗАДАЙТЕ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС ПРО КАЖДОЕ ИЗ МЕСТ, УПОМЯНУТЫХ В ВОПРОСЕ В19

В20 Случалось ли Вам в последние 12 месяцев покупать таким образом какие-либо аудиокниги, предполагая, что Вы покупаете лицензионный экземпляр, и обнаружить по возвращении домой или после ее доставки, что на самом деле это нелицензионный экземпляр?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

Нелицензионные физические копии аудиокниг	Места покупки в последние 12 месяцев	Купил, предполагая, что покупаю лицензионную копию
Розничный магазин		
Рыночный прилавок, включая продажу с машин		
Уличный продавец или продавец, обходящий офисы или квартиры/дома		
Друг или коллега		
Интернет-магазин		
Сайт Интернет-аукциона		
Какое-то иное место (Просьба указать здесь)		
Ничего из перечисленного		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «В», «С», «Е», «Г», «J», «К» ИЛИ «Л» НА ВОПРОС В16б ВЫШЕ (ПОКУПКА / ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ АУДИОКНИГ)

В21 Вы сказали, что иногда приобретаете нелицензионные копии аудиокниг.

Каково Ваше мнение о качестве нелицензионных копий, которые Вы приобретали таким образом?

ОДИН ОТВЕТ

Их качество....	Нелицензионные копии аудиокниг
Намного хуже качества лицензионных копий	
Немного хуже качества лицензионных копий	
Примерно соответствует качеству лицензионных копий	

Немного лучше качества лицензионных копий	
Намного лучше качества лицензионных копий	

Раздел «Факторы, способные побудить нарушителей изменить свое поведение»

Если для категории «Аудиокниги» предполагается использовать вопрос о факторах, способных побудить нарушителей изменить свое поведение, его следует вставить в этом месте (см. типовой вопрос ниже в данной анкете (B45))

ВОПРОС ВСЕМ

B22a Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли физические копии аудиокниг (на CD или флеш-накопителях), продаваемые в магазине или на рыночном прилавке, лицензионными или нелицензионными копиями?

ОДИН ОТВЕТ

ВОПРОС ВСЕМ

B22b Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли физические копии аудиокниг (на CD или флеш-накопителях), продаваемые в магазине или на рыночном прилавке, лицензионными или нелицензионными копиями?

ОДИН ОТВЕТ

ВОПРОС ВСЕМ

B22c Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли физические копии аудиокниг (на CD или флеш-накопителях), продаваемые в магазине или на рыночном прилавке, лицензионными или нелицензионными копиями?

ОДИН ОТВЕТ

Аудиокниги (физические копии)	B22a Магазин или рыночный прилавок	B22b Интернет- магазин	B22c Сайт Интернет- аукциона
Вполне уверен			
Более или менее уверен			
Не очень уверен			
Отнюдь не уверен			
Не знаю			

ВОПРОС ВСЕМ

B23a Насколько Вы уверены, что можете определить, предлагает ли конкретный Интернет-сервис или вебсайт, на котором продаются аудиокниги для онлайнового скачивания, лицензионные или нелицензионные копии?

ОДИН ОТВЕТ

ВОПРОС ВСЕМ

B23b Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли аудиокниги, предлагаемые к продаже путем скачивания через сайт Интернет-аукциона, лицензионными или нелицензионными копиями?

ОДИН ОТВЕТ

	B23a Интернет-магазин	B23b Сайт Интернет- аукциона
Вполне уверен		
Более или менее уверен		
Не очень уверен		
Отнюдь не уверен		
Не знаю		

Научные статьи

ЭТИ ВОПРОСЫ КАСАЮТСЯ ВСЕХ, КТО ИСПОЛЬЗУЕТ НАУЧНЫЕ СТАТЬИ СОГЛАСНО ОТВЕТАМ НА ВОПРОС В5 (И ВСЕХ СТУДЕНТОВ СОГЛАСНО ОТВЕТАМ НА ВОПРОС В3), ВСЕМ ОСТАЛЬНЫМ СЛЕДУЕТ ПЕРЕЙТИ К ВОПРОСУ В34 [Следующий раздел]

B24a Вы сказали, что **читаете научные статьи** или пользуетесь ими в научных или учебных целях. Скажите, пожалуйста, о каких из перечисленных способов покупки или приобретения научных статей Вы лично **слушали** раньше?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ ИЗВЕСТНЫХ РЕСПОНДЕНТУ СПОСОБОВ, ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ В ОТВЕТЕ НА ВОПРОС В24a

B24b Какие из них Вы лично использовали для покупки или приобретения научных статей в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ СПОСОБОВ, КОТОРЫЕ ИСПОЛЬЗОВАЛИСЬ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В24b

B24c Имея в виду способ, которым Вы чаще всего читаете или просматриваете научные статьи, какой один из этих способов Вы чаще всего используете в последнее время для приобретения или просмотра научных статей?

ОДИН ОТВЕТ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ СПОСОБОВ, О КОТОРЫХ РЕСПОНДЕНТ СЛЫШАЛ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В24a, НО НЕ ИСПОЛЬЗОВАЛ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ С УЧЕТОМ ОТВЕТА НА ВОПРОС В24b

B24d Есть ли среди способов, которыми Вы не пользуетесь сейчас, способы, которыми Вы пользовались 2-3 года назад, но не пользуетесь в настоящее время?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

Научные статьи ПОЗИЦИИ ДОЛЖНЫ ПРЕДЪЯВЛЯТЬСЯ В СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ / ЧЕРЕДОВАТЬСЯ, ИСКЛЮЧАЯ ПОЗИЦИИ «М» И «Н», КОТОРЫЕ ДОЛЖНЫ ВСЕГДА ПРЕДЪЯВЛЯТЬСЯ ПОСЛЕДНИМИ	B24a Слышишал	B24b Использую сейчас	B24c Использую чаще всего	B24d Использовал раньше
A. Покупка оригинала статьи в бумажной версии в розничной сети или Интернет-магазине	<input type="checkbox"/>			
B. Покупка нелицензионной копии статьи в бумажной версии в розничной сети или Интернет-магазине				
C. Покупка нелицензионных статей в бумажной версии в копировальном бюро				
D. Получение статей в бумажной версии на базе постоянной подписки				
E. Покупка поддержанной статьи в бумажной версии				
F. Получение бумажных копий или цифровых копий / электронных книг по абонементу в публичной / школьной / университетской библиотеке или их чтение в библиотеке				
G. Изготовление бумажной копии статьи в библиотеке				
H. Покупка цифровой копии статьи в лицензионном Интернет-магазине				
I. Скачивание или просмотр нелицензионной копии статьи из источника в Интернете				
J. Пользование цифровым изданием на базе лицензионного / платного абонентского сервиса				
K. Получение статьи (статьй) по электронной почте / в виде копии на диске / на флеш-накопителе от друга/ группы знакомых				

L. Получение статьи в бумажной версии на время от друга / коллеги				
M. Какой-либо иной способ (Просьба указать здесь _____)				
N. Ничего из перечисленного / Я никогда не покупаю и не приобретаю научные статьи				

ЕСЛИ РЕСПОНДЕНТ НИКОГДА НЕ ПОКУПАЕТ НАУЧНЫЕ СТАТЬИ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В5, ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ В34 (Следующий раздел)

[Следующий вопрос не является обязательным. Его следует включать только в том случае, если опрос проводится изолированно, а не в рамках мониторингового исследования]

ЗАДАЙТЕ ВОПРОСЫ О КАЖДОМ ИЗ СПОСОБОВ, ИСПОЛЬЗОВАВШИХСЯ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС B24b

B25 Имея в виду способы, которыми Вы сегодня покупаете или приобретаете научные статьи, могли бы Вы сказать в отношении каждого из способов, упомянутых Вами в предыдущем вопросе, используете ли Вы его больше, меньше или примерно в том же объеме, что и 12 месяцев назад?

ОДИН ОТВЕТ НА КАЖДЫЙ ИСПОЛЬЗУЕМЫЙ СПОСОБ

ПОРЯДОК ВОПРОСОВ ДОЛЖЕН БЫТЬ ТЕМ ЖЕ, ЧТО И В B24	Меньше, чем 12 месяцев назад	Пример- но так же, как 12 месяцев назад	Больше, чем 12 месяцев назад
A. Покупка оригинала статьи в бумажной версии в розничной сети или Интернет-магазине			
B. Покупка нелицензионной копии статьи в бумажной версии в розничной сети или Интернет-магазине			
C. Покупка нелицензионных статей в бумажной версии в копировальном бюро			
D. Получение статей в бумажной версии на базе постоянной подписки			
E. Покупка поддержанной статьи в бумажной версии			
F. Получение бумажных копий или цифровых копий / электронных книг по абонементу в публичной / школьной / университетской библиотеке или их чтение в библиотеке			
G. Изготовление бумажной копии статьи в библиотеке			
H. Покупка цифровой копии статьи в лицензионном Интернет-магазине			
I. Скачивание или просмотр нелицензионной копии статьи из источника в Интернете			
J. Пользование цифровым изданием на базе лицензионного / платного абонентского сервиса			
K. Получение статьи (статьй) по электронной почте / в виде копии на диске / на флеш-накопителе от друга/группы знакомых			
L. Получение статьи в бумажной версии на время от друга / коллеги			
M. Какой-либо иной способ (Просьба указать здесь)			
N. Ничего из перечисленного / Я никогда не покупаю и не приобретаю научные статьи			

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «В», «С», «I» ИЛИ «K» НА ВОПРОС B24b ВЫШЕ

B26a Вы сказали, что в последние 12 месяцев Вы иногда приобретали нелицензионные копии научных статей. Могли бы Вы указать все причины, по которым Вы приобретаете статьи таким образом?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «В», «С», «I» ИЛИ «K» НА ВОПРОС B24b ВЫШЕ

B26b Какая **ОДНА** из этих причин наиболее важна для Вас?

ОДИН ОТВЕТ

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ ПРИЧИНЫ В ПОРЯДКЕ РОТАЦИИ / СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ	B26a Все причины	B26b Самая важная причина
Время: Получение статей до их публикации в данной стране		
Экономия: Получение статей по более низкой цене по сравнению с лицензионными копиями или бесплатно		
Удобство: Получение новых статей в любой момент, когда хочу		
Я считаю, что лицензионные копии статей стоят слишком дорого, чтобы их покупать		
Простота использования - Поскольку с нелицензионными электронными / цифровыми копиями статей легче работать и их легче сохранять, чем лицензионные		
Поскольку у меня недостаточно денег для покупки лицензионных копий нужных мне статей		
Удобство: Это проще, чем покупать лицензионные копии статей в магазине или Интернете		
Я могу использовать нелицензионные / цифровые копии статей на многих устройствах		
Потому что так делают все мои знакомые		
В момент получения я не знал, что получаю нелицензионную копию – я не стал бы этого делать, если бы знал об этом		
Доступность – я не могу найти лицензионные экземпляры необходимых мне статей на рынке		
Какая-то иная причина (Просьба указать здесь)		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «В», «Д» ИЛИ «Ф» НА ВОПРОС В24б ВЫШЕ (ПОКУПКА НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ БУМАЖНЫХ КОПИЙ)

B27 Вы сказали, что купили по крайней мере одну одна нелицензионную бумажную копию статьи. Можете ли Вы указать все типы мест, в которых Вы покупали нелицензионные копии статей таким образом в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЗАДАЙТЕ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС ПРО КАЖДОЕ ИЗ МЕСТ, УПОМЯНУТЫХ В ВОПРОСЕ B27

В28 Случалось ли Вам в последние 12 месяцев покупать таким образом какую-либо бумажную копию статьи, предполагая, что Вы покупаете лицензионную экземпляр, и обнаружить по возвращении домой или после ее доставки, что на самом деле это нелицензионный экземпляр?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

Нелицензионные бумажные копии статей	Места покупки в последние 12 месяцев	Купил, предполагая, что покупаю лицензионную копию
Розничный магазин		
Копировальное бюро		
Друг или коллега		
Интернет-магазин		
Сайт Интернет-аукциона		
Какое-то иное место (Просьба указать здесь _____)		
Ничего из перечисленного		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «Л», «Н» ИЛИ «О» НА ВОПРОС В24б ВЫШЕ (ПОКУПКА ПУТЕМ НЕЛИЦЕНЗИОННОГО СКАЧИВАНИЯ)

В29 Вы сказали, что купили путем нелицензионного скачивания по крайней мере одну нелицензионную электронную книгу или цифровую копию статьи. Можете ли Вы указать все типы мест, в которых Вы покупали нелицензионные копии электронных книг или цифровые копии статей таким образом в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЗАДАЙТЕ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС ПРО КАЖДОЕ ИЗ МЕСТ, УПОМЯНУТЫХ В ВОПРОСЕ B29

В30 Случалось ли Вам в последние 12 месяцев покупать таким образом какие-либо электронные книги или цифровые копии статей, предполагая, что Вы покупаете лицензионные экземпляры, и обнаружить по возвращении домой или после ее доставки, что на самом деле это нелицензионные экземпляры?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

	Места покупки в последние 12 месяцев	Купил, предполагая, что покупаю лицензионную копию
Розничный магазин		
Копировальное бюро		
Друг или коллега		
Интернет-магазин		
Сайт Интернет-аукциона		
Какое-то иное место (Просьба указать здесь)		
Ничего из перечисленного		

**ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «B», «D», «F», «L», «M», «N», «O» ИЛИ «Q» НА ВОПРОС B24b
ВЫШЕ (ПОКУПКА / ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ СТАТЕЙ)**

B31 Вы сказали, что иногда приобретаете нелицензионные копии научных статей.

Каково Ваше мнение о качестве нелицензионных копий, которые Вы приобретали таким образом?

ОДИН ОТВЕТ

Их качество....	Нелицензионные копии статей
Намного хуже качества лицензионных копий	
Немного хуже качества лицензионных копий	
Примерно соответствует качеству лицензионных копий	
Немного лучше качества лицензионных копий	
Намного лучше качества лицензионных копий	

Раздел «Факторы, способные побудить нарушителей изменить свое поведение»

Если для категории «Научные статьи» предполагается использовать вопрос о факторах, способных побудить нарушителей изменить свое поведение, его следует вставить в этом месте (см. типовой вопрос ниже в данной анкете (B45))

ВОПРОС ВСЕМ

В32а Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли научные статьи (бумажные копии), продаваемые в магазине или ином предприятии розничной торговли, лицензионными или нелицензионными копиями?

ОДИН ОТВЕТ**ВОПРОС ВСЕМ**

В32б Насколько Вы уверены, что можете определить, предлагаются ли на конкретном Интернет-сервисе или вебсайте, на котором продаются научные статьи (бумажные копии) лицензионные или нелицензионные копии?

ОДИН ОТВЕТ

Научные статьи (бумажные копии)	В32а Магазин или иное предприятие розничной торговли	В32б Источник в Интернете
Вполне уверен		
Более или менее уверен		
Не очень уверен		
Отнюдь не уверен		
Не знаю		

ВОПРОС ВСЕМ

В33а Насколько Вы уверены, что можете определить, предлагает ли конкретный Интернет-сервис или вебсайт, на котором продаются электронные / цифровые копии научных статей, лицензионные или нелицензионные копии?

ОДИН ОТВЕТ

Научные статьи (цифровые копии)	В33а Источник в Интернете
Вполне уверен	
Более или менее уверен	
Не очень уверен	
Отнюдь не уверен	
Не знаю	

Учебники

СЛЕДУЮЩИЕ ВОПРОСЫ КАСАЮТСЯ ВСЕХ, КТО ИСПОЛЬЗУЕТ УЧЕБНИКИ СОГЛАСНО ОТВЕТАМ НА ВОПРОС В5 (И ВСЕХ СТУДЕНТОВ СОГЛАСНО ОТВЕТАМ НА ВОПРОС В3), ВСЕМ ОСТАЛЬНЫМ СЛЕДУЕТ ПЕРЕЙТИ К ВОПРОСУ В44 [Следующий раздел]

В34а Вы сказали, что читаете **учебники** или пользуетесь ими в научных или учебных целях. Скажите, пожалуйста, о каких из перечисленных способов покупки или приобретения учебников Вы лично слышали раньше?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ ИЗВЕСТНЫХ РЕСПОНДЕНТУ СПОСОБОВ, ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ В ОТВЕТЕ НА ВОПРОС В34а

В34б Какие из них Вы лично использовали для покупки или приобретения учебников в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ СПОСОБОВ, КОТОРЫЕ ИСПОЛЬЗОВАЛИСЬ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В34б

В34с Имея в виду способ, которым Вы чаще всего читаете учебники, какой **один** из этих способов Вы чаще всего используете последнее время для приобретения или использования учебников, которые Вы читаете?

ОДИН ОТВЕТ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ СПОСОБОВ, О КОТОРЫХ РЕСПОНДЕНТ СЛЫШАЛ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В34а, НО НЕ ИСПОЛЬЗОВАЛ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ С УЧЕТОМ ОТВЕТА НА ВОПРОС В34б

В34д Есть ли среди способов, которыми Вы не пользуетесь сейчас, способы, которыми Вы пользовались 2-3 года назад, но не пользуетесь в настоящее время?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

Учебники ПОЗИЦИИ ДОЛЖНЫ ПРЕДЪЯВЛЯТЬСЯ В СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ / ЧЕРЕДОВАТЬСЯ, ИСКЛЮЧАЯ ПОЗИЦИИ «Q» И «R», КОТОРЫЕ ДОЛЖНЫ ВСЕГДА ПРЕДЪЯВЛЯТЬСЯ ПОСЛЕДНИМИ	B34a Слы- шал	B34b Исполь- зую сейчас	B34c Исполь- зую чаще всего	B34d Исполь- зовал раньше
A. Покупка оригинальных бумажных версий учебников в розничной сети: фирменном или Интернет-магазине				
B. Покупка нелицензионных бумажных версий учебников в розничной сети: фирменном или Интернет-магазине				
C. Покупка копии конкретного раздела учебника в копировальном бюро				
D. Покупка оригинальных учебников на рыночном прилавке или у уличного торговца				
E. Покупка нелицензионных бумажных копий учебников на рыночном прилавке или у уличного торговца				
F. Покупка новых оригинальных учебников через сайт Интернет-аукциона				
G. Покупка нелицензионных новых бумажных копий учебников через сайт Интернет-аукциона				
H. Покупка подержанных учебников				
I. Получение бумажных копий или цифровых копий / электронных книг по абонементу в публичной / школьной / университетской библиотеке				
J. Скачивание электронных книг или цифровых версий (платное) в Интернет-магазине				

K. Скачивание нелицензионных копий электронных книг или цифровых версий в Интернет-магазине				
L. Скачивание / просмотр нелицензионных копий из источника в Интернете				
M. Покупка нелицензионных электронных книг / цифровых версий на CD / флеш-накопителе на рыночном прилавке / у уличного торговца				
N. Покупка нелицензионных электронных книг / цифровых версий на CD / флеш-накопителях через сайт Интернет-аукциона				
O. Пользование цифровыми изданиями через лицензионный / платный абонентский сервис				
P. Получение по электронной почте / в виде копии на диске / флеш-накопителе от друга/ группы знакомых				
Q. Какой-либо иной способ (Просьба указать здесь _____)				
R. Ничего из перечисленного / Я никогда не покупаю и не беру в пользование учебники				

**ЕСЛИ РЕСПОНДЕНТ НИКОГДА НЕ ПОКУПАЕТ УЧЕБНИКИ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В5,
ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ В44 (Следующий раздел)**

[Следующий вопрос не является обязательным. Его следует включать только в том случае, если опрос проводится изолированно, а не в рамках мониторингового исследования]

ЗАДАЙТЕ ВОПРОСЫ О КАЖДОМ ИЗ СПОСОБОВ, ИСПОЛЬЗОВАВШИХСЯ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В34б

В35 Имея в виду способы, которыми Вы сегодня покупаете или приобретаете учебники, могли бы Вы сказать в отношении каждого из способов, упомянутых Вами в предыдущем вопросе, используете ли Вы его больше, меньше или примерно в том же объеме, что и 12 месяцев назад?

ОДИН ОТВЕТ НА КАЖДЫЙ ИСПОЛЬЗУЕМЫЙ СПОСОБ

ПОРЯДОК ВОПРОСОВ ДОЛЖЕН БЫТЬ ТЕМ ЖЕ, ЧТО И В В34	Меньше, чем 12 месяцев назад	Примерно так же, как 12 месяцев назад	Больше, чем 12 месяцев назад
A. Покупка оригинальных бумажных версий учебников в розничной сети: фирменном или Интернет-магазине			
B. Покупка нелицензионных бумажных версий учебников в розничной сети: фирменном или Интернет-магазине			
C. Покупка копии конкретного раздела учебника в копировальном бюро			
D. Покупка оригинальных учебников на рыночном прилавке или у уличного торговца			
E. Покупка нелицензионных бумажных копий учебников на рыночном прилавке или у уличного торговца			
F. Покупка новых оригинальных учебников через сайт Интернет-аукциона			
G. Покупка нелицензионных новых бумажных копий учебников через сайт Интернет-аукциона			
H. Покупка подержанных учебников			
I. Получение бумажных копий или цифровых версий / электронных книг по абонементу в публичной / школьной / университетской библиотеке			
J. Скачивание электронных книг или цифровых версий (платное) в Интернет-магазине			

K. Скачивание нелицензионных копий электронных книг или цифровых версий в Интернет-магазине			
L. Скачивание нелицензионных копий из источника в Интернете			
M. Покупка нелицензионных электронных книг / цифровых версий на CD / флеш-накопителях на рыночном прилавке / у уличного торговца			
N. Покупка нелицензионных электронных книг / цифровых версий на CD / флеш-накопителях через сайт Интернет-аукциона			
O. Пользование цифровыми изданиями через лицензионный / платный абонентский сервис			
P. Потоковое получение / просмотр из источника в Интернете			
Q. Получение по электронной почте / в виде копии на диске / флеш-накопителе от друга/ группы знакомых			
R. Какой-либо иной способ (Просьба указать здесь)			

**ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «В», «С», «Е», «Г», «К», «Л», «М», «Н» ИЛИ «Р» НА ВОПРОС
В34б ВЫШЕ**

В36а Вы сказали, что в последние 12 месяцев Вы иногда приобретали нелицензионные копии учебников. Могли бы Вы указать все причины, по которым Вы приобретаете учебники таким образом?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

**ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «В», «С», «Е», «Г», «К», «Л», «М», «Н» ИЛИ «Р» НА ВОПРОС
В34б ВЫШЕ**

В36б Какая **ОДНА** из этих причин наиболее важна для Вас?
ОДИН ОТВЕТ

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ ПРИЧИНЫ В ПОРЯДКЕ РОТАЦИИ / СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ	В36а Все причи- ны	В36б Самая важная причина
Время: Получение учебников до их публикации в данной стране		
Экономия: Получение учебников по более низкой цене по сравнению с лицензионными копиями или бесплатно		
Удобство: Получение новых учебников в любой момент, когда хочу		
Я считаю, что лицензионные копии учебников стоят слишком дорого, чтобы их покупать		
Простота использования: с нелицензионными электронными / цифровыми копиями учебников легче работать и их легче сохранять, чем лицензионные		
У меня недостаточно денег для покупки лицензионных копий необходимых мне учебников		
Удобство: Это проще, чем покупать лицензионные копии учебников в магазине или Интернете		
Я могу использовать нелицензионные электронные / цифровые копии учебников на многих устройствах		
Потому что так делают все мои знакомые		
В момент получения я не знал, что получаю		

нелицензионную копию – я не стал бы этого делать, если бы знал об этом		
Доступность – я не могу найти лицензионные экземпляры необходимых мне учебников на рынке		
Какая-то иная причина (Просьба указать здесь)		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «В», «С», «Е» ИЛИ «Г» НА ВОПРОС В34б ВЫШЕ (ПОКУПКА НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ БУМАЖНЫХ КОПИЙ)

В37 Вы сказали, что купили по крайней мере одну одна нелицензионную бумажную версию учебника. Можете ли Вы указать все типы мест, в которых Вы покупали нелицензионные копии учебников таким образом в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЗАДАЙТЕ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС ПРО КАЖДОЕ ИЗ МЕСТ, УПОМЯНУТЫХ В ВОПРОСЕ В37

В38 Случалось ли Вам в последние 12 месяцев покупать таким образом какой-либо бумажный экземпляр учебника, предполагая, что Вы покупаете лицензионный экземпляр, и обнаружить по возвращении домой или после ее доставки, что на самом деле это нелицензионный экземпляр?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

Нелицензионные бумажные копии учебников	Места покупки в последние 12 месяцев	Купил, предполагая, что покупаю лицензионную копию
Розничный магазин		
Копировальное бюро		
Рыночный прилавок, включая продажу с машин		
Уличный продавец или продавец, обходящий офисы или квартиры/дома		
Друг или коллега		
Интернет-магазин		
Сайт Интернет-аукциона		
Какое-то иное место (Просьба указать здесь)		
Ничего из перечисленного		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «К», «М» ИЛИ «Н» НА ВОПРОС В34б ВЫШЕ (ПОКУПКА ПУТЕМ НЕЛИЦЕНЗИОННОГО СКАЧИВАНИЯ)

В39 Вы сказали, что купили путем нелицензионного скачивания по крайней мере одну нелицензионную электронную или цифровую копию учебника. Можете ли Вы указать все типы мест, в которых Вы покупали нелицензионные электронные или цифровые копии учебников таким образом в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЗАДАЙТЕ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС ПРО КАЖДОЕ ИЗ МЕСТ, УПОМЯНУТЫХ В ВОПРОСЕ В39

B40 Случалось ли Вам в последние 12 месяцев покупать таким образом какие-либо электронные или цифровые копии учебников, предполагая, что Вы покупаете лицензионные экземпляры, и обнаружить по возвращении домой или после ее доставки, что на самом деле это нелицензионные экземпляры?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

Нелицензионные электронные или цифровые версии учебников	Места покупки в последние 12 месяцев	Купил, предполагая, что покупаю лицензионную копию
Розничный магазин		
Копировальное бюро		
Рыночный прилавок, включая продажу с машин		
Уличный продавец или продавец, обходящий офисы или квартиры/дома		
Друг или коллега		
Интернет-магазин		
Сайт Интернет-аукциона		
Какое-то иное место (Просьба указать здесь)		
Ничего из перечисленного		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «В», «С», «Е», «Г», «К», «Л», «М», «Н», «Р» ИЛИ «Q» НА ВОПРОС В34б ВЫШЕ (ПОКУПКА / ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ УЧЕБНИКОВ)

B41 Вы сказали, что иногда приобретаете нелицензионные копии учебников.

Каково Ваше мнение о качестве нелицензионных копий, которые Вы приобретали таким образом?

ОДИН ОТВЕТ

Их качество....	Нелицензионные копии учебников
Намного хуже качества лицензионных копий	
Немного хуже качества лицензионных копий	
Примерно соответствует качеству лицензионных копий	
Немного лучше качества лицензионных копий	
Намного лучше качества лицензионных копий	

Раздел «Факторы, способные побудить нарушителей изменить свое поведение»

Если для категории «Учебники» предполагается использовать вопрос о факторах, способных побудить нарушителей изменить свое поведение, его следует вставить в этом месте (см. типовой вопрос ниже в данной анкете (В45))

ВОПРОС ВСЕМ

В42а Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли учебники (бумажные) продаваемые в магазине или на рыночном прилавке, лицензионными или нелицензионными экземплярами?

ОДИН ОТВЕТ

ВОПРОС ВСЕМ

В42б Насколько Вы уверены, что можете определить, предлагаются ли на конкретном Интернет-сервисе или вебсайте, на котором продаются учебники (бумажные) лицензионные или нелицензионные экземпляры?

ОДИН ОТВЕТ

ВОПРОС ВСЕМ

В42с Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли учебники (бумажные) продаваемые через сайт Интернет-аукциона, лицензионными или нелицензионными экземплярами?

ОДИН ОТВЕТ

Учебники (бумажные копии)	В42а Магазин или рыночный прилавок	В42б Интернет- магазин	В42с Сайт Интернет- аукциона
Вполне уверен			
Более или менее уверен			
Не очень уверен			
Отнюдь не уверен			
Не знаю			

ВОПРОС ВСЕМ

В43а Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли электронные / цифровые копии учебников, продаваемые в магазине или на рыночном прилавке, лицензионными или нелицензионными копиями?

ОДИН ОТВЕТ

ВОПРОС ВСЕМ

В43б Насколько Вы уверены, что можете определить, предлагаются ли на конкретном Интернет-сервисе или вебсайте, на котором продаются электронные и цифровые копии учебников, лицензионные или нелицензионные копии?

ОДИН ОТВЕТ

ВОПРОС ВСЕМ

В43с Насколько Вы уверены, что можете определить, являются ли электронные и цифровые копии учебников, продаваемые через сайт Интернет-аукциона, лицензионными или нелицензионными?

ОДИН ОТВЕТ

Учебники (цифровые копии)	В43а Магазин или рыночный прилавок	В43б Интернет- магазин	В43с Сайт Интернет- аукциона
Вполне уверен			
Более или менее уверен			
Не очень уверен			
Отнюдь не уверен			
Не знаю			

Раздел «Отношение к пиратству»

ВОПРОС ВСЕМ

В44 Сейчас мы предъявим Вам ряд утверждений разных людей, касающихся приобретения развлекательной литературы, научных статей и учебников, включая их бумажные копии, аудиокниг, электронных книг и других цифровых изданий. Просим Вас сказать, согласны ли Вы лично с каждым из этих утверждений. Пользуясь шкалой от 1 до 10, отметьте 10, если Вы совершенно согласны. Отметьте 1, если Вы решительно не согласны. Пользуясь этой шкалой, покажите нам степень Вашего согласия или несогласия с каждым утверждением.

ОДИН ОТВЕТ ДЛЯ КАЖДОГО УТВЕРЖДЕНИЯ

ПРИВОДИТЕ УТВЕРЖДЕНИЯ В ПОРЯДКЕ РОТАЦИИ / В СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ	Решитель-но не согласен 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Совершенно согласен 10	Не знаю / не имею опыта
серьезные негативные последствия для издательской отрасли											
Я считаю, покупая лицензионную копию книги, я поддерживаю автора											
Я считаю неправильным создание нелицензионных копий научных статей и учебников											
Есть так много легальных способов получения информации, содержащейся в статьях и учебниках, что в использовании нелицензионных копий нет необходимости											
Есть так много способов брать лицензионные копии книг и электронных книг у других людей или в библиотеках, что в использовании нелицензионных копий нет необходимости											

Модуль «Компьютерные программы»

Если в анкету предполагается включить модуль «Компьютерные программы», его необходимо поместить здесь (см. отдельный документ)

Раздел «Факторы, способные побудить нарушителей изменить свое поведение»

Данный вопрос может быть задан либо любому лицу, допускающему любые действия, нарушающие права других лиц, в отношении всех категорий товаров, или по поводу конкретных категорий товаров. Если он должен задаваться в отношении конкретных категорий товаров, его необходимо помещать в разделы, посвященные соответствующим категориям, сразу после вопроса о сравнении качестве нелицензионных и оригинальных товаров, с небольшим изменением текста, показывающим, что вопрос касается только действий в отношении товаров данной категории. Если он задается в отношении каждой категории, очень важно вставить перед ним указание о том, что он должен задаваться только лицам, допускающим незаконные действия в отношении товаров этой категории.

Тем не менее, во избежание ненужных повторений и неоправданного затягивания интервью рекомендуется оставить только приведенный ниже общий вопрос.

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ИСПОЛЬЗУЕТ НЕЛИЦЕНЗИОННЫЕ КОПИИ КНИГ/СТАТЕЙ, БУДЬ ТО В ВИДЕ БУМАЖНЫХ КОПИЙ ИЛИ ПОСРЕДСТВОМ ПОТОКОВОГО ПРИЕМА ИЛИ СКАЧИВАНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

ВОПРОС ЗАДАЁТСЯ, ЕСЛИ РЕСПОНДЕНТ ДАЕТ ЛЮБЫЕ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ ОТВЕТОВ:
ОТВЕТЫ «B», «D», «F», «K», «L», «M», «N», «P» ИЛИ «Q» НА ВОПРОС B6b (НЕЛИЦЕНЗИОННЫЕ КОПИИ КНИГ) B6b
ОТВЕТЫ «B», «C», «E», «G», «J», «K» ИЛИ «L» НА ВОПРОС B16b (НЕЛИЦЕНЗИОННЫЕ КОПИИ АУДИОКНИГ)
ОТВЕТЫ «B», «D», «F», «L», «M», «N», «O» ИЛИ «Q» НА ВОПРОС B24b (НЕЛИЦЕНЗИОННЫЕ КОПИИ НАУЧНЫХ СТАТЕЙ)

ОТВЕТЫ «В», «С», «Е», «Г», «К», «Л», «М», «Н» ИЛИ «Р» НА ВОПРОС В34б (НЕЛИЦЕНЗИОННЫЕ КОПИИ УЧЕБНИКОВ)

В45 Вы сказали, что иногда пользуетесь нелицензионными копиями книг, которые люди читают для удовольствия, научных статей или учебников, включая их бумажные экземпляры, аудиоверсии, электронные и иные цифровые версии [удалить лишнее]
Что побудило бы Вас перестать покупать, скачивать или использовать нелицензионные копии?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

МЕНЯЙТЕ ПОРЯДОК ПРЕДЪЯВЛЕНИЯ ВОПРОСОВ ПУТЕМ ИХ РОТАЦИИ (КРОМЕ ПОСЛЕДНИХ ТРЕХ ПОЗИЦИЙ, КОТОРЫЕ ВСЕГДА ДОЛЖНЫ БЫТЬ В КОНЦЕ)

- Если бы лицензионные копии / сервисы были дешевле□
- Если бы лицензионные копии / сервисы было удобнее приобретать□
- Если бы лицензионные торговые предприятия / Интернет-сервисы обеспечивали более широкий спектр продуктов□
- Если бы все, что я хочу получить, можно было бы получить через лицензионные торговые предприятия / сервисы с момента выхода продукта в других странах□
- Если бы я считал, что меня могут привлечь к ответственности□
- Если бы я считал, что моих действия могут быть обнаружены□
- Если бы это перестали делать все остальные□
- Если бы мой Интернет-провайдер направил мне письмо о том, что мой аккаунт использовался для скачивания или использования нелицензионных копий□
- Если бы мой Интернет-провайдер направил мне письмо о том, что он снизит скорость моего доступа к Интернету□
- Если бы мой Интернет-провайдер направил мне письмо о том, что он приостановит мой доступ в Интернет□
- Если бы мои друзья или члены семьи были уличены в использовании или скачивании нелицензионных копий□
- Если бы в СМИ появились публикации о преследовании людей за использование или скачивание нелицензионных копий□
- Если бы было понятнее, что является лицензионным, а что – нет□
- Если бы я обладал более надежной информацией о том, как узнать, является ли конкретный контент лицензионным□
- Я не допускаю / не стал бы допускать сознательного использования или скачивания нелицензионных копий□
- Какая-то иная причина (Просьба указать здесь _____)□
- Ничто не заставит меня перестать использовать или скачивать нелицензионные копии ...□

ВОПРОС ВСЕМ

В46 Говоря об Интернет-сервисах, позволяющих скачивать или воспроизводить в потоковом режиме копии книг или научных статей, какие меры могли бы принять такие сервисы, чтобы убедить Вас, что их контент является лицензионным?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЧЕРЕДУЙТЕ ПОРЯДОК ПРЕДЪЯВЛЕНИЯ ХАРАКТЕРИСТИК

- Оказание сервиса признанной / известной компанией□
- Наличие системы государственного подтверждения / аккредитации□
- Наличие отраслевого стандарта / символа, подтверждающего легальность сервиса□
- Обеспечение сайтом защитных мер (платежи, сертификаты, условия, охрана при помощи паролей и т. д.)□

- Наличие на сайте четкого заявления в том смысле, что предлагаемый контент является лицензионным
- Наличие сайта/организации, ведущих перечень сайтов, имеющих право на распространение соответствующего контента, с которым я мог бы свериться
- Подтверждение легальности сервиса со стороны издательской отрасли
- Заверение со стороны авторов

ВОПРОС ВСЕМ

В47 Какие еще характеристики сайта или Интернет-сервиса позволяют Вам понять, предлагает ли он лицензионный или нелицензионный контент / товары?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЧЕРЕДУЙТЕ ПОРЯДОК ПРЕДЪЯВЛЕНИЯ ХАРАКТЕРИСТИК

- Если за предлагаемый контент нужно платить.....
- Цена продаваемых товаров и услуг
- Если моя программа антивирусной и сетевой безопасности дает мне возможность войти на сайт, не выдавая предупреждений, я уверен, что контент является лицензионным
- Если на сайте нет агрессивной рекламы, всплывающих окон и т. д.....
- Поскольку он существует: его существования не допустили бы, если бы распространяемый им контент не был лицензионным.....
- Человек просто понимает, когда контент является лицензионным, руководствуясь здравым смыслом
- Сведения о соответствующей компании, которые я смог получить
- Я полагаюсь на мнение других / молву /обзоры и рецензии
- Качество или профессионализм вебсайта
- Анализ и обзоры потребителями товаров, предлагаемых к продаже
- Никакие/Не знаю
- [Эти две строки всегда показываются последними]
- Мне не важно, лицензионные они или нет
- [Эти две строки всегда показываются последними]

Раздел «Эффективность медийной кампании, направленной против контрафакции / пиратства»

При необходимости в этом месте анкеты можно добавить вопросы раздела «Оценка эффективности медийной кампании» (см. отдельный документ)

Добавьте завершающие вопросы демографического характера

В конце опроса принято задавать дополнительные вопросы демографического или классифицирующего характера. Примеры таких вопросов даны в отдельном документе.

Поблагодарите респондента за его участие и завершите интервью

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Спасибо Вам за Ваше время и участие. На этом наше интервью окончено»

ТИПОВАЯ АНКЕТА «ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ»

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Здравствуйте. Благодарим Вас за согласие участвовать в этом опросе. Я из [вставить наименование организации], и мы хотели бы задать Вам несколько вопросов по поводу приобретения и использования продовольственных и иных товаров, которые Вы возможно, покупаете в магазинах розничной торговли.

Хотим заверить Вас в том, что это настоящее рыночное исследование и что мы гарантируем полную конфиденциальность Ваших ответов. [Добавить соответствующее заявление о том, что ваша организация соблюдает в своей работе требования национальной ассоциации исследований рынка]»

ВОПРОС ВСЕМ

B1a Сообщите, пожалуйста, Ваш возраст

ЗАДАТЬ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС, ЕСЛИ РЕСПОНДЕНТ ОТКАЗЫВАЕТСЯ НАЗВАТЬ СВОЙ ТОЧНЫЙ ВОЗРАСТ ПРИ ОТВЕТЕ НА ВОПРОС B1a

B1b Скажите, пожалуйста, какой из этих групп соответствует Ваш возраст:

ОДИН ОТВЕТ

Пример А	Пример В	Пример С
13 или ниже [БЛИЗКО]	13 или ниже [БЛИЗКО]	13 или ниже [БЛИЗКО]
14-17	14-17	14-17
18-24	18-24	18-20
25-29	25-29	21-25
30-34	30-39	26-30
35-39	40-49	31-35
40-44	50-59	36-45
45-49	60-69	46-54
50-54	70+	55+
55-59		
60-64		
65+		

ВОПРОС ВСЕМ

B2 Вы ...

ОДИН ОТВЕТ

[Примечание: В случае личного интервью интервьюер заполняет эту часть на основе собственного наблюдения]

Мужчина.....

Женщина

Предпочитаю не отвечать.....

ВОПРОС ВСЕМ

B3 Каков Ваш текущий уровень занятости?

ОДИН ОТВЕТ

- Полная занятость (35 и более часов в неделю)
Частичная занятость
Работа на дому / домохозяйка
Учащийся
Пенсионер
Не работаю

ВОПРОС ВСЕМ

В4 В каком из перечисленных ниже регионов Вы живете?

ОДИН ОТВЕТ

- Регион 1
Регион 2
Регион 3
Регион 4
Регион 5
Регион 6
Регион 7
Регион 8
Регион 9

ВОПРОС ВСЕМ

В5 Прежде всего, какова Ваша роль в закупках продуктов питания в Вашей семье?

ОДИН ОТВЕТ

- Я произвожу, один или вместе с другим членом моей семьи, основные закупки
Я произвожу только дополнительные закупки
Я редкоучаствую/ никогда не участвую в закупках продуктов питания для семьи

КВОТНАЯ ПРОВЕРКА

ПРОВЕРЬТЕ СООТВЕТСТВИЕ РЕСПОНДЕНТА КВОТНЫМ КРИТЕРИЯМ ОТБОРА.

ЕСЛИ ОН НЕ СООТВЕТСТВУЕТ КВОТНЫМ КРИТЕРИЯМ ОТБОРА, ПОБЛАГОДАРИТЕ ЕГО ЗА УДЕЛЕННОЕ ИМ ВРЕМЯ И ЗАВЕРШИТЕ ИНТЕРВЬЮ.

ЕСЛИ РЕСПОНДЕНТ СООТВЕТСТВУЕТ КРИТЕРИЯМ, ПЕРЕЙДИТЕ К ОСНОВНОЙ ЧАСТИ АНКЕТЫ.

Основной опрос: используемые категории товаров

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Данный опрос касается товаров, которые Вы, возможно, покупаете для себя или членов Вашей семьи в супермаркетах или магазинах розничной торговли»

ВОПРОС ВСЕМ

В6 Какие из этих товаров Вы лично покупали для себя или членов Вашей семьи в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ В ПОРЯДКЕ РОТАЦИИ / СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ

- | | |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| Диски DVD или Blu-ray | <input type="checkbox"/> |
| Музыкальные CD | <input type="checkbox"/> |
| Одежда | <input type="checkbox"/> |
| Косметика..... | <input type="checkbox"/> |
| Сигареты | <input type="checkbox"/> |
| Продукты питания, например, печенье или сухие завтраки | <input type="checkbox"/> |
| Крепкие спиртные напитки, например, водка или виски | <input type="checkbox"/> |
| Вино или пиво | <input type="checkbox"/> |
| Пирожные в упаковке | <input type="checkbox"/> |
| Лекарства..... | <input type="checkbox"/> |
| Товары для здоровья или диетические продукты, например, витамины | <input type="checkbox"/> |
| Дизайнерская одежда | <input type="checkbox"/> |
| Гигиеническая косметика, например, деодоранты, шампуни или
средства ухода | <input type="checkbox"/> |
| Безалкогольные напитки | <input type="checkbox"/> |
| Стиральный порошок / моющие средства | <input type="checkbox"/> |
| Продукты бытовой гигиены | <input type="checkbox"/> |
| Зарядные устройства и аксессуары для мобильных телефонов | <input type="checkbox"/> |
| Силовой инструмент..... | <input type="checkbox"/> |
| Другие малогабаритные бытовые электротовары | <input type="checkbox"/> |
| Автодетали (запчасти и иные детали) | <input type="checkbox"/> |
| Картриджи для принтеров | <input type="checkbox"/> |
| Книги (развлекательная литература)..... | <input type="checkbox"/> |
| Аудиокниги..... | <input type="checkbox"/> |

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Следующий вопрос касается контрафактных или поддельных товаров; речь идет о товарах, которые изготавливаются и маркируются таким образом, чтобы они выглядели как созданные обладателями известных брендов или известными производителями, будучи в действительности созданными кем-то другим. Здесь не идет речь о товарах, продаваемых под частными марками торговых предприятий, а лишь о товарах, помещаемых в упаковку, цель которой – представить товар неизвестного происхождения как товар, произведенный известной компанией. Хотим заверить Вас в том, что это настоящее исследование рынка: мы заинтересованы в определении объемов рыночного оборота контрафактной продукции и гарантируем полную конфиденциальность Ваших ответов.»

ВОПРОС ВСЕМ

B7a О каких из этих видов товаров Вы уже слышали раньше как о товарах, существующих в торговом обороте в контрафактном виде?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ**СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ, ИЗВЕСТНЫХ РЕСПОНДЕНТУ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС B7a**

B7b Видели ли Вы в продаже контрафактные товары любой из этих категорий в последние 12 месяцев, включая товары, продаваемые в розничной сети, в Интернет-магазинах или на рынках?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ**СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ, ИЗВЕСТНЫХ РЕСПОНДЕНТУ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС B7a**

B7c Покупали ли Вы контрафактные товары любой из этих категорий в последние 12 месяцев, независимо от того, знали ли Вы об их контрафактном характере при их приобретении?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ**СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ КАЖДОЙ ИЗ КАТЕГОРИЙ КОНТРАФАКТНЫХ ТОВАРОВ, КОТОРЫЕ ПРИОБРЕТАЛИСЬ РЕСПОНДЕНТОМ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС B7c**

B7d Когда Вы приобретали контрафактный [ЗАЧИТАТЬ / ПОКАЗАТЬ ТОВАР], знали ли Вы до его приобретения, что он является контрафактным или поддельным?

ОДИН ОТВЕТ НА КАЖДУЮ КАТЕГОРИЮ**СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ ТОВАРОВ, КОТОРЫЕ РЕСПОНДЕНТ ПРИОБРЕТАЛ, НЕ ЗНАЯ, ЧТО ОНИ ЯВЛЯЮТСЯ КОНТРАФАКТНЫМИ, СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС B7d**

B7e Вы только что сказали, что Вы покупали контрафактные товары в последние 12 месяцев, не зная в момент покупки, что это контрафакт. Скажите, пожалуйста, если бы Вы знали о контрафактном характере [ЗАЧИТАТЬ / ПОКАЗАТЬ КАТЕГОРИЮ] в момент покупки, Вы все равно купили бы этот товар?

ОДИН ОТВЕТ НА КАЖДУЮ КАТЕГОРИЮ

[При необходимости в данный перечень можно добавить и другие категории товаров]

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ ПОЗИЦИИ В ТОМ ЖЕ ПОРЯДКЕ, ЧТО И ДЛЯ ВОПРОСА B6	B7a Слышал	B7b Видел в продаже	B7c Покупал в контрафакт- ной / поддельной версии в последние 12 месяцев	B7d Знал о контрафактном характере при покупке	B7e Все равно купил бы
Диски DVD или Blu-ray				Да / Нет	Да / Нет
Музыкальные CD				Да / Нет	Да / Нет
Одежда				Да / Нет	Да / Нет
Косметика				Да / Нет	Да / Нет
Сигареты				Да / Нет	Да / Нет
Продукты питания, например, печенье или сухие завтраки				Да / Нет	Да / Нет
Крепкие спиртные напитки, например, водка или виски				Да / Нет	Да / Нет
Вино или пиво				Да / Нет	Да / Нет
Пирожные в упаковке				Да / Нет	Да / Нет
Лекарства				Да / Нет	Да / Нет
Товары для здоровья или диетические продукты, например, витамины				Да / Нет	Да / Нет
Дизайнерская одежда				Да / Нет	Да / Нет
Гигиеническая косметика, например,				Да / Нет	Да / Нет

деодоранты, шампуни или средства ухода				
Безалкогольные напитки			Да / Нет	Да / Нет
Стиральный порошок / моющие средства			Да / Нет	Да / Нет
Продукты бытовой гигиены			Да / Нет	Да / Нет
Зарядные устройства и аксессуары для мобильных телефонов			Да / Нет	Да / Нет
Силовой инструмент			Да / Нет	Да / Нет
Другие малогабаритные бытовые электротовары			Да / Нет	Да / Нет
Автозапчасти			Да / Нет	Да / Нет
Картриджи для принтеров			Да / Нет	Да / Нет
Книги (развлекательная литература)			Да / Нет	Да / Нет
Аудиокниги			Да / Нет	Да / Нет
Ничего из перечисленного				

ЕСЛИ ИЗ ОТВЕТА НА ВОПРОС В7с СЛЕДУЕТ, ЧТО РЕСПОНДЕНТ НЕ ПОКУПАЛ КОНТРАФАКТНЫХ ТОВАРОВ, ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ В9

[Следующий вопрос не является обязательным. Его следует включать только в том случае, если опрос проводится изолированно, а не в рамках мониторингового исследования]

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ КАЖДОЙ ИХ ПОЗИЦИЙ, УПОМЯНУТЫХ В ОТВЕТЕ НА ВОПРОС B7d (ПРИОБРЕТАЛИСЬ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ И РЕСПОНДЕНТ ЗНАЛ ОБ ИХ КОНТРАФАКТНОМ ХАРАКТЕРЕ)

B8 Вы сказали, что в последние 12 месяцев покупали контрафактные товары, зная, что они являются таковыми. Можете ли Вы сообщить в отношении каждого из таких контрафактных или поддельных товаров, покупаете ли Вы их сейчас меньше, примерно столько же или больше, чем 12 месяцев назад?

ОДИН ОТВЕТ ДЛЯ КАЖДОГО ВИДА ТОВАРА

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ ПОЗИЦИИ В ТОМ ЖЕ ПОРЯДКЕ, ЧТО И ДЛЯ ВОПРОСА B6	Покупал меньше, чем 12 месяцев назад	Покупал примерно столько же, что и 12 месяцев назад	Покупал больше, чем 12 месяцев назад
Диски DVD или Blu-ray			
Музыкальные CD			
Одежда			
Косметика			
Сигареты			
Продукты питания, например, печенье или сухие завтраки			
Крепкие спиртные напитки, например, водка или виски			
Вино или пиво			
Пирожные в упаковке			
Лекарства			
Товары для здоровья или диетические продукты, например, витамины			
Дизайнерская одежда			
Гигиеническая косметика, например, деодоранты, шампуни или средства ухода			
Безалкогольные напитки			
Стиральный порошок / моющие средства			
Продукты бытовой гигиены			
Зарядные устройства и аксессуары для мобильных телефонов			
Силовой инструмент			
Другие малогабаритные бытовые электротовары			
Автозапчасти			
Картриджи для принтеров			
Книги (развлекательная литература)			
Аудиокниги			

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ ТОВАРОВ, КОТОРЫЕ РЕСПОНДЕНТ ВИДЕЛ В ПРОДАЖЕ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС B7b. ЕСЛИ ОН НЕ ВИДЕЛ ТАКИХ ТОВАРОВ, ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ B13

B9 Вы сказали, что в последние 12 месяцев видели в продаже контрафактные версии [ЗАЧИТАТЬ / ПОКАЗАТЬ КАТЕГОРИЮ ИЗ ОТВЕТА НА ВОПРОС B7b]. Могли бы вы назвать все места, где они предлагались к продаже?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

[При необходимости можно добавить другие категории торговых предприятий, характерные для конкретной территории – например, киоски]

электротовары							
Автозапчасти							
Картриджи для принтеров							
Книги (развлекательная литература)							
Аудиокниги							

**ЕСЛИ РЕСПОНДЕНТ НЕ ПОКУПАЛ КОНТРАФАКТНЫХ ТОВАРОВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС
В7с, ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ В13**

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ ТОВАРОВ, КОТОРЫЕ ПРИОБРЕТАЛИСЬ РЕСПОНДЕНТОМ С ПОНИМАНИЕМ ТОГО, ЧТО ЭТО КОНТРАФАКТНЫЕ ТОВАРЫ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС B7d

В10а Вы сказали, что в последние 12 месяцев приобретали контрафактные версии [ЗАЧИТАТЬ ПОКАЗАТЬ КАТЕГОРИЮ ТОВАРА], зная, что это контрафактные товары. Могли бы вы назвать все места, где Вы приобретали такие товары последние 12 месяцев, зная, что они контрафактные? ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ ПО КАЖДОЙ КАТЕГОРИИ ТОВАРОВ, КОТОРЫЕ ПРИОБРЕТАЛИСЬ РЕСПОНДЕНТОМ С ПОНИМАНИЕМ ТОГО, ЧТО ЭТО КОНТРАФАКТНЫЕ ТОВАРЫ

[При необходимости можно добавить другие категории торговых предприятий, характерные для конкретной территории – например, киоски]

одежда								
Гигиеническая косметика, например, деодоранты, шампуни или средства ухода								
Безалкогольные напитки								
Стиральный порошок / моющие средства								
Продукты бытовой гигиены								
Зарядные устройства и аксессуары для мобильных телефонов								
Силовой инструмент								
Другие малогабаритные бытовые электротовары								
Автозапчасти								
Картриджи для принтеров								
Книги (развлекательная литература)								
Аудиокниги								

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ ТОВАРОВ, КОТОРЫЕ ПРИОБРЕТАЛИСЬ РЕСПОНДЕНТОМ, НЕ ЗНАВШИМ, ЧТО ЭТО КОНТРАФАКТНЫЕ ТОВАРЫ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС B7d

B10b Вы сказали, что в последние 12 месяцев приобретали контрафактные версии [ЗАЧИТАТЬ/ПОКАЗАТЬ КАТЕГОРИЮ ТОВАРА], не понимая в момент покупки, что это контрафактные товары. Могли бы вы назвать все места, где Вы приобретали такие товары последние 12 месяцев, не зная, что они контрафактные?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

[При необходимости можно добавить другие категории торговых предприятий, характерные для конкретной территории – например, киоски]

Сигареты								
Продукты питания, например, печенье или сухие завтраки								
Крепкие спиртные напитки, например, водка или виски								
Вино или пиво								
Пирожные в упаковке								
Лекарства								
Товары для здоровья или диетические продукты, например, витамины								
Дизайнерская одежда								
Гигиеническая косметика, например, деодоранты, шампуни или средства ухода								
Безалкогольные напитки								
Стиральный порошок / моющие средства								
Продукты бытовой гигиены								
Зарядные устройства и аксессуары для мобильных телефонов								
Силовой инструмент								
Другие малогабаритные бытовые электротовары								
Автозапчасти								
Картриджи для принтеров								
Книги (развлекательная литература)								
Аудиокниги								

ВОПРОС ВСЕМ, КТО УПОМЯНУЛ ПО КРАЙНЕЙ МЕРЕ ОДИН ВИД ТОВАРОВ В ОТВЕТЕ НА ВОПРОС В7д (КУПИЛ, ЗНАЯ, ЧТО ЭТО КОНТРАФАКТ) ИЛИ ОТВЕТИЛ «ДА» В ОТНОШЕНИИ ПО КРАЙНЕЙ МЕРЕ ОДНОЙ ПОЗИЦИИ ПРИ ОТВЕТЕ НА ВОПРОС В7е (КУПИЛ БЫ ВСЕ РАВНО)

В11а Вы сказали, что купили контрафактные продукты питания или товары, которые могли быть приобретены в торговом предприятии, зная, что они контрафактные, или что Вы все равно купили бы их, даже если бы знали об их контрафактном характере.

Можете ли Вы указать все причины, по которым Вы купили бы контрафактные товары этого вида?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ВОПРОС ВСЕМ, КТО УПОМЯНУЛ ПО КРАЙНЕЙ МЕРЕ ВИД ТОВАРОВ В ОТВЕТЕ НА ВОПРОС B7d (КУПИЛ, ЗНАЯ, ЧТО ЭТО КОНТРАФАКТ) ИЛИ ОТВЕТИЛ «ДА» В ОТНОШЕНИИ ПО КРАЙНЕЙ МЕРЕ ОДНОЙ ПОЗИЦИИ ПРИ ОТВЕТЕ НА ВОПРОС B7e (КУПИЛ БЫ ВСЕ РАВНО)

B11b Какая **ОДНА** из этих причин наиболее важна для Вас?

ОДИН ОТВЕТ

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ ПРИЧИНЫ В ПОРЯДКЕ РОТАЦИИ / СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ	B11a Все причины	B11b Самая важная причина
Экономия: Получение товаров в фирменной упаковке бесплатно / по более низкой цене по сравнению с подлинными товарами		
Удобство: Получение необходимых мне вещей в любой момент, когда они мне нужны		
Я считаю, что подлинные фирменные товары стоят слишком дорого		
У меня недостаточно средств для покупки подлинных фирменных товаров		
Удобство: это проще, чем покупать подлинные фирменные товары в магазине или Интернет-магазин		
Потому что так делают все мои знакомые		
Какая-то иная причина (Просьба указать здесь _____)		

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ, КТО ПОКУПАЛ ТОВАР ПО КРАЙНЕЙ МЕРЕ ОДНОГО ВИДА СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС B7c (ПОКУПАЛ КОНТРАФАКТНЫЕ / ПОДДЕЛЬНЫЕ ТОВАРЫ)

ВОПРОС КАСАЕТСЯ ТОЛЬКО ТЕХ ВИДОВ ТОВАРОВ, КОТОРЫЕ РЕСПОНДЕНТ ПОКУПАЛ СОГЛАСНО ЕГО ОТВЕТУ НА ВОПРОС B7c

B12 Вы сказали, что в последние 12 месяцев Вы покупали какие-то контрафактные или поддельные товары. В отношении каждого вида товаров, которые Вы покупали, можете ли Вы сказать, имея в виду их качество в целом, как соотносится качество контрафактных или поддельных товаров с качеством подлинных товаров? Нас интересует Ваше личное мнение об их качестве.

ОДИН ОТВЕТ НА КАЖДУЮ ПОЗИЦИЮ

ПОКАЗЫВАЙТЕ / ЗАДАВАЙТЕ ВОПРОСЫ ТОЛЬКО В ОТНОШЕНИИ ТЕХ ВИДОВ ТОВАРОВ, КОНТРАФАКТНЫЕ ВЕРСИИ КОТОРЫХ ПРИОБРЕТАЛИСЬ РЕСПОНДЕНТОМ

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ ПОЗИЦИИ В ТОМ ЖЕ ПОРЯДКЕ, ЧТО И ДЛЯ ВОПРОСА B6	Их качество....				
	намного хуже качества подлинных товаров	немного хуже качества подлинных товаров	примерно такое же, как и качество подлинных товаров	немного лучше качества подлинных товаров	намного лучше качества подлинных товаров
Диски DVD или Blu-ray					

Музыкальные CD					
Одежда					
Косметика					
Сигареты					
Продукты питания, например, печенье или сухие завтраки					
Крепкие спиртные напитки, например, водка или виски					
Вино или пиво					
Пирожные в упаковке					
Лекарства					
Товары для здоровья или диетические продукты, например, витамины					
Дизайнерская одежда					
Гигиеническая косметика, например, деодоранты, шампуни или средства ухода					
Безалкогольные напитки					
Стиральный порошок / моющие средства					
Продукты бытовой гигиены					
Зарядные устройства и аксессуары для мобильных телефонов					
Силовой инструмент					
Другие малогабаритные бытовые электротовары					
Автозапчасти					
Картриджи для принтеров					
Книги (развлекательная литература)					
Аудиокниги					

Раздел «Отношение к контрафактным товарам»

ВОПРОС ВСЕМ

В13 Сейчас я предъявию Вам ряд утверждений разных людей, касающихся приобретения контрафактных версий товаров, которые могут продаваться в супермаркетах или магазинах розничной торговли, например, продуктов питания, спиртных напитков, косметики, продуктов бытовой гигиены или мологабаритных электротоваров. [Данный текст может потребовать корректировки с учетом особенностей территории и степени распространенности на ней контрафактных товаров]. Просим Вас сказать, согласны ли Вы лично с каждым из этих утверждений. Пользуясь шкалой от 1 до 10, отметьте 10, если Вы совершенно согласны. Отметьте 1, если Вы решительно не согласны. Пользуясь этой шкалой, покажите нам степень Вашего согласия или несогласия с каждым утверждением.

ОДИН ОТВЕТ ДЛЯ КАЖДОГО УТВЕРЖДЕНИЯ

ПРИВОДИТЕ УТВЕРЖДЕНИЯ В ПОРЯДКЕ РОТАЦИИ / В СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ	Решитель-но не согласен 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Совершен-но согласен 10	Не знаю / не имею опыта
приобретении и использовании контрафактных товаров я потерял желание ими пользоваться											

ОЦЕНКИ, КАСАЮЩИЕСЯ КОНКРЕТНЫХ ОТРАСЛЕЙ – ВОПРОС ВСЕМ ВСЕГДА ПРИВОДИТЕ В КОНЦЕ	Решитель-но не согласен 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Совершен-но согласен 10	Не знаю / не имею опыта
Я считаю приобретение контрафактных товаров неправильным											
Оборот контрафактных продуктов питания имеет значительные негативные последствия для пищевой промышленности											
Оборот контрафактной [УКАЗАТЬ ВИД ПРОДУКЦИИ] имеет значительные негативные последствия для отрасли производства [УКАЗАТЬ НАЗВАНИЕ ОТРАСЛИ]											

[При необходимости в анкету можно добавить другие оценочные утверждения, касающиеся конкретных отраслей / видов продукции. Во избежание утомления респондента просим не включать в данный перечень более пяти отраслей]

Модуль «Компьютерные программы»

Если в анкету предполагается включить модуль «Компьютерные программы», его необходимо поместить здесь (см. отдельный документ)

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ, КТО ПОКУПАЛ (СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В7с (ПРИОБРЕТЕНИЕ КОНТРАФАКТНЫХ / ПОДДЕЛЬНЫХ ТОВАРОВ))

В14 Вы сказали, что покупали в последние 12 месяцев какие-то контрафактные или поддельные товары. Можете ли Вы ответить, имея в виду этот вид товаров в целом, что побудило бы Вас перестать покупать такие нелицензионные копии и покупать подлинные фирменные товары?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

МЕНЯЙТЕ ПОРЯДОК ПРЕДЪЯВЛЕНИЯ ВОПРОСОВ ПУТЕМ ИХ РОТАЦИИ (КРОМЕ ПОСЛЕДНИХ ТРЕХ ПОЗИЦИЙ, КОТОРЫЕ ВСЕГДА ДОЛЖНЫ БЫТЬ В КОНЦЕ)

Если бы подлинные фирменные товары были дешевле

Если бы в предприятиях розничной торговли моего района имелся более широкий выбор подлинных фирменных товаров

Если бы я считал, что меня могут уличить в приобретении контрафактных или поддельных товаров

Если бы я считал, что за приобретение контрафактных или поддельных товаров меня могут привлечь к ответственности

Если бы это перестали делать все остальные

Если бы находить в продаже контрафактные или поддельные товары стало намного труднее

Если бы мои друзья или члены семьи были уличены / привлечены к ответственности за приобретение контрафактных или поддельных товаров

- Если бы в СМИ появились публикации о преследовании людей за приобретение контрафактных или поддельных товаров□
- Если бы было понятнее, что является подлинным, а что – нет.....□
- Если бы я обладал более надежной информацией о том, как узнать, является ли тот или иной товар подлинным□
- Я не покупаю / не стал бы покупать заведомо контрафактные или поддельные товары....□
- Какая-то иная причина (Просьба указать здесь _____)□
- Ничто не заставит меня перестать покупать контрафактные или поддельные товары□

ВОПРОС ВСЕМ

B15 Имея в виду Интернет-сайты, на которых продаются товары, которые можно купить в супермаркете или розничной сети, какие меры могли бы принять такие сайты, чтобы убедить Вас, что их товары являются лицензионными?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЧЕРЕДУЙТЕ ПОРЯДОК ПРЕДЪЯВЛЕНИЯ ХАРАКТЕРИСТИК

- Оказание сервиса признанной / известной компанией□
- Наличие системы государственного подтверждения / аккредитации.....□
- Наличие отраслевого стандарта / символа, подтверждающего легальность сервиса□
- Обеспечение сайтом защитных мер (платежи, сертификаты, условия, охрана при помощи паролей и т. д.)□
- Наличие на сайте четкого заявления в том смысле, что предлагаемые товары – это подлинные фирменные товары□
- Наличие сайта/организации, ведущих перечень сайтов, имеющих право на продажу подлинных фирменных товаров, с которым я мог бы свериться.....□
- Подтверждение легальности сервиса конкретными дизайнёрами и производителями□

ВОПРОС ВСЕМ

B16 Какие еще характеристики сайта или Интернет-сервиса позволяют Вам понять, предлагает ли он подлинные или неподлинные товары?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЧЕРЕДУЙТЕ ПОРЯДОК ПРЕДЪЯВЛЕНИЯ ХАРАКТЕРИСТИК

- Цена продаваемых товаров и услуг□
- Если моя программа антивирусной и сетевой безопасности дает мне возможность войти на сайт, не выдавая предупреждений, я уверен, что товары являются подлинными□
- Если на сайте нет агрессивной рекламы, всплывающих окон и т. д.....□
- Человек просто понимает, когда товары подлинные, руководствуясь здравым смыслом□
- Справки, которые я навел о компании, которой принадлежит сайт□
- Я полагаюсь на мнение других / молву /обзоры и рецензии□
- Качество или профессионализм вебсайта□
- Анализ и обзоры потребителями товаров, предлагаемых к продаже□
- Никакие/Не знаю□
- [Эти две строки всегда показываются последними]
- Мне не важно, лицензионные они или нет□
- [Эти две строки всегда показываются последними]

Раздел «Эффективность медийной кампании, направленной против контрафакции / пиратства»

При необходимости в этом месте анкеты можно добавить вопросы раздела «Оценка эффективности медийной кампании» (см. отдельный документ)

Добавьте завершающие вопросы демографического характера

В конце опроса принято задавать дополнительные вопросы демографического или классифицирующего характера. Примеры таких вопросов даны в отдельном документе.

Поблагодарите респондента за его участие и завершите интервью

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «*Спасибо Вам за Ваше время и участие. На этом наше интервью окончено*»

ТИПОВАЯ АНКЕТА «ПРЕДМЕТЫ РОСКОШИ И ОДЕЖДА»

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Здравствуйте. Благодарим Вас за согласие участвовать в этом опросе. Я из [вставить наименование организации], и мы хотели бы задать Вам несколько вопросов по поводу покупки одежды и других модных изделий, которые Вы, возможно, покупаете для себя или членов Вашей семьи в Интернет-магазинах или предприятиях розничной торговли.

Хотим заверить Вас в том, что это настояще рыночное исследование и что мы гарантируем полную конфиденциальность Ваших ответов. [Добавить соответствующее заявление о том, что ваша организация соблюдает в своей работе требования национальной ассоциации исследований рынка]»

ВОПРОС ВСЕМ

B1a Сообщите, пожалуйста, Ваш возраст

ЗАДАТЬ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС, ЕСЛИ РЕСПОНДЕНТ ОТКАЗЫВАЕТСЯ НАЗВАТЬ СВОЙ ТОЧНЫЙ ВОЗРАСТ ПРИ ОТВЕТЕ НА ВОПРОС B1a

B1b Скажите, пожалуйста, какой из этих групп соответствует Ваш возраст:

ОДИН ОТВЕТ

Пример А	Пример В	Пример С
13 или ниже [БЛИЗКО]	13 или ниже [БЛИЗКО]	13 или ниже [БЛИЗКО]
14-17	14-17	14-17
18-24	18-24	18-20
25-29	25-29	21-25
30-34	30-39	26-30
35-39	40-49	31-35
40-44	50-59	36-45
45-49	60-69	46-54
50-54	70+	55+
55-59		
60-64		
65+		

ВОПРОС ВСЕМ

B2 Вы ...

ОДИН ОТВЕТ

[Примечание: В случае личного интервью интервьюер заполняет эту часть на основе собственного наблюдения]

Мужчина

Женщина

Предпочитаю не отвечать

ВОПРОС ВСЕМ

B3 Уровень занятости

ОДИН ОТВЕТ

- Полная занятость (35 и более часов в неделю)
- Частичная занятость
- Работа на дому / домохозяйка
- Учащийся
- Пенсионер
- Не работаю

ВОПРОС ВСЕМ

В4 Регион (при необходимости)

ОДИН ОТВЕТ

- Регион 1
- Регион 2
- Регион 3
- Регион 4
- Регион 5
- Регион 6
- Регион 7
- Регион 8
- Регион 9

КВОТНАЯ ПРОВЕРКА

ПРОВЕРЬТЕ СООТВЕТСТВИЕ РЕСПОНДЕНТА КВОТНЫМ КРИТЕРИЯМ ОТБОРА.

ЕСЛИ ОН НЕ СООТВЕТСТВУЕТ КВОТНЫМ КРИТЕРИЯМ ОТБОРА, ПОБЛАГОДАРИТЕ ЕГО ЗА УДЕЛЕННОЕ ИМ ВРЕМЯ И ЗАВЕРШИТЕ ИНТЕРВЬЮ.

ЕСЛИ РЕСПОНДЕНТ СООТВЕТСТВУЕТ КРИТЕРИЯМ, ПЕРЕЙДИТЕ К ОСНОВНОЙ ЧАСТИ АНКЕТЫ.

Основной опрос: используемые категории товаров

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Данный опрос касается изделий, которые Вы, возможно, покупаете для себя или членов Вашей семьи через Интернет или в магазинах розничной торговли, включая одежду и предметы моды, например, парфюмерию, обувь и дамские сумки...»

ВОПРОС ВСЕМ

В5 Какие из этих товаров Вы лично покупали для себя или членов Вашей семьи в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ В ПОРЯДКЕ РОТАЦИИ / СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ

- Обувь.....
- Дамские сумки
- Дизайнерская одежда
- Парфюмерия
- Часы
- Косметические товары
- Ювелирные изделия
- Дизайнерская одежда
- Массовая одежда или собственные марки розничных сетей
- Дизайнерское белье.....

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Следующий вопрос касается контрафактных или поддельных товаров; речь идет о товарах, которые изготавливаются и маркируются таким образом, чтобы они выглядели как созданные известными производителями, будучи в действительности созданными кем-то другим. Если говорить о товарах, которые, как Вы только что сказали, Вы покупали в последние 12 месяцев, а также о подлинных брендовых товарах, многие из них также имеются на рынке как контрафактные или поддельные. Хотим заверить Вас в том, что это настоящее исследование рынка: мы заинтересованы в определении объемов рыночного оборота контрафактной продукции и гарантируем полную конфиденциальность Ваших ответов.»

ВОПРОС ВСЕМ

В6а О каких из этих видов товаров Вы уже слышали раньше как о товарах, существующих в торговом обороте в контрафактном виде?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ, ИЗВЕСТНЫХ РЕСПОНДЕНТУ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В6а

В6б Видели ли Вы в продаже контрафактные товары любой из этих категорий в последние 12 месяцев, включая товары, продаваемые в розничной сети, в Интернет-магазинах или на рынках?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ, ИЗВЕСТНЫХ РЕСПОНДЕНТУ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В6а

В6с Покупали ли Вы контрафактные товары любой из этих категорий в последние 12 месяцев, независимо от того, знали ли Вы об их контрафактном характере при их приобретении?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ КАЖДОЙ ИЗ КАТЕГОРИЙ КОНТРАФАКТНЫХ ТОВАРОВ, КОТОРЫЕ ПРИОБРЕТАЛИСЬ РЕСПОНДЕНТОМ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В6с

В6д Когда Вы приобретали контрафактный [ЗАЧИТАТЬ / ПОКАЗАТЬ ТОВАР], знали ли Вы до его приобретения, что он является контрафактным или поддельным?

ОДИН ОТВЕТ НА КАЖДУЮ КАТЕГОРИЮ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ ТОВАРОВ, КОТОРЫЕ РЕСПОНДЕНТ ПРИОБРЕТАЛ, НЕ ЗНАЯ, ЧТО ОНИ ЯВЛЯЮТСЯ КОНТРАФАКТНЫМИ, СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В6д

В6е Вы только что сказали, что Вы покупали контрафактные товары в последние 12 месяцев, не зная в момент покупки, что это контрафакт. Скажите, пожалуйста, если бы Вы знали о контрафактном характере [ЗАЧИТАТЬ / ПОКАЗАТЬ КАТЕГОРИЮ] в момент покупки, Вы все равно купили бы этот товар?

ОДИН ОТВЕТ НА КАЖДУЮ КАТЕГОРИЮ

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ ПОЗИЦИИ В ТОМ ЖЕ ПОРЯДКЕ, ЧТО И ДЛЯ ВОПРОСА В5	В6а Слышал	В6б Видел в продаже	В6с Покупал в контрафакт- ной / поддельной версии в последние 12 месяцев	В6д Знал при покупке, что это контрафактная/ поддельная версия	В6е Всё равно купил бы
Обувь				Да / нет	Да / нет
Дамские сумки				Да / нет	Да / нет
Дизайнерская одежда				Да / нет	Да / нет
Парфюмерия				Да / нет	Да / нет
Часы				Да / нет	Да / нет
Косметические товары				Да / нет	Да / нет
Ювелирные изделия				Да / нет	Да / нет
Дизайнерская одежда				Да / нет	Да / нет
Дизайнерское белье				Да / нет	Да / нет
Ничего из перечисленного					

ЕСЛИ ИЗ ОТВЕТА НА ВОПРОС В6с СЛЕДУЕТ, ЧТО РЕСПОНДЕНТ НЕ ПОКУПАЛ КОНТРАФАКТНЫХ ТОВАРОВ, ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ В8

[Следующий вопрос не является обязательным. Его следует включать только в том случае, если опрос проводится изолированно, а не в рамках мониторингового исследования]

**СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ КАЖДОЙ ИХ ПОЗИЦИИ, УПОМЯНУТЫХ В ОТВЕТЕ НА ВОПРОС
B6d (ПРИОБРЕТАЛИСЬ В ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ И РЕСПОНДЕНТ ЗНАЛ О ИХ
КОНТРАФАКТНОМ ХАРАКТЕРЕ)**

В7 Вы сказали, что в последние 12 месяцев покупали контрафактные товары, зная, что они являются таковыми. Можете ли Вы сообщить в отношении каждого вида таких контрафактных или поддельных товаров, покупаете ли Вы их сейчас меньше, примерно столько же или больше, чем 12 месяцев назад?

ОДИН ОТВЕТ ДЛЯ КАЖДОГО ВИДА ТОВАРА

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ ПОЗИЦИИ В ТОМ ЖЕ ПОРЯДКЕ, ЧТО И ДЛЯ ВОПРОСА B5	Покупал меньше, чем 12 месяцев назад	Покупал примерно столько же, что и 12 месяцев назад	Покупал больше, чем 12 месяцев назад
Обувь			
Дамские сумки			
Дизайнерская одежда			
Парфюмерия			
Часы			
Косметические товары			
Ювелирные изделия			
Дизайнерское белье			

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ ТОВАРОВ, КОТОРЫЕ РЕСПОНДЕНТ ВИДЕЛ В ПРОДАЖЕ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В6б. ЕСЛИ ОН НЕ ВИДЕЛ ТАКИХ ТОВАРОВ, ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ В12

В8 Вы сказали, что в последние 12 месяцев видели в продаже контрафактные версии [ЗАЧИТАТЬ /ПОКАЗАТЬ КАТЕГОРИЮ ИЗ ОТВЕТА НА ВОПРОС В6б]. Могли бы вы назвать все места, где они предлагались к продаже?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

[При необходимости можно добавить другие категории торговых предприятий, характерные для конкретной территории – например, киоски]

Косметические товары							
Ювелирные изделия							
Дизайнерское белье							

**ЕСЛИ РЕСПОНДЕНТ НЕ ПОКУПАЛ КОНТРАФАКТНЫХ ТОВАРОВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ
НА ВОПРОС В6с, ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ В12**

**СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ ТОВАРОВ, КОТОРЫЕ ПРИОБРЕТАЛИСЬ
РЕСПОНДЕНТОМ СО ЗНАНИЕМ ТОГО, ЧТО ЭТО КОНТРАФАКТНЫЕ ТОВАРЫ СОГЛАСНО ОТВЕТУ
НА ВОПРОС В6д**

В9а Вы сказали, что в последние 12 месяцев преобретали контрафактные версии **[ЗАЧИТАТЬ / ПОКАЗАТЬ КАТЕГОРИЮ ТОВАРА]**, зная, что это контрафактные товары. Могли бы вы назвать все места, где Вы преобретали такие товары последние 12 месяцев, зная, что они контрафактные? **ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ ПО КАЖДОЙ ИЗ КАТЕГОРИЙ ТОВАРОВ, ПРИОБРЕТАВШИХСЯ СО ЗНАНИЕМ ТОГО, ЧТО ОНИ КОНТРАФАКТНЫЕ**

[При необходимости можно добавить другие категории торговых предприятий, характерные для конкретной территории – например, киоски]

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ ТОВАРОВ, КОТОРЫЕ ПРИОБРЕТАЛИСЬ РЕСПОНДЕНТОМ, НЕ ЗНАВШИМ, ЧТО ЭТО КОНТРАФАКТНЫЕ ТОВАРЫ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В6d

B9b Вы сказали, что в последние 12 месяцев преобретали контрафактные версии **[ЗАЧИТАТЬ / ПОКАЗАТЬ КАТЕГОРИЮ ТОВАРА]**, не осознавая в момент покупки, что это контрафактные товары. Могли бы вы назвать все места, где Вы преобретали такие товары последние 12 месяцев, не зная, что они контрафактные?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ ПО КАЖДОЙ ИЗ КАТЕГОРИЙ ТОВАРОВ, ПРИОБРЕТАВШИХСЯ СО ЗНАНИЕМ ТОГО, ЧТО ОНИ КОНТРАФАКТНЫЕ

[При необходимости можно добавить другие категории торговых предприятий, характерные для конкретной территории – например, киоски]

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ ПОЗИЦИИ В ТОМ ЖЕ ПОРЯДКЕ, ЧТО И ДЛЯ ВОПРОСА В5	Розничный магазин	Рыночный прилавок, включая продажу с машин	Уличный продавец или продавец, обходящий офисы или квартиры/дома	Друг или коллега	Интернет-магазин	Сайт Интернет-аукциона	За границей/на отдыхе	Ничего из перечисленного
Обувь								
Дамские сумки								
Дизайнерская одежда								
Парфюмерия								
Часы								
Косметические товары								
Ювелирные изделия								
Дизайнерское белье								

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ОТВЕТИЛ «ДА» В ОТНОШЕНИИ ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИХ КАТЕГОРИЙ В ОТВЕТЕ НА ВОПРОС В6d (КУПИЛ, ЗНАЯ, ЧТО ЭТО КОНТРАФАКТ) ИЛИ ОТВЕТИЛ «ДА» В ОТНОШЕНИИ ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИХ КАТЕГОРИЙ ПРИ ОТВЕТЕ НА ВОПРОС В6e (КУПИЛ БЫ ВСЕ РАВНО)

B10a Вы сказали, что купили контрафактную одежду или предметы роскоши, зная, что они контрафактные, или что Вы все равно купили бы их, даже если бы знали об их контрафактном характере. Можете ли Вы указать все причины, по которым Вы покупаете или купили бы контрафактные товары этого вида?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ОТВЕТИЛ «ДА» В ОТНОШЕНИИ ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИХ КАТЕГОРИЙ ТОВАРОВ В ОТВЕТЕ НА ВОПРОС В6d (КУПИЛ, ЗНАЯ, ЧТО ЭТО КОНТРАФАКТ) ИЛИ ОТВЕТИЛ «ДА» В ОТНОШЕНИИ ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИХ КАТЕГОРИЙ ТОВАРОВ ПРИ ОТВЕТЕ НА ВОПРОС В6e (КУПИЛ БЫ ВСЕ РАВНО)

B10b Какая **ОДНА** из этих причин наиболее важна для Вас?
ОДИН ОТВЕТ

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ ПРИЧИНЫ В ПОРЯДКЕ РОТАЦИИ/ СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ	B10a Все причины	B10b Самая важная причина
Экономия: Получение дизайнерских или брендовых товаров бесплатно / по более низкой цене по сравнению с подлинными товарами		
Удобство: Получение необходимых мне вещей в любой момент, когда они мне нужны		
Я считаю, что подлинные брендовые и дизайнерские товары стоят слишком дорого		
У меня недостаточно средств для покупки подлинных брендовых и дизайнерских товаров		
Удобство: это проще, чем покупать подлинные дизайнерские или брендовые товары в магазине или через Интернет		
Потому что так делают все мои знакомые		
Какая-то иная причина (Просьба указать здесь)		

**СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ, КТО ПОКУПАЛ ТОВАР ПО КРАЙНЕЙ МЕРЕ ОДНОГО ВИДА СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В6с (ПОКУПАЛ КОНТРАФАКТНЫЕ / ПОДДЕЛЬНЫЕ ТОВАРЫ)
ВОПРОС КАСАЕТСЯ ТОЛЬКО ТЕХ ВИДОВ ТОВАРОВ, КОТОРЫЕ РЕСПОНДЕНТ ПОКУПАЛ СОГЛАСНО ЕГО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В6с**

В11 Вы сказали, что в последние 12 месяцев Вы покупали какие-то контрафактные или поддельные товары. В отношении каждого вида товаров, которые Вы покупали, можете ли Вы сказать, имея в виду их качество в целом, как соотносится качество контрафактных или поддельных товаров с качеством брендовых товаров? Нас интересует Ваше личное мнение об их качестве.

ОДИН ОТВЕТ ДЛЯ КАЖДОГО ВИДА ТОВАРА, ПРИОБРЕТАВШЕГОСЯ РЕСПОНДЕНТОМ

ПОКАЗЫВАЙТЕ ТОЛЬКО ТЕХ ВИДОВ ТОВАРОВ, КОНТРАФАКТНЫЕ ВЕРСИИ КОТОРЫХ ПРИОБРЕТАЛИСЬ РЕСПОНДЕНТОМ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В6а

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ ПОЗИЦИИ В ТОМ ЖЕ ПОРЯДКЕ, ЧТО И ДЛЯ ВОПРОСА В5	Их качество....				
	намного хуже качества подлинных товаров	немного хуже качества подлинных товаров	примерно такое же, как и качество подлинных товаров	немного лучше качества подлинных товаров	намного лучше качества подлинных товаров
Обувь					
Дамские сумки					
Дизайнерская одежда					
Парфюмерия					
Часы					
Косметические товары					
Ювелирные изделия					
Дизайнерская одежда					
Дизайнерское белье					

Отношение к контрафактным товарам

ВОПРОС ВСЕМ

B12 Сейчас я предъявлю Вам ряд утверждений разных людей, касающихся приобретения контрафактных версий таких товаров, как одежда, обувь, дамские сумки, парфюмерия и косметика. Просим Вас сказать, согласны ли Вы лично с каждым из этих утверждений. Пользуясь шкалой от 1 до 10, отметьте 10, если Вы совершенно согласны. Отметьте 1, если Вы решительно не согласны. Пользуясь этой шкалой, покажите нам степень Вашего согласия или несогласия с каждым утверждением.

ОДИН ОТВЕТ ДЛЯ КАЖДОГО УТВЕРЖДЕНИЯ

Оценки, касающиеся конкретных отраслей (всегда приводятся в конце)

	Реши- тельно не согласен 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Совер- шенно согла- сен 10	Не знаю / не имею опыта
Я считаю приобретение контрафактных товаров неправильным											
Оборот контрафактной одежды и обуви имеет значительные негативные последствия для индустрии моды											
Я считаю, что, покупая оригинальную дизайнерскую одежду, я поддерживаю дизайнера											
Розничные магазины, торгующие одеждой, следят за тенденциями развития дизайнерской моды настолько пристально, что покупать одежду дизайнерских брендов в наши дни нет смысла											
Оборот контрафактной [УКАЗАТЬ ВИД ПРОДУКЦИИ] имеет значительные негативные последствия для отрасли производства [УКАЗАТЬ НАЗВАНИЕ ОТРАСЛИ]											

[При необходимости можно добавить другие оценочные утверждения, касающиеся конкретных отраслей / видов продукции. Просим не включать в данный перечень более пяти отраслей во избежание утомления респондента]

Модуль «Компьютерные программы»

Если в анкету предполагается включить модуль «Компьютерные программы», его необходимо поместить здесь (см. отдельный документ)

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ, КТО ПОКУПАЛ ПО КРАЙНЕЙ МЕРЕ ОДИН ВИД ТОВАРОВ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В6с (ПРИОБРЕТЕНИЕ КОНТРАФАКТНЫХ / ПОДДЕЛЬНЫХ ТОВАРОВ)

B13 Вы сказали, что покупали в последние 12 месяцев какую-то контрафактную или поддельную одежду или предметы роскоши. Можете ли Вы ответить, имея в виду этот вид товаров в целом, что побудило бы Вас перестать покупать такие нелицензионные копии и покупать подлинные фирменные товары?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

МЕНЯЙТЕ ПОРЯДОК ПРЕДЪЯВЛЕНИЯ ВОПРОСОВ ПУТЕМ ИХ РОТАЦИИ (КРОМЕ ПОСЛЕДНИХ ТРЕХ ПОЗИЦИЙ, КОТОРЫЕ ВСЕГДА ДОЛЖНЫ БЫТЬ В КОНЦЕ)

- Если бы подлинные фирменные товары были дешевле
- Если бы в предприятиях розничной торговли моего района имелся более широкий выбор подлинных фирменных товаров
- Если бы я считал, что меня могут уличить в приобретении контрафактных или поддельных товаров
- Если бы я считал, что за приобретение контрафактных или поддельных товаров меня могут привлечь к ответственности
- Если бы это перестали делать все остальные
- Если бы находить в продаже контрафактные или поддельные товары стало намного труднее
- Если бы мои друзья или члены семьи были уличены / привлечены к ответственности за приобретение контрафактных или поддельных товаров
- Если бы в СМИ появились публикации о преследовании людей за приобретение контрафактных или поддельных товаров
- Если бы было понятнее, что является подлинным, а что – нет

- Если бы я обладал более надежной информацией о том, как узнать, является ли тот или иной товар подлинным□
 Я не покупаю / не стал бы покупать заведомо контрафактные или поддельные товары....□
 Какая-то иная причина (Просьба указать здесь _____)□
 Ничто не заставит меня перестать покупать контрафактные или поддельные товары□

ВОПРОС ВСЕМ

B14 Имея в виду Интернет-сайты, на которых продаются дизайнерская одежда или предметы роскоши, например, обувь, дамские сумки, косметика, часы или ювелирные изделия, какие меры могли бы принять такие сайты, чтобы убедить Вас, что их товары являются лицензионными?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

- Оказание сервиса признанной / известной компанией□
 Наличие системы государственного подтверждения / аккредитации.....□
 Наличие отраслевого стандарта / символа, подтверждающего легальность сервиса□
 Обеспечение сайтом защитных мер (платежи, сертификаты, условия, охрана при помощи паролей и т. д.)□
 Наличие на сайте четкого заявления в том смысле, что предлагаемые товары – это подлинные фирменные товары□
 Наличие сайта/организации, ведущих перечень сайтов, имеющих право на продажу подлинных фирменных товаров, с которым я мог бы свериться.....□
 Подтверждение легальности сервиса конкретными дизайнерами и производителями□

ВОПРОС ВСЕМ

B15 Какие еще характеристики сайта или Интернет-сервиса позволяют Вам понять, предлагает ли он подлинные или неподлинные товары?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ**ЧЕРЕДУЙТЕ ПОРЯДОК ПРЕДЪЯВЛЕНИЯ ХАРАКТЕРИСТИК**

- Цена продаваемых товаров и услуг□
 Если моя программа антивирусной и сетевой безопасности дает мне возможность войти на сайт, не выдавая предупреждений, я уверен, что товары являются подлинными□
 Если на сайте нет агрессивной рекламы, всплывающих окон и т. д.....□
 Справки, которые я навел о компании, которой принадлежит сайт□
 Я полагаюсь на мнение других / молву /обзоры и рецензии□
 Качество или профессионализм вебсайта□
 Анализ и обзоры потребителями товаров, предлагаемых к продаже□
 Никакие/Не знаю□ [Эти две строки всегда показываются последними]
 Мне не важно, лицензионные они или нет□ [Эти две строки всегда показываются последними]

Раздел «Эффективность медийной кампании, направленной против контрафакции / пиратства»

При необходимости в этом месте анкеты можно добавить вопросы раздела «Оценка эффективности медийной кампании» (см. отдельный документ)

Добавьте завершающие вопросы демографического характера

В конце опроса принято задавать дополнительные вопросы демографического или классифицирующего характера. Примеры таких вопросов даны в отдельном документе.

Поблагодарите респондента за его участие и завершите интервью

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «*Спасибо Вам за Ваше время и участие. На этом наше интервью окончено*»

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ПРОГРАММЫ

[Примечание: Следующий вопрос имеет отборочный характер. Его цель – определить, имеет ли респондент доступ к компьютеру. Те, кто имеет доступ к компьютеру, переходят к ответу на вопросы о компьютерных программах. Те, кто его не имеет, пропускают этот раздел]

ВОПРОС ВСЕМ

B1 Скажите, пожалуйста, какие из перечисленных устройств Вы лично имеете или можете использовать дома? Просьба не учитывать компьютеры, составляющие часть оборудования Вашего рабочего места.

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

- Настольный компьютер (на базе ПК)
- Компьютер Mac
- Портативный компьютер (на базе ПК)
- Портативный компьютер Macbook
- Гибридный портативный компьютер / планшет (на базе ПК)
- Планшет / Планшетный компьютер
- Другой настольный компьютер
- Другой портативный компьютер
- Доступа к компьютеру не имею

ЕСЛИ РЕСПОНДЕНТ НЕ ИМЕЕТ ДОСТУПА К КОМПЬЮТЕРУ, ПЕРЕЙДИТЕ К СЛЕДУЮЩЕМУ РАЗДЕЛУ

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Сейчас мы покажем Вам перечень различных способов, которыми в наше время можно покупать и приобретать компьютерные программы». [В случае проведения телефонного интервью замените слова «покажем Вам» словом «зачитаем»]

ВОПРОС ВСЕМ

B2a Скажите, пожалуйста, о каких из перечисленных способов покупки и приобретения компьютерных программ Вы лично слышали раньше? Под компьютерными программами мы имеем в виду офисные приложения, например, Word, Excel или иные подобные программы, игры, другие полезные приложения, например, программы для редактирования фото- или видеоматериалов, а также операционные системы, такие как Windows.

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС КАСАЕТСЯ ВСЕХ ИЗВЕСТНЫХ РЕСПОНДЕНТУ СПОСОБОВ, ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ В ОТВЕТЕ НА ВОПРОС B2a

B2b Какие из них Вы лично использовали для покупки или приобретения компьютерных программ в последние 2 года?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ВОПРОС ВСЕМ

B2c В следующий раз, когда Вам может потребоваться покупка новой операционной системы для Вашего компьютера (Windows, Linux, Mac OS и т. д.) или апгрейд имеющейся системы, какой **один** из этих методов Вы, по-Вашему мнению, скорее всего используете?

ОДИН ОТВЕТ

B2d В следующий раз, когда Вам скорее всего потребуется новая компьютерная программа, например, офисное приложение, игры, другие полезные приложения, например, программы для редактирования фото- или видеоматериалов, какой **один** из этих методов Вы, по-Вашему мнению, скорее всего используете?

ОДИН ОТВЕТ

	B2a Слышал	B2b Исполь- зовал в последние 12 месяцев	B2c Буду исполь- зовать (ОС)	B2d Буду использо- вать (ПО)
A. Покупка на диске – лицензионная копия				
B. Покупка на диске / USB-накопителе – нелицензионная копия				
C. Скачивание с лицензированного сайта – единовременное приобретение				
D. Скачивание с лицензированного сайта – ежемесячная или ежегодная подписка				
E. Платное скачивание нелицензионной копии				
F. Бесплатное скачивание нелицензионной копии из источника в Интернете				
G. Скачивание / копирование файлов у друзей				
H. Покупка предустановленной лицензионной копии на компьютере при его покупке				
I. Покупка предустановленной нелицензионной копии на компьютере при его покупке				
J. Покупка подержанной копии на диске				
K. Какой-либо иной способ (Просьба указать здесь _____)				
L. Никакой / Я никогда не покупаю / не преоблагаю компьютерные программы				

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «В», «Е», «F» ИЛИ «I» НА ВОПРОС В2б ВЫШЕ

В3а Вы сказали, что в последние 12 месяцев иногда приобретали нелицензионные копии компьютерных программ. Могли бы Вы указать все причины, по которым Вы приобретаете компьютерные программы таким образом?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ**ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «В», «Е», «F» ИЛИ «I» НА ВОПРОС В3б ВЫШЕ**

В3б Какая **ОДНА** из этих причин наиболее важна для Вас?

ОДИН ОТВЕТ

ПРЕДЪЯВЛЯЙТЕ / ЗАЧИТЫВАЙТЕ ПРИЧИНЫ В ПОРЯДКЕ РОТАЦИИ / СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ	В3а Все причины	В3б Самая важная причина
Время: Получение программного обеспечения до его выхода в данной стране		
Экономия: Получение программного обеспечения по более низкой цене по сравнению с лицензионными копиями или бесплатно		
Удобство: Получение нового программного обеспечения в любой момент, когда оно мне необходимо		
Я считаю, что лицензионные копии компьютерных программ стоят слишком дорого, чтобы их покупать		
Легкость использования: с нелицензионными копиями компьютерных программ легче работать и их легче сохранять, чем лицензионные		
У меня недостаточно денег для покупки лицензионных копий необходимого мне программного обеспечения		
Удобство: Это проще, чем покупать лицензионные копии компьютерных программ в магазине или через Интернет		
Я могу использовать нелицензионные копии на многих устройствах		
Потому что так делают все мои знакомые		
В момент получения я не знал, что получаю нелицензионную копию – я не стал бы этого делать, если бы знал об этом		
Какая-то иная причина (Просьба указать здесь)		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТ «В» НА ВОПРОС В2в ВЫШЕ (ПОКУПКА НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ НА CD ИЛИ ФЛЕШ-НАКОПИТЕЛЕ)

В4 Вы сказали, что купили по крайней мере одну нелицензионную копию компьютерной программы на диске или USB флеш-накопителе. Могли бы Вы указать все виды мест, в которых Вы покупали нелицензионные копии компьютерных программ таким образом в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЗАДАЙТЕ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС ПРО КАЖДОЕ ИЗ МЕСТ, УПОМЯНУТЫХ В ВОПРОСЕ В4

В5 Случалось ли Вам в последние 12 месяцев покупать таким образом какие-либо компьютерные программы, предполагая, что Вы покупаете лицензионную копию, и обнаружить по возвращении домой или после ее доставки, что на самом деле это нелицензионная копия?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

	Места покупки в последние 12 месяцев	Купил, предполагая, что покупаю лицензионную копию
Розничный магазин		
Рыночный прилавок, включая продажу с машин		
Уличный продавец или продавец, обходящий офисы или квартиры/дома		
Друг или коллега		
Интернет-магазин		
Сайт Интернет-аукциона		
Какое-то иное место (Просьба указать здесь)		
Ничего из перечисленного		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТ «Е» НА ВОПРОС В2в ВЫШЕ (ПОКУПКА НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ ПУТЕМ СКАЧИВАНИЯ)

В6 Вы сказали, что покупали по крайней мере одну нелицензионную копию компьютерной программы путем платного скачивания. Могли бы Вы указать все виды мест, в которых Вы покупали нелицензионные копии компьютерных программ таким образом в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЗАДАЙТЕ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС ПРО КАЖДОЕ ИЗ МЕСТ, УПОМЯНУТЫХ В ВОПРОСЕ В6

В7 Случалось ли Вам в последние 12 месяцев покупать таким образом какие-либо компьютерные программы, предполагая, что Вы покупаете лицензионную копию, и обнаружить по возвращении домой или после ее доставки, что на самом деле это нелицензионная копия?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

	Места покупки в последние 12 месяцев	Купил, предполагая, что покупаю лицензионную копию
Интернет-магазин		
Сайт Интернет-аукциона		
Какое-то иное место (Просьба указать здесь)		
Ничего из перечисленного		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТ «I» НА ВОПРОС В2б ВЫШЕ (ПОКУПКА ПРЕДУСТАНОВЛЕННЫХ НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ)

В8 Вы сказали, что покупали по крайней мере одну нелицензионную копию компьютерной программы, которая была предустановлена на компьютере. Могли бы Вы указать все виды мест, в которых Вы покупали компьютеры с такими нелицензионными предустановленными компьютерными программами таким образом в последние 12 месяцев?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЗАДАЙТЕ СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС ПРО КАЖДОЕ ИЗ МЕСТ, УПОМЯНУТЫХ В ВОПРОСЕ В8

В9 Случалось ли Вам в последние 12 месяцев покупать таким образом какие-либо компьютерные программы, предполагая, что Вы покупаете лицензионную копию, и обнаружить по возвращении домой или после ее доставки, что на самом деле это нелицензионная копия?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

	Места покупки в последние 12 месяцев	Купил, предполагая, что покупаю лицензионную копию
Розничный магазин		
Рыночный прилавок, включая продажу с машин		
Уличный продавец или продавец, обходящий офисы или квартиры/дома		
Друг или коллега		
Интернет-магазин		
Сайт Интернет-аукциона (например, Ebay)		
Какое-то иное место (Просьба указать здесь)		
Ничего из перечисленного		

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ДАЛ ОТВЕТЫ «В», «Д», «Е» ИЛИ «I» НА ВОПРОС В2б ВЫШЕ (ПОКУПКА / ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЛИЦЕНЗИОННЫХ КОПИЙ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ)

B10 Вы сказали, что иногда приобретаете нелицензионные копии компьютерных программ.
Сталкивались ли Вы с какими-либо проблемами в качестве прямого следствия использования
нелицензионного программного обеспечения?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

- Компьютер прекращает работу в аварийном режиме.....□
Не работает другая программа (проблемы совместимости).....□
Проблемы с программным обеспечением или невозможность его апгрейда □
Потерянные или испорченные файлы□
Компьютерный вирус□
Нежелательные всплывающие окна□
Какая-то другая проблема
(Просьба указать здесь _____) _____□

ТИПОВАЯ ФОРМА ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕДИЙНОЙ КАМПАНИИ

Краткий обзор

Данный раздел анкеты может быть добавлен к основному тексту пособия ВОИС, если организаторы опроса хотели бы оценить эффективность проводившейся на данном рынке кампании, направленной против контрафакции и пиратства. Конкретная формулировка вопросов данного раздела будет в очень большой степени зависеть от особенностей кампаний, имевших место на территории, на которой проводится опрос.

Имеется два основных метода оценки эффективности кампании. В идеальном случае формулировка вопросов позволяет определить ту долю генеральной совокупности, которая могла видеть материалы кампании, и ту ее долю, которая не могла их видеть. После этого проводится сравнение оценочных позиций и поведения этих двух групп, позволяющее проверить гипотезу о том, что поведение и позиции участников той группы, которая видела материалы кампании, изменятся.

Ключевым условием действенности этого метода является четкое выявление и выделение тех респондентов, которые могли видеть материалы кампании. Например, если кампания проводилась только через конкретные телеканалы в определенное время суток или через конкретные издания, будет относительно просто определить, смотрит ли респондент обычно эти каналы в эти часы или читает ли он соответствующие издания и, соответственно, имел ли он возможность видеть тематические материалы. Вопросы для применения этого метода не приводятся, поскольку, очевидно, они будут специфичными для каждой кампании.

Если выявить тех, кто был охвачен кампанией, и тех, кто не был ею охвачен, не представляется возможным, необходимо задавать вопросы более непосредственным образом. В тексте приведены примеры вопросов, применяемых в рамках данного метода, хотя их конкретные формулировки также зависят от особенностей кампании и видов СМИ, которые были в ней задействованы.

Знакомство с материалами, посвященными борьбе против контрафакции/пиратства – (краткая версия)

ПОКАЖИТЕ ИЛЛЮСТРАЦИЮ ИЗ ОРГАНА ПРЕССЫ, УЧАСТВОВАВШЕГО В КАМПАНИИ / ПРОИГРАЙТЕ ФРАГМЕНТ РАДИОСЮЖЕТА / ЗАЧИТАЙТЕ ТЕКСТ [Уточните инструкцию в зависимости от метода кампании и характера задействованных СМИ]

ВОПРОС ВСЕМ

B1 Вы видели/слышали этот материал раньше?

ОДИН ОТВЕТ

- Да, и понимаю его смысл
- Да, но не понимаю его смысла
- Да, я его узнаю, но не обратил на него внимания
- Нет, я его раньше не видел.

Приведенный выше вопрос сформулирован недостаточно «тонко» и может привести к определенному завышению результата. Его следует использовать только в том случае, если у организатора опроса мало времени, и как компромиссный вариант в ситуации, когда использование приводимой ниже подробной версии требует слишком больших затрат. Что касается подхода к анализу, необходимо сравнивать оценочные позиции и поведение тех, кто заявляет, что видел материалы кампании, и тех, кто утверждает, что не видел их. Если это допускается объемом выборки, группу респондентов, утверждающих, что они видели материалы, можно дополнительно разделить на респондентов, утверждающих, что они поняли основную идею кампании, и респондентов, которые, по их собственным словам, ее не поняли.

Знакомство с материалами, посвященными борьбе против контрафакции/пиратства (более подробная и сложная версия)

ВЕРСИЯ ТЕЛЕВИЗИОННОГО РОЛИКА. ИСПОЛЬЗОВАТЬ, ЕСЛИ КАМПАНИЯ ВКЛЮЧАЕТ ТЕЛЕСЮЖЕТЫ ИЛИ ДРУГИЕ ВИДЕОМАТЕРИАЛЫ (НАПРИМЕР, ЕСЛИ ОНА ПРОВОДИТСЯ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ).

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Сейчас мы покажем Вам короткий видеокlip, содержащий телевизионную рекламу»

ПОКАЗАТЬ РОЛИК, НАПРАВЛЕННЫЙ ПРОТИВ КОНТРАФАКЦИИ/ПИРАТСТВА

[Рекомендуется показать шесть телесюжетов таким образом, чтобы сюжет, относящийся к кампании, шел четвертым]

ВОПРОС ВСЕМ

B2 Какие из этих телесюжетов Вы видели раньше?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

- Сюжет 1.....
- Сюжет 2.....
- Сюжет 3 и т. д.
- (Используется закрытый перечень перечисленных выше сюжетов)

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ВИДЕЛ ТЕМАТИЧЕСКОЕ ВИДЕО СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС B2

B3 Вы сказали, что видели [ВСТАВИТЬ УСЛОВНОЕ ОБОЗНАЧЕНИЕ СЮЖЕТА, НАПРАВЛЕННОГО ПРОТИВ КОНТРАФАКЦИИ/ПИРАТСТВА].

Какие основные идеи Вы вынесли из этого материала? [Ответ в свободной форме]

--

--

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ВИДЕЛ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ВИДЕОСЮЖЕТ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В2

В4 Насколько убедительными Вам представляются утверждения, содержащиеся в этом материале?

ОДИН ОТВЕТ

- Очень убедительными
- Более или менее убедительными
- Не очень убедительными
- Совершенно неубедительными

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ВИДЕЛ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ВИДЕОСЮЖЕТ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В2

В5 Насколько вероятно, по Вашему мнению, изменение поведения людей в результате просмотра данного сюжета?

ОДИН ОТВЕТ

- Весьма вероятно
- Более или менее вероятно
- Не очень вероятно
- Крайне маловероятно

ВЕРСИЯ С НЕПОДВИЖНЫМ ИЗОБРАЖЕНИЕМ: ИСПЛЬЗУЕТСЯ В ТОМ СЛУЧАЕ, ЕСЛИ КАМПАНИЯ ВКЛЮЧАЕТ РАЗМЕЩЕНИЕ СТАЦИОНАРНЫХ МАТЕРИАЛОВ СРЕДСТВАМИ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ ИЛИ ЧЕРЕЗ РЕКЛАМУ В ЖУРНАЛАХ, ГАЗЕТАХ ИЛИ ИНТЕРНЕТЕ.

ПОКАЗАТЬ / ЗАЧИТАТЬ: «Сейчас мы покажем Вам ряд сюжетов, которые Вы могли видеть в Интернете / в журналах / в газетах / на улице» [Текст можно изменить с учетом особенностей СМИ, в которых велась кампания]

ПОКАЖИТЕ РЯД ИЗОБРАЖЕНИЙ

[Рекомендуется показать пять-шесть различных изображений так, чтобы тематический сюжет, относящийся к кампании, шел четвертым]

ВОПРОС ВСЕМ

В6 Какие из этих сюжетов Вы видели раньше?

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

- Сюжет 1
- Сюжет 2
- Сюжет 3 и т. д.
- (Используется закрытый перечень перечисленных выше сюжетов)

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ВИДЕЛ ТЕМАТИЧЕСКИЙ СЮЖЕТ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В6

В7 Вы сказали, что видели [ВСТАВИТЬ УСЛОВНОЕ ОБОЗНАЧЕНИЕ СЮЖЕТА,
НАПРАВЛЕННОГО ПРОТИВ КОНТРАФАКЦИИ/ПИРАТСТВА].

Какие основные идеи Вы вынесли из этого материала? [Ответ в свободной форме]

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ВИДЕЛ ТЕМАТИЧЕСКИЙ СЮЖЕТ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В6

В8 Насколько убедительными Вам кажутся утверждения, содержащиеся в этом материале?
ОДИН ОТВЕТ

- Очень убедительными
- Более или менее убедительными
- Не очень убедительными
- Совершенно неубедительными

ВОПРОС ВСЕМ, КТО ВИДЕЛ ТЕМАТИЧЕСКИЙ СЮЖЕТ СОГЛАСНО ОТВЕТУ НА ВОПРОС В6

В9 Насколько вероятно, по Вашему мнению, что человек, видевший этот сюжет, изменит свое поведение?

ОДИН ОТВЕТ

- Весьма вероятно
- Более или менее вероятно
- Не очень вероятно
- Крайне маловероятно

Дополнительные замечания:

В последнем вопросе в разделах, посвященных как видеоклипу, так и неподвижному сюжету, имеются в виду изменения в поведении других людей, а не самого респондента. Это способ намеренной «деперсонализации»: многие люди считают, что лично на них реклама не действует, и поэтому, спрашивая о влиянии этих материалов на других людей, мы ожидаем получить более объективный ответ.

Вопросы, посвященные как видеоклипу, так и неподвижному сюжету, весьма сходны по структуре и имеют лишь небольшое различие, касающееся характера материала (подвижный или неподвижный сюжет). Помещение тестового материала в серию (галерею) из шести сюжетов облегчает для респондента честный ответ на вопрос о том, видел ли он тематический материал раньше. Некоторые участники потребительских опросов склонны давать ответы, которые, как им кажется, понравятся интервьюеру, и поэтому, если просто спросить их, узнают ли они материал, они могут дать неточный ответ – либо стремясь «угодить» интервьюеру, либо беспокоясь о том, что они покажутся «несведущими», если скажут, что не узнают его. В этом основной минус «краткой версии» вопроса, которая приводится в начале данного документа.

При помещении тестового материала в серию (галерею) материалов респондент может узнать по крайней мере некоторые из материалов и честно ответить, что он узнает по крайней мере один из них – это позволяет получить более объективный ответ. Такой метод снижает вероятность завышения числа положительных ответов на вопрос об узнавании тестового сюжета.

ТИПОВЫЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО / КЛАССИФИЦИРУЮЩЕГО ХАРАКТЕРА

Введение

После заполнения основных частей анкеты часто задаются некоторые вопросы демографического или классифицирующего характера. Такие вопросы всегда помещаются в конце интервью: даже если респондент устанет от опроса, он, скорее всего, сможет закончить его, если он «доберется» до этого раздела.

Если вопросы основной части анкеты, на которые необходимо отвечать выражением мнения или количественной оценкой, требуют размышления, то вопросы демографического характера «фактичны» по своему характеру и на них легко отвечать. Основные вопросы обычно требуют больше времени и усилий, и есть большая вероятность того, что респондент откажется от продолжения интервью. Демографические же вопросы, помещенные в конце интервью, дают ощущение «финишной прямой» – таким образом, если респондент дошел до них, весьма вероятно, что он завершит интервью.

В любом опросе потребителей всегда есть какие-то демографические или классифицирующие вопросы, задаваемые в самом начале интервью. Такие вопросы позволяют определить, отвечает ли респондент конкретным критериям участия, таким как возраст, пол и пользование конкретными товарами. Демографические вопросы, задаваемые в начале интервью, принято сводить к минимуму, чтобы респондент как можно быстрее перешел к основным вопросам.

Демографические вопросы, помещаемые в конце опроса, призваны помочь разбить данные на дополнительные «подчиненные выборки» для целей анализа и проверить конкретные гипотезы опроса. В данном документе приводятся примеры таких вопросов, но их перечень не следует рассматривать как исчерпывающий. Их можно и нужно дополнять другими вопросами, отражающими задачи, которые ставит перед собой конкретная опросная организация.

Приводятся примеры вопросов, позволяющих определить, где живет или работает респондент: в городе, пригороде или сельской местности. Они позволяют проверить гипотезу о том, что контрафактные товары чаще встречаются в городских районах, и что поэтому респонденты, часто бывающие в таких районах, могут с большей вероятностью купить контрафактные товары.

Другой вопрос касается активности пользования Интернетом: люди, редко пользующиеся Интернетом, вряд ли будут скачивать нелегальный или нелицензионный контент, и поэтому при сравнении групп, получающих и не получающих нелицензионную продукцию через Интернет, целесообразно принять во внимание активность пользования Интернетом.

Дополнительные вопросы демографического/классифицирующего характера

ВОПРОС ВСЕМ

В1. Район вашего проживания – это по преимуществу городской или сельский район?

ОДИН ОТВЕТ

- Центр города
Пригород.....
Другой вид городского района.....
Район полугородского типа
Сельский район

ВОПРОС ВСЕМ

В2. Как часто Вы бываете в городских районах?

ОДИН ОТВЕТ

- Ежедневно / Я живу или работаю в городском
районе
Один или два раза в неделю.....
Реже.....

ВОПРОС ВСЕМ

В3. Как часто Вы пользуетесь Интернетом (не считая пользования Интернетом на работе)?

ОДИН ОТВЕТ

- Более 4 часов в день.....
2-4 часа в день.....
1-2 часа в день.....
Ежедневно, но менее часа в день
Несколько раз в неделю.....
Реже.....
Никогда

[Используйте вариант «Никогда» только при личном интервью или при Интернет-
опросе в целях контроля качества, удаляя любых респондентов, дающих ответ
«Никогда»]

Дополнительные вопросы демографического/классифицирующего характера для опроса, касающиеся развлечений

ВОПРОС ВСЕМ

В4. Могли бы Вы сказать, какие из указанных ниже устройств Вы имеете в личной собственности или можете регулярно ими пользоваться:

ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

- Портативный компьютер / Mac□
- Настольный ПК / Компьютер.....□
- Игровая приставка, подключаемая к телевизору□
- Apple TV или иной медиаплеер□
- Google Chromecast или иное вещательное устройство.....□
- Портативная игровая приставка□
- Планшет (iPad, Google Nexus и т.д.)□
- Смартфон (iPhone, Samsung Galaxy и т. д.)□

Может быть уместным упомянуть и, соответственно, добавить в данный перечень другие устройства и сервисы (проигрыватели дисков Blu-ray, проигрыватели дисков DVD, медиаплееры, подписки на каналы кабельного или спутникового телевидения, дополнительные декодеры и т. д.).

Дополнительные вопросы демографического/классифицирующего характера для опроса, касающиеся потребительских товаров

ВОПРОС ВСЕМ

В5. Как часто Вы покупаете продукты питания через Интернет?

ОДИН ОТВЕТ

- Чаще одного раза в неделю
Раз в неделю
Каждые две недели
Реже, чем раз в две недели
Никогда

ВОПРОС ВСЕМ

В6. Как часто Вы посещаете супермаркеты, чтобы произвести основные закупки?

ОДИН ОТВЕТ

- Чаще одного раза в неделю
Раз в неделю
Каждые две недели
Реже, чем раз в две недели
Никогда

ВОПРОС ВСЕМ

В7. Как часто вы посещаете супермаркеты, чтобы произвести дополнительные покупки?

ОДИН ОТВЕТ

- Чаще одного раза в неделю
Раз в неделю
Каждые две недели
Реже, чем раз в две недели
Никогда

ВОПРОС ВСЕМ

В8. Как часто Вы посещаете универмаги с различными отделами разной специализации?

ОДИН ОТВЕТ

- Чаще одного раза в неделю
Раз в неделю
Каждые две недели
Реже, чем раз в две недели
Никогда

**Дополнительные вопросы демографического/классифицирующего характера для опроса,
касающегося предметов роскоши и одежды**

ВОПРОС ВСЕМ

B9. Как часто Вы покупаете одежду в Интернет-магазинах?

ОДИН ОТВЕТ

- Чаще одного раза в неделю.....□
Раз в неделю.....□
Каждые две недели□
Реже, чем раз в две недели□
Никогда□

ВОПРОС ВСЕМ

B10. Как часто Вы покупаете одежду в магазинах розничной торговли или торговых центрах?

ОДИН ОТВЕТ

- Чаще одного раза в неделю.....□
Раз в неделю.....□
Каждые две недели□
Реже, чем раз в две недели□
Никогда□