

ДЕСКРИПТИВНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ОПРОС И НАБЛЮДЕНИЕ



МЕТОД ОПРОСА



- **Опрос (survey method)** - проводится с использованием структурированной анкеты, предлагаемой для заполнения респондентам, с целью получения от них определенной информации.



- **Структурированный сбор данных (structured data collection) – это использование формализованной анкеты с расположенными в определенном порядке вопросами.**

Преимущества опроса:



- *Во-первых, он прост в проведении.*
- *Во-вторых, полученные ответы достоверны, поскольку ограничено число заданных вариантов ответов. Использование вопросов с заданными вариантами ответов позволяет устранить расхождения в результатах, вызванные различиями в технике опроса.*



- **Вопросы с заданными вариантами ответов (fixed-alternative questions)** – это вопросы, предполагающие выбор респондентом ответа из заданного набора вариантов.

Методы опроса



Почтовый опрос



- разновидность анкетирования, которая в наиболее общем виде заключается в рассылке анкет (по специально подобранным адресам) и получении на них ответов по почте


Почтовый опрос



- *Преимущества:*
 - ✓ относительная дешевизна,
 - ✓ простота организации,
 - ✓ возможность выбора респондентом наиболее удобного для него времени заполнения анкеты,
 - ✓ возможность охватить опросом отдаленные населенные пункты;
- *Ограничения:*
 - ✓ низкий возврат анкет (поэтому мнения ответивших не дают полной картины происходящего)



- **Традиционный опрос по телефону** происходит, когда интервьюер звонит определенной выборке респондентов и ставит им ряд вопросов. Интервьюер использует отпечатанный перечень вопросов, в котором отмечает полученные ответы.



● При проведении **телефонного опроса через компьютер** из центрального офиса используется компьютеризированная анкета, предлагаемая респондентам по телефону. Компьютеризированную анкету можно заполнять, используя любые виды компьютера. Интервьюер сидит перед монитором в наушниках. Монитор заменяет таким образом распечатку анкеты, а наушники - телефон. По команде компьютер набирает номер респондента и соединяет. После ответа респондента интервьюер зачитывает список вопросов с монитора и вводит ответы непосредственно в компьютер. В каждый момент времени на экране отображается только один вопрос. Компьютер проверяет адекватность и непротиворечивость ответов.

Методы наблюдения



- **Наблюдение (observation)** – это регистрация моделей поведения людей, объектов и вариантов развития событий на систематической основе для получения интересующей информации.



- **Структурированное наблюдение (structured observation)** – это метод наблюдения, при котором исследователь имеет четкое представление о моделях поведения, которые будут объектом наблюдения, а также методах, с помощью которых их можно оценить.



- **Неструктурированное наблюдение (unstructured observation)** – это наблюдение, которое предусматривает регистрацию всех событий, связанных с объектом наблюдения, без их предварительного уточнения.

Классификация методов наблюдения по способу проведения



- **При личном наблюдении** (personal observation) наблюдатель записывает все происходящие с объектом события по мере их наступления.
- **При наблюдении с использованием технических средств** (mechanical observation) запись результатов проводится техническими устройствами. Записи используются для изучения текущего поведения респондентов.

Классификация методов наблюдения по способу проведения



- *Аудит потребительских запасов: во-первых, данные собирает лично исследователь.*
- *Во-вторых, данные получают при подсчете обычно каких-либо физических объектов. При аудите потребительских запасов исследователь проводит инвентаризацию марок потребительских продуктов, их количества.*

Классификация методов наблюдения по способу проведения



- **Контент-анализ** (content analysis) уместен в том случае, если объектом наблюдения является коммуникативная связь, а не поведение или материальные объекты.
- **Анализ следов:** метод наблюдения, не требующим больших затрат при условии творческого применения. *при анализе следов информация собирается на основе физических признаков или свидетельств прошедших событий.*

Сопоставление методов опроса и наблюдения



- *В очень немногих исследовательских маркетинговых проектах для получения первичных данных использовались только методы наблюдения. Отсюда следует, что они по сравнению с методами опроса имеют некоторые существенные недостатки. В то же время они обладают и некоторыми достоинствами, благодаря этому их использование в сочетании с методами опроса достаточно плодотворное*

Сравнительные преимущества методов наблюдения



- Самое значительное преимущество методов наблюдения - **в том, что они позволяют оценивать реальное поведение, а не информацию о предполагаемом или предпочитаемом вариантах поведения.** В этом случае потенциальные искажения записи и процедуры опроса сведены к минимуму.



- Наиболее серьезным недостатком методов наблюдения является то, что ***причины наблюдаемого поведения не поддаются определению, поскольку почти ничего не известно о его мотивах, убеждениях, отношениях и предпочтениях.***