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
Опрос по телефону
Личный опрос
Почтовый опрос
Электронный опрос
Традиционный телефонный опрос
Телефонный опрос с помощью компьютера
Почтовой опрос
Почтовая панель
По электронной почте
Через Internet
На дому
В торговом центре
Личный опрос с помощью компьютера

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.***