Методы сбора информации

*Информация*-это сведения о ком-то или о чем-то, передаваемые в форме знаков и сигналов. Предметное содержание информации позволяет уяснить свойства – достоверность и полноту, ценность и актуальность, ясность и понятность. Информацию можно собирать, хранить, передавать, систематизировать и т.д. Все эти действия называют информационными процессами. На практике используются следующие основные методы сбора первичной информации: - наблюдение; - эксперимент; - имитация; - опрос.

*Наблюдение* представляет собой метод сбора информации посредством целенаправленного и планомерного восприятия исследуемых объектов, результаты которого фиксируются наблюдателем. При этом наблюдателем не устанавливается контактов с исследуемыми объектами и отсутствует контроль над факторами, влияющими на их поведение. Наблюдение обычно используется в исследованиях поискового характера. Оно позволяет поддерживать стабильные условия и использовать технические средства. Оно может быть скрытым (с применением телекамер, например) и открытым (с непосредственным участием исследователя). В зависимости от преследуемых целей наблюдение может быть свободным и стандартизированным (задаются определенные критерии для исследования). Достоинства этого метода: - простота и относительная дешевизна, - исключение искажений, вызываемых контактами объектов с исследователем. Недостатки этого метода: - не позволяет однозначно установить внутренние мотивы поведения объектов и процессы принятия ими решений, - большие затраты времени, - некоторые явления недоступны наблюдателю.

*Эксперимент* - метод сбора информации о поведении исследуемых объектов в специально созданных условиях, предусматривающий установление контроля над всеми факторами. Эксперименты, проходящие в искусственной обстановке (тесты товаров, цены, рекламы) называются лабораторными, а осуществляемые в реальных условиях - полевыми. Первые - позволяют контролировать посторонние факторы, вторые - не исключают влияния посторонних факторов. Полевое исследование позволяет быстро и всесторонне ознакомиться с исследуемым объектом и многими другими условиями. Достоинства эксперимента: - объективный характер, - возможность установления причинно-следственных связей между факторами. Недостатки эксперимента: - трудности с организацией контроля над всеми факторами в естественных условиях, - сложности воспроизведения нормального поведения объекта в лабораторных условиях, - высокие издержки.

*Имитация* (имитационное моделирование) представляет собой математическую, графическую или иную модель контролируемых и неконтролируемых факторов, определяющих стратегию и тактику предприятия. Имитация как метод сбора информации представляет собой процесс создания модели и ее экспериментальное применение для того, чтобы исследовать и понять ее свойства, поведение и характеристики. Имитационное моделирование позволяет всесторонне изучить множество факторов и свойств исследуемого объекта. Достоинство имитации заключается в том, имитационное моделирование иногда оказывается единственным способом исследования; имитационное моделирование позволяет дать представление о том, какие из свойств объекта являются наиболее существенными. Недостаток имитации состоят в сложности и трудоемкости создания модели, требует больших временных и стоимостных затрат.

*Опрос* (анкетирование) – это метод сбора информации путем установления контактов с объектами исследования. Источником информации при проведении массовых опросов выступает население, не связанное по роду своей деятельности с предметом анализа. Сплошные опросы обычно применяются при изучении мнения пользователей товаров производственного назначения. Достоинство анкетирования состоит в практически неограниченной области его возможного применения, позволяющего получить сведения о текущем поведении объекта, его поведении в прошлом и намерениях в будущем. Недостатки анкетирования заключаются в большой трудоемкости, значительных затратах на проведение опросов, возможном снижении точности полученной информации, связанной с неправильными или искаженными ответами.

Задание: Систематизируйте полученную информацию в табличную форму (Таблица 1).

Таблица 1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Метод сбора информации** | **Сущность метода** | **Достоинства метода** | **Недостатки метода** |
| Наблюдение | Метод сбора информации посредством целенаправленного и планомерного восприятия исследуемых объектов, результаты которого фиксируются наблюдателем. При этом наблюдателем не устанавливается контактов с исследуемыми объектами и отсутствует контроль над факторами, влияющими на их поведение. | - простота и относительная дешевизна  - исключение искажений, вызываемых контактами объектов с исследователем | - не позволяет однозначно установить внутренние мотивы поведения объектов и процессы принятия ими решений  - большие затраты времени  - некоторые явления недоступны наблюдателю. |
| Эксперимент | Метод сбора информации о поведении исследуемых объектов в специально созданных условиях, предусматривающий установление контроля над всеми факторами. Эксперименты, проходящие в искусственной обстановке (тесты товаров, цены, рекламы) называются лабораторными, а осуществляемые в реальных условиях - полевыми. Первые - позволяют контролировать посторонние факторы, вторые - не исключают влияния посторонних факторов. | - объективный характер  - возможность установления причинно-следственных связей между факторами | - трудности с организацией контроля над всеми факторами в естественных условиях  - сложности воспроизведения нормального поведения объекта в лабораторных условиях  - высокие издержки |
| Имитация | Математическая, графическую или иная модель контролируемых и неконтролируемых факторов, определяющих стратегию и тактику предприятия. Имитация как метод сбора информации представляет собой процесс создания модели и ее экспериментальное применение для того, чтобы исследовать и понять ее свойства, поведение и характеристики. | - имитационное моделирование иногда оказывается единственным способом исследования  - имитационное моделирование позволяет дать представление о том, какие из свойств объекта являются наиболее существенными. | - Сложность и трудоемкость создания модели  - Требует больших временных и стоимостных затрат |
| Опрос | Метод сбора информации путем установления контактов с объектами исследования. Источником информации при проведении массовых опросов выступает население, не связанное по роду своей деятельности с предметом анализа. | -Практически неограниченная область его возможного применения, позволяющего получить сведения о текущем поведении объекта, его поведении в прошлом и намерениях в будущем | -Большая трудоемкость  -Значительные затраты на проведение опросов  -Возможное снижение точности полученной информации, связанной с неправильными или искаженными ответами. |