



CERCETAREA DESCRIPTIVA

© Tudor JIJIE


PLANUL ZILEI

Partea I *Ancheta de piață*

- Principalele caracteristici;
- Avantaje - dezavantaje;
- Clasificare;
- Criterii de selecție;

Partea a II-a *Observarea*

- Principalele caracteristici;
- Avantaje - dezavantaje;
- Clasificare;
- Criterii de selecție;



Cheia unei cercetari decriptive constă în a ști exact ce vrei să măsoari și în a alege tipul de anchetă în urma căruia fiecare respondent dorește să răspundă și este și capabil să o facă. (**Joe OTTAVIANI**)

Ancheta de piață - *principalele caracteristici*

Ancheta de piață presupune un chestionar structurat aplicat respondenților.

Respondenții sunt chestionați cu privire la *comportamente, intenții, atitudini, motivații*, “*awareness*” caracteristici demografice, stil de viață.

Expresia cheie: **chestionar structurat**: chestionar cu întrebări ordonate, în mare majoritate cu răspunsuri închise.

Ancheta de piață vs Ancheta de piață

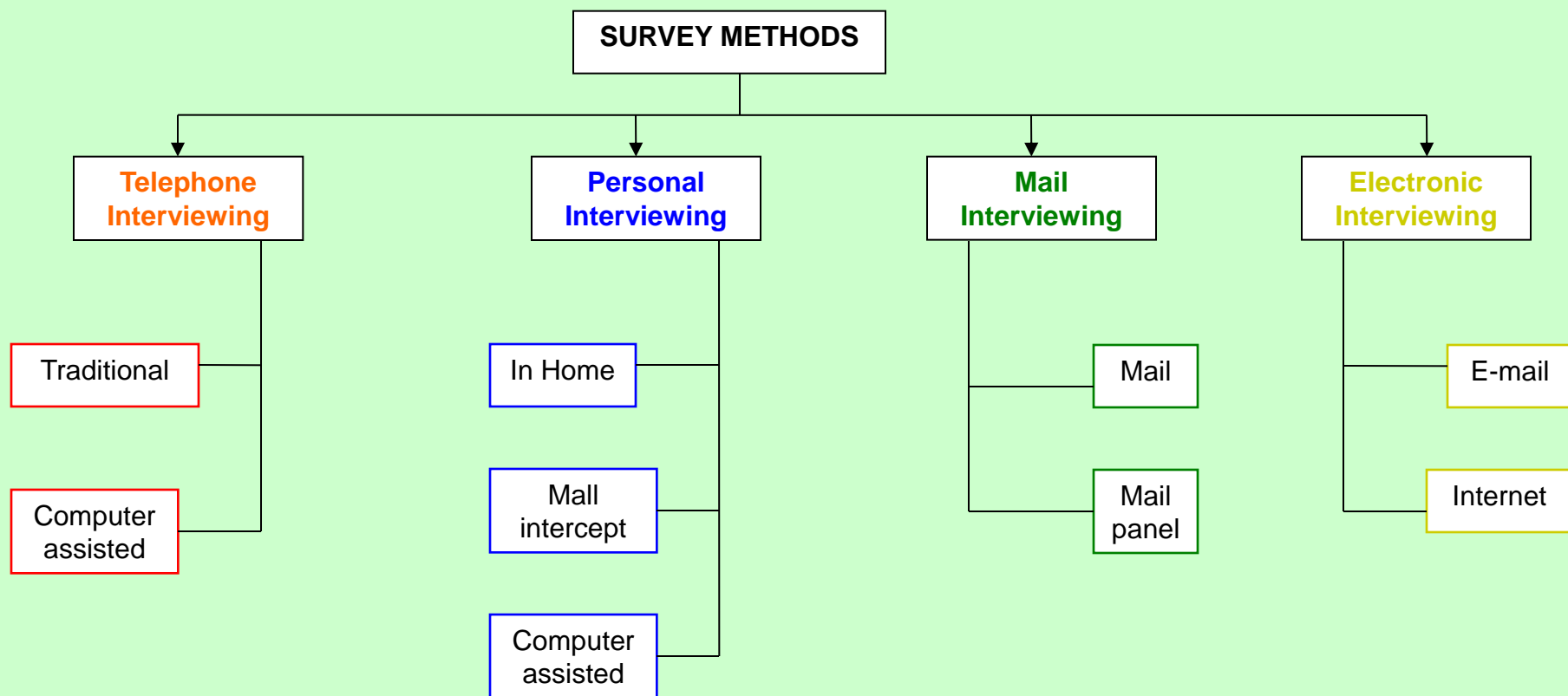
Avantaje:

- Chestionarul e ușor de administrat;
- Întrebările închise reduc distorsiunile în răspunsuri cauzate de către intervieviatori.;
- Codarea, analizarea interpretarea sunt mai ușor de realizat.

Dezavantaje:

- Credibilitatea informațiilor obținute e mai greu de verificat;
- Întrebările sensibile generează uneori reacții de retragere din partea clienților;
- Motivațiile ascunse sunt dificil de “extras”;
- Alte alternative de răspuns nu sunt identificate.

Ancheta de piață - tipologie



Ancheta de piață – criterii de alegere

CRITERIA	Telephone/ CATI	In home interview	Mail intercepted	CAPI	Mail Survey	Mail Panel	E-mail	Internet
<u>Flexibility of Data Collection</u>	4	5	5	4	1	1	1	4
<u>Diversity of Questions</u>	1	5	5	5	3	3	3	4
<u>Use of Physical Stimul</u>	1	4	5	5	3	3	1	3
<u>Sample Control</u>	4	5	3	3	1	4	1	2
<u>Control of Data Coll. Environment</u>	3	4	5	5	1	1	1	1
<u>Control of Field Force</u>	3	1	3	3	5	5	5	5
<u>Quantity of Data</u>	1	5	3	3	3	5	3	3
<u>Response Rate</u>	3	5	5	5	1	3	1	1
<u>Percieved Anonimity of the Respondent</u>	3	1	1	1	5	5	3	5
<u>Social Desirability</u>	3	5	5	4	1	1	3	1
<u>Obtaining Sensitive Information</u>	5	1	1	2	5	4	3	5
<u>Potential for Interviewer Bias</u>	3	5	5	1	-	-	-	-
<u>Speed</u>	5	3	4	4	1	2	5	5
<u>Cost</u>	3	5	4	4	1	2	1	1

1 = low; 2 = low to moderate, 3 = moderate, 4 = moderate to high, 5 = high

Observarea – *principalele caracteristici*

Observarea presupune înregistrarea comportamentelor oamenilor și al evenimentelor într-o manieră sistematică cu scopul de a obține informații despre fenomenul de interes.

Observarea poate fi privită ca cercetare **descriptivă** când este **structurată**: Cercetătorul definește într-o manieră precisă comportamentele ce urmează a fi observate și metodele prin care urmează a fi măsurate.

Observarea nestructurată este specifică cercetării **exploratorii**.

Observarea – *principalele caracteristici*

Observarea poate fi **disimulată** sau **nedisimulată**, **naturală** sau **provocată**:

În **observarea disimulată**, respondenții nu știu că fac obiectul cercetării, spre deosebire de cazul **observării nedisimulate**. Nu există un punct de vedere pe deplin împărtășit cu privire la nivelul distorsiunii produse în comportamentul subiectului de faptul că el știe că este observat.

Observarea naturală presupune observarea comportamentului în mediul în care acesta se produce în mod. Dezavantajul constă în costul așteptării producerii fenomenului, **observarea provocată** surmontând această dificultate.

Observare vs Observare

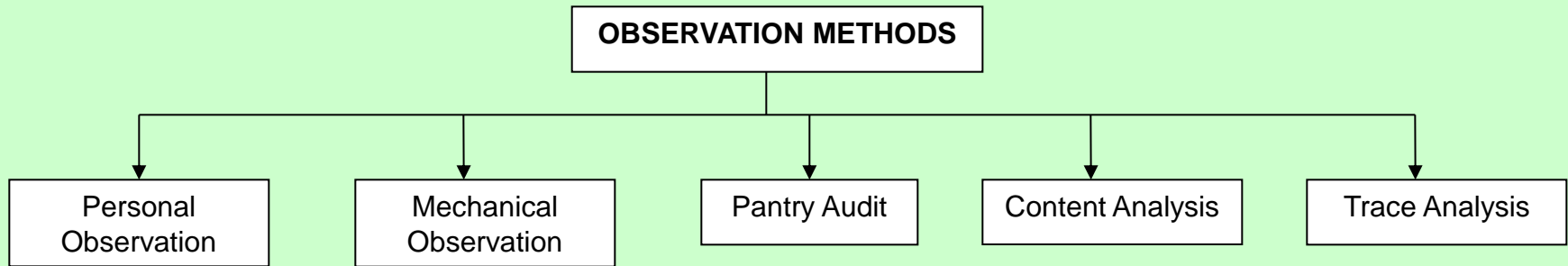
Avantaje:

- Se măsoară comportamentul efectiv produs nu cel declarat ca intenție sau preferință;
- Nu există distorsiuni produse de interviuare;
- Sunt date care nu se pot obține altfel decât prin observare;

Dezavantaje:

- Motivul generării comportamentului rămâne nementionat;
- Distorsiuni cauzate de către percepția selectivă a observatorului;
- Metodă consumatoare de timp;
- Reguli restrictive.

Observarea - tipologie



Observare personală – se folosesc observatori umani pentru a înregistra comportamentele;

Observare mecanică – se folosesc dispozitive tehnice pentru a înregistra comportamentele;

Pantry Audit – colectarea datelor se realizează în gospodăria respondentului;

Analiză de conținut – analiza conținutului actelor de comunicare;

Analiza “urmelor” lasate la fața locului – se caută urme ale comportamentelor, dovezi fizice ale producerii acestora.

Observarea – criterii de alegere

CRITERIA	<i>Personal Observation</i>	<i>Mechanical Observation</i>	<i>Audit</i>	<i>Content Analysis</i>	<i>Trace Analysis</i>
<u>Degree of structure</u>	1	<i>By choice</i>	5	5	3
<u>Degree of disguise</u>	<i>By choice</i>	<i>By choice</i>	1	5	5
<u>Ability to observe in natural setting</u>	5	5	5	3	1
<u>Observation bias</u>	5	1	1	3	3
<u>Analysis bias</u>	5	2	1	1	3
<u>General remarks</u>	<i>Most flexible</i>	<i>Can be intrusive</i>	<i>Expensive</i>	<i>Limited to communications</i>	<i>Method of last resort.</i>

1 = low; 2 = low to moderate, 3 = moderate, 4 = moderate to high, 5 = high