



Методы и формы сбора данных



Вторичные данные

- Целесообразно использовать, чтобы:
- уточнить формулировку проблемы;
 - определить перечень данных и наилучшие методы их обработки для решения проблемы;
 - получить сравнительные данные, которые помогут интерпретировать первичные данные



Недостатки

Данные не соответствуют проблеме по определенным параметрам:

- по единице измерения (нужен доход индивидуума, а данные есть только по семьям; размер магазина требуется оценивать по площади торгового зала, а сведения имеются по ежедневной выручке, по количеству работников);
- по шагу измерения или границам классов (требуется разделить по уровням доходов 200 руб/мес, 400 руб/мес, 600 руб/мес, а данные имеются по границам 250, 500, 750);
- по свежести (данные о переписи населения могут быть собраны несколько лет назад).



Недостатки

Данные недостаточно точны. При опубликовании данных иногда упоминается, что они могут иметь отклонения, но не говорится, какие



Необходимо учитывать:

Источник данных.

-  первичные источники вторичных данных
-  вторичные источники вторичных данных.

Следует по возможности пользоваться первичными источниками вторичных данных, так как

- в них как правило описываются методы сбора и анализа данных, что позволяет оценить точность и применимость данных для нашего исследования;
- они как правило наиболее точны и полны, т.е. в них есть ссылки, комментарии;
- при перепечатке часто возникают ошибки



Необходимо учитывать:

Цель публикации.

Проанализируйте фразу: Увеличилось число жалоб на авиакомпанию X.
Полетите ли Вы на самолете этой компании?

- Подозрительными являются источники, направленные на защиту интересов промышленников и торговцев; на продвижение товара; документы политических партий; пропагандистские материалы; анонимные; выпущенные организацией, которая хочет оправдаться в чем-либо; полемического характера; чересчур откровенные; опровергающие выводы других источников.
- Заслуживают доверия сведения фирмы, для которой основной деятельностью является проведение исследований и публикация данных.
- В то же время бывает, что исследования служат лишь для того, чтобы показать, какие интересные исследования может проводить фирма.



Необходимо учитывать:

Возможности авторов собрать достоверные данные.

При анализе достоверности вторичных данных полезно задаваться следующими вопросами.

- Хорош ли план выборки?
- Как собирались данные: опросом или наблюдением, как это следовало бы сделать?
- Каково качество подготовки полевых работников?
- Как проверялась их работа?
- Каков был процент отказов и есть ли отдельная статистика по этому вопросу?
- Хорошо ли представлена информация?
- Не противоречивы ли данные?
- Подтверждаются ли данными сделанные заключения?



Необходимо учитывать:

Добросовестность и профессионализм исследователей.

Если не приведены точные формулировки вопросов анкеты,

Не описано, как опрашивались респонденты,

Не описано, как обрабатывались данные,

Стандартизированные отчеты



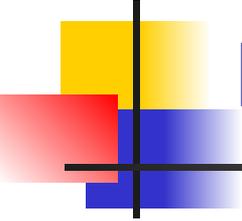
Исследования подобного типа могут включать:

1. Сегментирование рынка:

- определение профиля промышленных предприятий (изготовителей и покупателей продукции) по принятой классификации (ОКПО, ОКОНХ и т. п.).
- определение демографических характеристик покупателей по данным переписи или результатам выборочного опроса;

2. Определение объема продаж и доли рынка. Исследования проводятся по большим представительным спискам. Для них определяются такие параметры, как размер рынка, объем покупок, приверженность марке, частота покупок, эффект изменения стратегии рекламной кампании.

3. Аудит магазинов с проверкой движения товаров, накладных оптовиков, динамики общего объема продаж, закупок розничными торговцами, периодичности поступления товара, оптовых и розничных цен и пр.



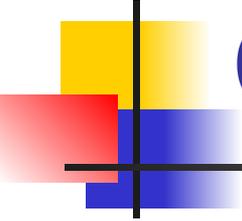
Первичные данные, классификация

1. Демографические и социоэкономические
2. Психологические (стиль жизни)
3. Отношение, мнение
4. Знакомство, знание
5. Намерение
6. Мотивация
7. Поведение

Методы сбора первичных данных

Общение

Наблюдение



Сравнение методов сбора

1. По разносторонности
2. По времени и стоимости
3. По объективности и точности