

**МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ
ЭКОНОМИКИ И ПРАВА
при МПА ЕВРАЗЭС**

На правах рукописи

ЛЫМАРЕНКО
Валерий Михайлович

**«Основные преимущества и недостатки
метода исследования «Наблюдение»»**

доцент, к.м.н.

Лымаренко В.М.

**Санкт-Петербург
2016**

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. Использование метода наблюдения в маркетинговых исследованиях.....	4
1.1 Особенности форм наблюдений.....	4
1.2 Используемые методы наблюдения.....	13
1.3 Наблюдение как процесс.....	17
2. Использование форм для сбора данных.....	25
3. Анализ результатов наблюдения.....	29
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	34
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	35

ВВЕДЕНИЕ

1. Использование метода наблюдения в маркетинговых исследованиях

1.1 Особенности форм наблюдений

Среди форм наблюдения выделяют научное и обыденное наблюдение.

Научное наблюдение отличается от обыденного своей организованностью, целенаправленностью, системностью, планомерностью и наличием процедуры контроля.

Обыденное наблюдение является непроизвольной деятельностью людей, связанной с получением информации о мире, способ познания мира.

Сам термин «наблюдение» не однозначен. В таких социальных науках как социология, статистика, демография под наблюдением понимается любая процедура полевого исследования, не связанная с получением данных из вторичных источников.

Требуемые условия для проведения наблюдения:

- проводится в небольшой отрезок времени, чтобы изменения в окружающей обстановке не повлияли на изучаемое явление или поведение;
- должны фиксироваться наиболее значимые характеристики условия и ситуаций, в которых осуществляется наблюдение;
- все наблюдаемые процессы должны быть по своей природе доступны для наблюдения и происходить публично в виде открытого поведения. В качестве примера можно привести магазин, улицу, офис.

С помощью наблюдения можно исследовать не только поведение людей в магазине, работников, предоставляющих услуги потребителям, но и другие процессы: как люди используют те или иные услуги или товары, укладывают прическу, готовят завтрак, подстригают газоны и т. д. Результаты наблюдения могут быть использованы для создания новых модификаций товаров, улучшения обслуживания, системы распределения и продвижения товара.

Наблюдение имеет своё назначение:

- является инструментом сбора информации для предварительного представления об объекте в случае, когда не имеется четкого представления о предмете исследования. Его цель сводится к конкретизации проблематики и формированию рабочих гипотез;

- является инструментом сбора информации для качественного анализа непосредственно в ходе изучаемого процесса, явления или ситуации. В качестве примера можно привести процесс выбора товара покупателем;

- является инструментом сбора информации для подтверждения данных, полученных с помощью других методов сбора информации. В качестве примера можно привести вариант, что при наличии определенного ответа на вопрос анкеты респондент в реальной ситуации может поступить иначе, и результат наблюдения ставит под сомнение достоверность ответов на вопрос и корректность заполнения анкеты как инструмента исследования;

- является источником дополнительных сведений для пояснения результатов, полученных с помощью других методов сбора информации;

- является инструментом сбора информации для описания распространенности явления или ситуации. В качестве примера можно привести ассортимент товаров в торговой точке, выбор марки товара. Применение метода наблюдения в статистическом обследовании ограничено из-за требования репрезентативности обследуемой совокупности;

- является инструментом сбора информации о поведении потребителей, которое люди не запоминают;

- является инструментом определения качественных характеристик инструментария при пилотных исследованиях, особенно в сочетании с методом опроса;

Наблюдение является гибким методом сбора информации и может осуществляться исследователями в различных формах.

Используются классификационные признаки для группировки различных вариантов осуществления процесса наблюдения:

- особенности окружающей обстановки;
- место наблюдателя в изучаемом процессе;
- степень и способ восприятия объекта наблюдения;
- степень стандартизации наблюдения;
- уровень открытости процесса наблюдения;
- характер наблюдаемых событий;
- регулярность проведения наблюдения.

Вариант формы наблюдения определяется в соответствии с характером окружающей обстановки. Лабораторные наблюдения дают исследователям возможность полностью контролировать условия проведения исследования и создают неограниченные предпосылки для использования специальной аппаратуры. В случае лабораторного наблюдения используются наиболее благоприятные условия для работы исследователя, сокращаются сроки и стоимость проведения исследования. Но сам факт информирования наблюдаемых о том, что исследования будут проводиться в специально отведенном помещении, новая обстановка могут повлиять на естественность поведения участников исследования. Это может исказить информацию и снизит ее объективность. В качестве примера можно привести ситуацию, когда информированные о исследовании участники наблюдения могут потратить гораздо больше времени на выбор марки товара, чем они это делают в естественной ситуации. Или они решат неправильным тщательное рассмотрение образцов товара, и не желая показаться излишне придирчивыми и навязчивыми при получении консультации у торгового персонала, сократят время выбора.

Проведение исследования в полевых условиях является наиболее целесообразным. Преимуществом в этом случае является естественность наблюдаемого поведения человека. Но полевые наблюдения имеют один серьезный недостаток. На участников исследования могут оказывать воздействие различные внешние факторы, в том числе случайного характера, не имеющие к изучаемому процессу прямого отношения. В качестве примера

можно привести ситуацию, когда в какой-то момент может не оказаться в торговом зале самого товара, в отношении которого изучается поведение потребителей. Другая ситуация наплыв посетителей в магазине в часы пик может помешать покупателям изучить все варианты предложения товара или рассмотреть упаковку новой марки товара; и покупатели, не выносящие толкотни, скорее всего, ограничат свой выбор наиболее привычными вариантами. В реальных условиях может случиться и так, что в магазине или другом заведении, где проходит исследование, какой-то период времени совсем не будет посетителей, за которыми планировалось наблюдение. Чтобы исключить недостатки полевых и лабораторных форм, используют комбинированный вариант в виде лабораторно-полевое наблюдение. Исследование проводится в естественных условиях, но принимается ряд мер по сохранению их стабильности в течение установленного для наблюдения времени. При проведении лабораторно-полевого наблюдения исследователям необходимо быть в контакте с администрацией организации, в которой планируется наблюдение, чтобы обеспечить наличие необходимого количества товара в торговом зале или другими способами поддерживать неизменность условий наблюдения.

Исходя из положения исследователя в наблюдаемом процессе, выделяют несколько градаций степени «включенности» наблюдателя. В случае, когда исследователь наравне с наблюдаемыми участвует в изучаемом процессе, т.е. принимает активное участие, в такой форме включенного наблюдения определяется максимальная степень участия наблюдателя в наблюдаемом процессе. Наблюдатель «внедряется» в изучаемый объект и находится в непосредственном контакте с наблюдаемыми, принимает участие в их деятельности и наблюдаемом процессе. В изучение процесса потребления некоторых товаров, например алкогольных напитков, активное участие может оказаться предпочтительнее, но по своей природе эта методика наблюдения исключает массовость, а его результаты не поддаются количественному выражению. Отдельной разновидностью включенного

наблюдения является самонаблюдение. Наименьшая степень участия наблюдателя в изучаемый процесс допускает его контакт с наблюдаемыми в той мере, в которой его вынуждает ситуация. Наблюдатель, как и другие посетители магазина, выбирает товар, стоит в очереди в кассу.

Наблюдение, осуществляемое наблюдателем со стороны, без участия в наблюдаемом процессе, является невключенным. Наблюдатель находится на некотором удалении от объекта наблюдения. Это позволяет наблюдать весь ход процесса и контролировать посторонние факторы, на него влияющие.

В случае, когда наблюдение проводится непосредственно за поведением, это называется прямым наблюдением. Если наблюдение проводится за результатами поведения, т. е. наблюдаются физические доказательства свершения каких-либо событий это называется непрямым наблюдением. В качестве результатов поведения потребителей могут рассматриваться мусор, запасы товаров, чеки и др. Примером непрямого наблюдения является исследование запасов, например продуктов в холодильнике потребителей или на полке магазина. Эти наблюдения позволяют установить: какие марки товаров и в каком объеме покупаются каждым из обследуемых домашних хозяйств. Информация с магазинных чеков также является результатом непрямого наблюдения, на основании которой можно сделать выводы о структуре и объеме покупок потребителей, какие товары (или марки) присутствуют в так называемой «потребительской корзине», или покупаются одновременно.

По способу восприятия объекта наблюдения выделяют персональные и неперсональные наблюдения. При персональном наблюдении наблюдаемые события фиксируются лично наблюдателем. При неперсональном наблюдении наблюдаемые события фиксируются с помощью приборов. Это позволяет избавиться от селективного отбора объектов наблюдения, уменьшить субъективность восприятия анализируемого события, получить дополнительную информацию, получить более точную информацию, снизить трудоемкость процесса сбора информации. Использование приборов более

функционально и удобно, чем персональное наблюдение.

По степени стандартизации процесса наблюдения Гилберт А. и Черчилль Г. выделяют «структурированные (стандартизованные, структурированные, стандартизированные) и неструктурированные (нестандартизованные неструктурированные, нестандартизированные, свободные) наблюдения.

Структурированное наблюдение использует формализованную процедуру, в которой заранее выделяются элементы изучаемой ситуации, а это предполагает хорошее предварительное изучение предмета исследования. Эта форма наблюдения используется исследователями для описания предмета исследования или проверки выдвинутых гипотез, а также для уточнения или проверки результатов, полученных другими методами.

При неструктурированном (свободном) наблюдении осуществляется сбор информации обо всех элементах поведения без заранее заданной схемы. Эта форма используется для сбора информации с целью формирования представления о существующей проблемной ситуации. Неструктурированную форму часто совмещают с неперсональным наблюдением, в виду того, что использование техники облегчает задачу фиксации различных видов поведения».

Специфика процедур структурированного и неструктурированного наблюдения подробнее разбирается в одном из последующих разделов контрольной работы.

Включенное наблюдение подразделяется на скрытое и открытое. Скрытая и открытая формы наблюдения связаны с местом наблюдателя в исследуемом процессе. В первом случае наблюдатель не раскрывает истинных целей своего присутствия, а во втором наблюдаемым известны цели и задачи исследования. Открытым считается наблюдение, когда наблюдаемые знают о проходящем исследовании. Если наблюдение проводится в общественных местах, в магазине, на улице, то оповещать тех, за кем ведётся наблюдение не обязательно о целях проводящегося

наблюдения. Информирование о целях наблюдения может быть необходимым при более тесном сотрудничестве. Сотрудничество возможно при изучении стиля жизни. Тогда возможно использовать включенное наблюдение. Это связано с этическими вопросами. Участники наблюдения не должны испытывать опасений в отношении намерений исследователей, поэтому цели наблюдения должны быть раскрыты. С целью создания оптимальных условий для сотрудничества необходимость ознакомить участников наблюдения с целями исследования.

В случае скрытого наблюдения не предполагается раскрытия наблюдателя. Участники наблюдения не знают о проходящем наблюдении. Исследователь избавляется от «эффекта наблюдения», но может столкнуться с другими проблемами. При ведении персонального наблюдения практически невозможно полностью скрыть его. Но если исследователь руководствуется положениями Кодекса проведения маркетинговых исследований и предпримет все меры к сохранению тайны рабочих материалов исследования и сохранению анонимности участников наблюдения, проблема исчезает.

При проведении полевых исследований встречаются ситуации, когда после наблюдения его участникам необходимо задать некоторые вопросы, т. е. используется комбинированный метод сбора информации. В таких случаях невозможно скрыть от наблюдаемых сам факт исследования. Поэтому для достижения целей наблюдения целесообразнее сначала провести скрытое наблюдение, а затем объяснить цели своего исследования и показать полученные результаты, чтобы наблюдаемый мог убедиться лично, что сделанные записи не ущемляют его прав.

В зависимости от частоты проведения процедуры наблюдения выделяют единичное наблюдение, эпизодическое и систематическое.

Однократное наблюдение проводится одновременно, в течение запланированного периода времени, в соответствии с поставленными целями. После окончания сбора данных разработанная процедура наблюдения не используется повторно.

Эпизодическое наблюдение не имеет четко установленного регламента регистрации событий. В качестве частного случая эпизодического наблюдения можно рассматривать единичное наблюдение, проводимое повторно без четко спланированного регламента. В качестве примера можно привести желание администрация магазина оценить качество работы персонала в виде проведения эпизодического наблюдения за деятельностью персонала один - два раза в месяц. При проведении повторных исследований возможно использовать уточненную процедуру наблюдения.

Систематическое наблюдение предполагает использование строго регламентированного графика выполнения процедуры наблюдения. Например, участники исследования могут ежедневно в специальных дневниках регистрировать сделанные за день покупки, аудиометр постоянно фиксирует информацию о просматриваемых передачах каждым из членов наблюдаемой семьи. Систематическое наблюдение позволяет выявить динамику изучаемых процессов.

Признак наблюдения	Формы наблюдения
Характер окружающей обстановки	Полевое наблюдение — проводят в естественных условиях, в реальной жизненной ситуации
	Лабораторное наблюдение — проводят в искусственно созданных условиях, это позволяет сохранять стабильность обстановки, в условиях которой происходит исследование
	Лабораторно-полевое наблюдение — проводят в естественных условиях, но с отдельными ограничениями, снимающими недостатки как лабораторного, так и полевого наблюдения
Место исследователя в изучаемом процессе	Включенное наблюдение (наблюдения с непосредственным участием исследователя) — наблюдатель сам участвует в ситуации, он одновременно сам влияет на ситуацию и, в свою очередь, подвергается ее влиянию. Такая форма позволяет скорректировать объективность выводов наблюдателя за счет улучшения понимания им наблюдаемых процессов
	Невключенное наблюдение (наблюдение осуществляется наблюдателем со стороны без участия в наблюдаемом процессе) — наблюдатель находится на некотором удалении от объекта наблюдения, что позволяет видеть весь ход процесса и контролировать сторонние факторы, на него влияющие

Способ восприятия объекта наблюдения	Персональное наблюдение — наблюдаемые события фиксируются непосредственно наблюдателем
	Неперсональное наблюдение — наблюдаемые события фиксируются с помощью приборов, что позволяет снизить субъективность восприятия событий
Степень стандартизации наблюдения	Структурированное (контролируемое) наблюдение — в этом случае используются бланки наблюдения с четко заданной структурой фиксируемых элементов (аспектов) процесса или ситуации, остальные элементы поведения игнорируются
	Неструктурированное (свободное) наблюдение — осуществляется наблюдение всех элементов поведения без заранее заданной схемы
Степень открытости процесса наблюдения	Открытое наблюдение — наблюдаемым известно о проводящемся наблюдении, исследователи заранее предупреждают их об этом
	Скрытое наблюдение — наблюдаемым не известно о проводимом исследовании
Характер наблюдаемых событий	Прямое наблюдение — наблюдение проводится непосредственно за поведением
	Непрямое (косвенное) наблюдение — наблюдение проводится за результатами поведения
Регулярность проведения наблюдения	Систематическое наблюдение — проводится на регулярной основе, что позволяет выявить тенденции процессов
	Эпизодическое наблюдение — не имеет четко установленного регламента регистрации событий
	Однократное наблюдение — исследование выполняется в соответствии с поставленными целями однократно, более эта схема исследования не используется
	Случайное наблюдение — наблюдение заранее незапланированного явления, как самостоятельная процедура сбора первичной информации обычно не планируется. Между тем зачастую становится уникальным поводом для пересмотра маркетинговых решений предприятия

Таблица 1. Формы проведения наблюдений.

1.2 Используемые методы наблюдения.

По способу проведения методы наблюдения можно классифицировать как: личное наблюдение, наблюдение с использованием технических средств, аудит, контент-анализ, анализ следов.

В случае личного наблюдения наблюдатель записывает все происходящие с объектом события по мере их поступления. Наблюдатель не пытается контролировать или направлять события, происходящие с объектом наблюдения. Наблюдатель просто записывает все, что происходит в естественных (например, в доме) или в искусственных условиях (в лаборатории). В качестве примера можно привести ситуацию, когда наблюдатель может записывать число посетителей и наблюдать за потоками покупателей в универмаге. Можно использовать наблюдение за номерными знаками автомобилей для выяснения мест проживания покупателей. В процессе исследования наблюдатели записывали номера автомобилей на автостоянках, а затем их вводят в компьютер и сопоставляют с регистрационными данными автомобилей. В результате создаётся карта проживания покупателей. Эта карта помогает определить размещение новых подразделений универмага и мест размещения рекламы. В качестве примера можно привести ещё одну ситуацию по жалобам на автомобиль Accord японской компании Honda. Автомобиль был недостаточно вместителен для американских водителей и недостаточно стильный – для японских. Пытаясь сохранить рынок сбыта, компания Honda направила своих работников для посещения американских семей и выяснения того, как они используют этот автомобиль. При проведении наблюдений наблюдатели выяснили, что американские водители предпочитают, чтобы в машине было много отделений для хранения ручек, карт, блокнотов и прочих мелочей. Наблюдатели также анализировали отзывы американцев по автомобилям Ford Taurus и Toyota Camry, которые они были основными конкурентами в этом классе машин. По результатам этих наблюдений была разработана

новая модель Accord для американских водителей и объем продаж этой марки автомобиля увеличился.

Какие же конкретные недостатки метода наблюдения нельзя в принципе исключить, допущенные наблюдателем? В психологии наблюдения считается, что искажение восприятия событий тем больше, чем сильнее наблюдатель стремится подтвердить свою гипотезу. Он устает, адаптируется к ситуации и перестает замечать важные изменения, делает ошибки при записях и т.д. и т.п. А.А. Ершов (1977) выделяет следующие типичные ошибки наблюдения:

1. *Галлоэффект*. Обобщенное впечатление наблюдателя ведет к грубому восприятию поведения, игнорированию тонких различий.

2. *Эффект снисхождения*. Тенденция всегда давать положительную оценку происходящему.

3. *Ошибка центральной тенденции*. Наблюдатель стремится давать усердную оценку наблюдаемому поведению.

4. *Ошибка корреляции*. Оценка одного признака поведения дается на основании другого наблюдаемого признака (интеллект оценивается по беглости речи).

5. *Ошибка контраста*. Склонность наблюдателя выделять у наблюдаемых черты, противоположные собственным.

6. *Ошибка первого впечатления*. Первое впечатление об индивиде определяет восприятие и оценку его дальнейшего поведения.

При проведении наблюдения с использованием технических средств запись результатов производится техническими устройствами. В этом случае не всегда требуется участие респондентов. Из технических устройств, не требующих участия респондентов, наиболее известен аудиометр. Он подсоединяется к телевизору и постоянно регистрирует, какой канал включен. В последнее время появились так называемые «счетчики людей». Они не только регистрируют, какой именно канал включен, но и сколько человек смотрят передачу. Другой пример – турникеты, регистрирующие количество человек, входящих и выходящих из помещения, регистраторы

движения, расположенные вдоль дорог для подсчета количества автомобилей, проезжающих в определенном месте. Камеры на рабочих местах используют розничные торговцы для контроля за размещением товаров, привлекательности упаковки и маршрута движения покупателей. Достижения цивилизации, такие как штрих коды товаров, значительно расширили сферу применения наблюдений с использованием технических средств.

В случае аудита потребительских товаров исследователь проводит инвентаризацию количества и марок потребительских продуктов. Важно определить, в каком месте останавливаются товары при движении по цепочке от производителя к потребителю. Изначально никто не может с уверенностью сказать, какие именно товары покупают потребители, а какие скапливаются на складе. Для улучшения ситуации компания-производитель может договориться с основными дистрибьюторами о присылке аудиторов для проведения инвентаризации их складов и определения того, какие именно модели предпочитают покупатели. Аудит позволит получить информацию об объемах розничных продаж и их движении по каналам распределения.

Контент-анализ используется, когда объектом наблюдения является коммуникативная связь, а не поведение или материальные объекты. Его можно определить как объективную, систематическую и количественно определенную характеристику основных параметров коммуникативной связи. Контент-анализ включает наблюдение и анализ. Объектами анализа могут быть слова или употребление различных слов в сообщении, длина и продолжительность сообщения, предмет сообщения. Наблюдаются и анализируются содержания рекламных сообщений, статей в газетах и т.п.

Анализ следов – методика, при которой сбор информации осуществляется по физическим признакам или свидетельствам прошедших событий. Например, в универмаге можно провести анализ информации, считанной при сканировании кредитных карточек покупателей, что позволит

проанализировать их использование.

Нестандартные примеры использования анализа следов:

- анализ состояния пола в помещениях музеев для оценки сравнительной популярности различных выставок;

- анализ количества разных отпечатков пальцев на страницах журналов для оценки читабельности рекламных объявлений;

- анализ пользователей сети Internet для получения информации об их интересах и моделях поведения. Многие пользователи сети Internet не осознают того, что во время путешествий по его просторам они оставляют следы (Cookie) владельцам Web-сайтов. Cookie – это группа цифр и букв, сохраняемых в браузере пользователя и идентифицирующих его. Компании, которые создают Web-сайты, используют cookie для сбора маркетинговой информации о посетителях. Cookie сопровождают пользователя в его перемещениях по сайту и отмечают страницы, которые он посетил, а также длительность пребывания на каждой из них. Имя, адрес, телефон и посещаемые сайты можно определить по cookie и занести в базу данных, если посетитель сайта вводит какую-либо информацию.

1.3 Наблюдение как процесс

Наблюдение как метод сбора маркетинговой информации обладает рядом достоинств и недостатков, которые необходимо знать, чтобы правильно применять данный метод и грамотно выбрать его форму. Обобщенные характеристики наблюдения как метода сбора маркетинговой информации представлены в таблице 2.

Достоинства метода	Недостатки метода
<ul style="list-style-type: none">• Независимость хода исследования от объекта наблюдения, от его желания участвовать в этом процессе и способности выразить свои мысли (отсутствует и языковой барьер)• Высокая объективность, так как наблюдению подвергаются только фактически произошедшие события, нет зависимости от возможностей памяти или компетенции наблюдаемых людей• Возможность восприятия неосознанного поведения людей• Возможность учета окружающей обстановки• Возможность регистрировать событие в момент его возникновения (прямая регистрация событий)• Отсутствие непосредственного взаимодействия между наблюдателем и наблюдаемым, поэтому снижается вероятность искажения информации в силу влияния исследователя или в силу желания респондента выглядеть лучше• Возможность отделить факты от вымысла (от того, как респондент представляет себе это действие)	<ul style="list-style-type: none">• Низкая репрезентативность, так как невозможно обеспечить случайный порядок составления выборки• Селективный отбор объектов наблюдения (наблюдатель из общей массы выберет какие-то отдельные объекты)• Субъективность восприятия наблюдаемых событий (наблюдатель может воспринять определенные жесты или мимику неправильно под влиянием собственного видения ситуации и мировоззрения, смешивать результаты наблюдения и выводы, что особенно характерно для свободного наблюдения)• Наличие эффекта наблюдения (неестественное поведение перед камерой, когда она замечена наблюдаемыми)• Невозможность наблюдения многих факторов• Ограниченность времени наблюдения временем свершаемого события

Таблица 2. Основные характеристики наблюдения как метода сбора маркетинговой информации.

Анализируя таблицу можно установить наиболее предпочтительные формы наблюдения, которые помогают избежать некоторые недостатки метода. Например, осуществление наблюдения с помощью технических приборов лишено недостатков, связанных с селективным отбором объектов наблюдения, субъективностью восприятия наблюдаемых событий.

Видеокамеру легче замаскировать, чем самого наблюдателя, и избавиться от эффекта наблюдения. Самым серьезным недостатком метода наблюдения является низкая репрезентативность этого метода. Однако для некоторых исследований эта проблема решается. Например, при использовании метода дневников.

В процессе подготовки и проведения наблюдения используется несколько этапов, которые отображены на рисунке 1.

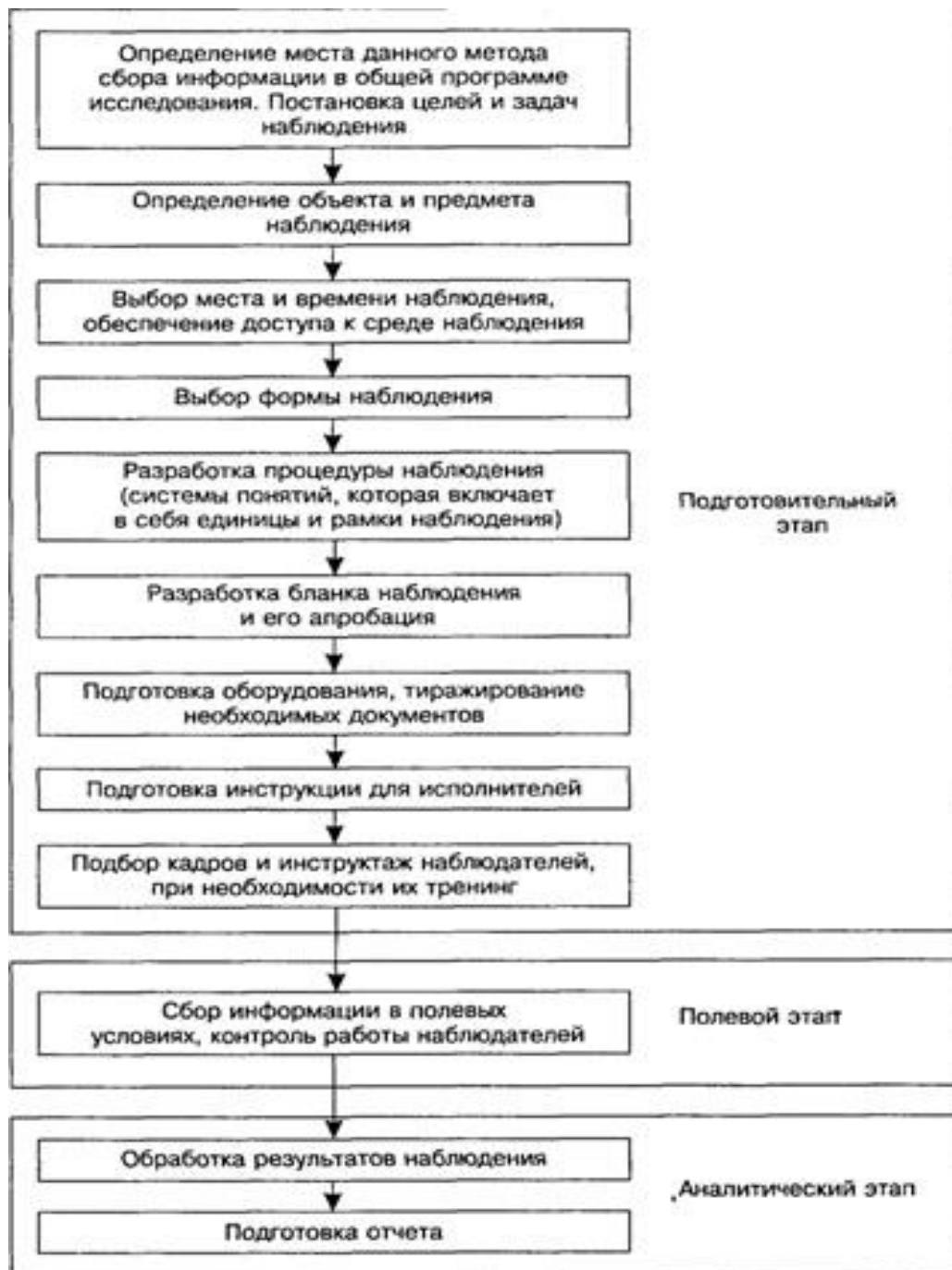


Рисунок 1. Этапы сбора информации методом наблюдения.

1. Этап подготовительный. Он включает в себя следующие шаги:

- определение места данного метода сбора информации в общей программе исследования, целей и задач наблюдения;
- определение объекта и предмета наблюдения;
- выбор места и времени наблюдения, обеспечение доступа к среде наблюдения;
- выбор формы наблюдения;
- разработка процедуры наблюдения (системы понятий, которая включает в себя единицы и рамки наблюдения);
- разработка плана наблюдения и его апробация;
- подготовка оборудования, тиражирование необходимых документов;
- подготовка инструкции для исполнителей;
- подбор кадров и инструктаж наблюдателей, при необходимости их тренинг.

2. Этап - полевой, связанный со сбором информации в полевых условиях и контролем работы наблюдателей.

3. Этап - аналитический, включающий обработку результатов наблюдения и подготовку отчета.

На подготовительном этапе определяются место наблюдения в общей программе исследования, его цели и задачи. Например, в рамках исследования поведения потребителей в отношении конкретного товара может проводиться опрос, изучающий мнения реальных и потенциальных потребителей о данном товаре, и наблюдение за процессом покупки товара в магазине. Цель наблюдения — установить, каким образом потребитель выбирает товар в магазине. Задачами наблюдения в этом случае будут:

- установление количества участников процесса покупки и распределение ролей между ними (кто выступает инициатором покупки, кто принимает окончательное решение);
- выяснение последовательности и длительности различных действий, осуществляемых в процессе принятия решения о покупке,

- общее время, затрачиваемое на покупку товара, какое время отводится покупателем на изучение информации о товаре;

- определение количества оцениваемых в процессе принятия решения о покупке марок товара, какие товары-заменители рассматриваются покупателями как альтернативные;

- оценка факторов обстановки, способствующих покупке товара (широта ассортимента, подробная информация на упаковке, ее дизайн и др).

Объектом наблюдения здесь выступает индивид, домохозяйство, организация. Предметом наблюдения выступает одна или несколько сторон поведения объекта (признаки, факты его деятельности). Предмет исследования определяет необходимость самого поведения или его последствий.

В соответствии с поставленными задачами необходимо определить место и время проведения наблюдения. Например, выбрать типы торговых точек или других заведений, в которых будет проводиться наблюдение (разные типы магазинов могут придерживаться различных концепций при формировании ассортимента товаров, создавая разные условия для покупки). Время дня или день недели могут выступать как факторы, влияющие на осуществление покупки, поэтому выбор времени наблюдения должен либо нейтрализовать действие этого фактора, либо охватывать достаточный период, чтобы выявить закономерности (если это соответствует задачам исследования).

Определив место наблюдения, необходимо обеспечить доступ к нему в выбранное время, получить разрешение руководства выбранных заведений. При проведении лабораторно-полевого наблюдения может понадобиться более тесное сотрудничество исследователей с администрацией и персоналом торговых точек, что требует соответствующего согласования.

Важное значение имеет выбор формы наблюдения. Необходимо определить, в какой форме должно проходить наблюдение. Для этого выясняются критерии выбора в соответствии с потребностями исследователя:

- нужна ли стабильная обстановка для проведения наблюдения?
- имеется ли опасность субъективного истолкования событий?
- хорошо ли известна структура наблюдаемого поведения?
- необходимо ли изучать тенденции изменения исследуемых процессов?
- имеются ли ограничения по срокам проведения наблюдения?
- повлияет ли информация о проводимом исследовании на естественность поведения наблюдаемых?
- имеются ли сложности с пониманием сути происходящего?
- имеется ли необходимость более точного измерения изучаемых признаков с помощью технических средств?
- какова квалификация персонала для выполнения наблюдения?
- насколько трудоемка процедура регистрации событий?

При разработке процедуры наблюдения необходимо ответить на вопрос: «Что наблюдать?». Ответ во многом зависит от выбранной формы наблюдения — структурированной или свободной, но в любом случае требуется определить единицы и рамки наблюдения.

Единица наблюдения — это некоторый «блок» действий или набор простейших операций (движений, действий), или их признаки, с помощью которых будет описываться исследуемое поведение, по которым можно судить о произошедшем событии. Единица наблюдения выделяется путем разделения поведения на отдельные элементы, учитывающие четко определенное действие, условие его осуществления или признак ситуации его совершения. В качестве единицы наблюдения выделяют набор действий различного характера любой сложности (комплексности), например, покупатель может просто рассматривать стоящий на полке товар, а может взять его в руки. В процессе анализа совокупность единиц наблюдения позволяет воссоздать ситуацию в момент сбора информации.

Рамки наблюдения - это степень детализации (количество уровней) наблюдаемого поведения, которые должны быть охвачены в процессе

исследования. Например, поведение объекта в целом - первый уровень наблюдения, поведение объекта в отношении конкретного предмета или процесса в конкретной ситуации — второй, третий и т. д. уровни наблюдения.

Неструктурированное наблюдение используется в ситуациях, когда исследователь затрудняется с идентификацией проблемы исследования или формированием рабочей гипотезы, когда необходимо описание какого-либо процесса или явления для проведения его качественного анализа. Задача исследователя заключается в определении основных элементов объекта исследования, определение их взаимодействия, поэтому невозможно выделить детально конкретные аспекты, подлежащие наблюдению. Рамки свободного наблюдения довольно широки, осмысление исследователем наблюдаемой ситуации может привести к изменению направления наблюдения. В то же время все наблюдать невозможно. Даже при наблюдении за предельно простыми процессами невозможно получить полный отчет о наблюдаемых явлениях.

Именно поэтому при проведении свободного наблюдения выделяют примерный перечень значимых элементов:

- наблюдаемые;
- обстановка;
- цель действий, осуществляемых наблюдаемыми;
- поведение;
- частота и продолжительность наблюдаемого действия, явления.

Представленный перечень может оказать существенную помощь при планировании действий наблюдателя.

Процесс познания есть построение исследователем определенной системы классификаций наблюдаемого поведения. Наблюдатель, не имеющий своей системы классификации, может увидеть много, а зафиксировать и определить очень мало. Исследователь, пользующийся слишком полной и жесткой системой классификации, будет наблюдать лишь

то, что соответствует его концепции, он зафиксирует все, что увидит, но увидит он не все. Накопление впечатлений приводит к конкретизации наблюдаемых элементов, их ранжированию с точки зрения важности для целей исследования, что способствует структуризации наблюдаемого явления и переходу от неструктурированного наблюдения к структурированному. Характеристика наблюдаемых элементов приведена в таблице 3.

Элементы наблюдения	Направления наблюдения
Наблюдаемые	Сколько человек участвует в процессе? Кто они, каковы их роли в наблюдаемой ситуации? Как они взаимодействуют?
Обстановка	Где происходит наблюдение? Какие элементы обстановки способствуют совершению наблюдаемого процесса? Какие действия обстановка поощряет, а каким препятствует? (Например, танцы в ресторане)
Цель	Имеются ли у наблюдаемых какие-либо формальные цели или они оказались на месте наблюдения случайно? Совместимы ли цели различных участников ситуации (например, дети канючат сладости у родителей, которые не склонны тратить на это деньги)?
Поведение	Что и как делают участники ситуации? Какого рода поведение является ожидаемым? Каковы стимулы, влияющие на поведение? Каковы эмоции, выражаемые при той или иной форме поведения? Каков результат (последствия) поведения?
Частота и продолжительность	Когда возникла и как долго длилась наблюдаемая ситуация? Как часто она возникает?

Таблица 3. Примерная схема неструктурированного наблюдения

Процедура структурированного наблюдения включает следующее. Структурированное наблюдение проводится с целью описания типичности или распространенности одной из форм поведения. При разработке процедуры структурированного наблюдения необходимо не только

определить наиболее значимые элементы наблюдаемого процесса, которые будут включены в бланк регистрации, но и какие признаки этих элементов будут фиксироваться в ходе исследования: наличие (отсутствие) или интенсивность их проявления.

Структурированное наблюдение применяется при исследовании частных ситуаций, поэтому исследователь должен создавать систему категорий и единиц наблюдения в соответствии с моделью последующего анализа. При планировании рабочего документа таких элементов может быть задействовано большое число, чтобы подробнее воссоздать наблюдаемое явление, но при апробации инструмента исследования (бланка наблюдения) некоторые из них могут быть исключены либо как неработающие, либо как недостоверные.

2. Использование форм для сбора данных.

Бланком наблюдения, помогающим регистрировать события, может использоваться карточка наблюдения, протокол наблюдения, таблица наблюдения, дневник.

Используемые карточки наблюдения служат для регистрации информации, касающейся наблюдаемых лиц, явлений, процессов. Эти карточки наблюдения могут быть составлены по видам наблюдаемых ситуаций или этапам наблюдаемого процесса.

Используемый протокол наблюдения представляет собой расширенный вариант карточки.

Используемый дневник наблюдений предназначен для систематической регистрации необходимых сведений в течение длительного периода.

На предварительном этапе, при подготовке рабочих документов наблюдения обязательно предусматривается регистрация таких сведений: кто, когда и где проводит наблюдение (фамилия наблюдателя, дата и время дня, место наблюдения).

Пример:

Где: Универмаг. Внутри магазина, возле контрольной стойки на выходе или в отделе магазина.

Кто: Мужчины, женщины, покупатели, зеваки, родители с детьми, дети отдельно.

Что: Покупаемые продукты/торговые марки, рассматриваемые продукты/торговые марки, размер, цена упаковки, влияние детей и других членов семьи.

Когда: Дата наблюдения, день, час.

Почему: Влияние цены, торговой марки, размера упаковки, продвижения, членов семьи на осуществление покупки.

Как: Исследователь, замаскированный под служащего магазина;

незамаскированный исследователь; скрытая камера или механический прибор.

Необходимо помнить, что в каждый определенный момент человек способен воспринимать от пяти до десяти дискретных единиц одновременно, поэтому если предполагается наблюдение значительного количества единиц поведения в широких рамках, то целесообразно распределить задание между несколькими наблюдателями и подготовить для каждого соответствующие бланки наблюдения.

Необходимо учитывать, что качественно разработанная форма четко определяет необходимую информацию и как следствие, работник может точно записать эту информацию, а также такая форма упрощает процесс кодирования, учета и анализа данных. Формы для записи результатов нуждаются в предварительном тестировании.

Следует также отметить специфику некоторых наблюдений, для которых используется иная форма регистрации. Например, Интернет. Предварительные наблюдения здесь могут заключаться в подсчете посещений Web-страниц, определении времени нахождения на каждой странице. Последний параметр можно определить встроенным таймером, который запускается после нажатия посетителем определенной иконки на странице и останавливается после нажатия следующей иконки. Далее, исследователь может разместить на странице ссылки на другие Web-страницы и подсчитать число обращений к каждой из них. Всё это дает ценные сведения о необходимой пользователям информации, а также о интересах целевого сегмента. Анализ ссылок на данный сайт, с которых осуществляется заход на него, может дать информацию о сопутствующих интересах потребителей. Углубленный анализ сайтов, имеющих ссылки на данный сайт, дает возможность получить информацию о рекламе, конкурентах, потребителях, демографических и психографических характеристиках целевого рынка.

История проведения исследований показывает, что успех наблюдения

во многом зависит от способностей, квалификации и личностных качеств наблюдателя. Основные личные качества наблюдателя: внимательность, точность, добросовестность, терпеливость, педантичность, деликатность.

При выполнении наблюдения от исследователя требуется умение выявлять значимые действия, быстро и точно фиксировать изменения в наблюдаемой ситуации. Для выполнения этой работы исследователь должен обладать хорошей памятью, быстрой реакцией.

Генетически заложенные в конкретного человека природные способности развивается в процессе обучения наблюдателей. Обучение проводится в форме тренинга, когда наблюдатели регистрируют события, снятые на видеопленку или в реальной ситуации, когда начинающий наблюдатель регистрирует события параллельно с квалифицированным наблюдателем. После окончания наблюдения записи сравниваются и анализируются допущенные ошибки, наиболее важные и сложные моменты.

Для облегчения задачи наблюдателям подготавливается инструкция, где подробно указываются критерии отнесения фактов к той или иной категории единиц наблюдения, правила фиксации наблюдаемых событий.

Результаты наблюдения фиксируются определенным образом, чтобы в дальнейшем можно было провести их обработку и анализ. Основное правила фиксации результатов: запись должна вестись на месте наблюдения и в момент совершения наблюдаемого события.

Фиксация результатов либо заносится в один из документов наблюдения, либо осуществляется техническими средствами. Для структурированного наблюдения задача записи событий облегчается подробной структурой рабочих документов, особенно если регистрируется наличие или отсутствие выделенного элемента наблюдения. В этом случае запись результатов ведется по принципу «да-нет». Для неструктурированного наблюдения фиксировать события сложнее, здесь не используются жесткие требования записи, поэтому важно подобрать такую форму, которая позволяла бы идентифицировать наблюдаемые события отдельно от их

интерпретации.

Действия наблюдателя в ходе полевых наблюдений могут корректироваться руководителем группы, может расширяться или сужаться круг единиц наблюдения или его продолжительность.

Процесс сбора информации контролируется различными способами:

- путём проведения беседы с участниками ситуации;
- путём выполнения анализа документов;
- путём сравнения результатов разных наблюдателей;
- путём повторного наблюдения.

В случае, когда наблюдение контролируется путем сравнения результатов разных наблюдателей, может быть увеличено число наблюдателей, одновременно исследующих одну ситуацию, но ведущих записи независимо друг от друга. Сравнение полученных ими результатов позволяет устранить влияние субъективных и объективных ошибок и выявить пропущенные наблюдателями события.

Регистрация поведения в магазине:

Время покупки _____ Количество купленного _____

Оценка поведения	Свежие яблоки	Сок яблочный в пачке	Сок яблочный в банке
1. Проход мимо товара			
2. Выбор определенной марки			
3. Внимательное рассмотрение выбранной марки			
4. Обсуждение с другими участниками группы			
6. Др. особенности выбора покупки			

3. Анализ результатов наблюдения.

Анализ полученных данных начинается с перевода «сырых» данных в осмысленную информацию и включает их введение в компьютер, проверку на предмет ошибок (редактирование), кодирование, представление в матричной форме (табулирование). Закодированные исходные данные представляется в виде матрицы. Это процесс называется преобразованием исходных данных.

Этапы анализа данных:

А. Редактирование. Цель редактирования заключается в установлении некоторых стандартов минимального качества полученных данных. Редактирование заключается в просмотре и исправлении ошибок каждой формы регистрации наблюдений. Просмотр и исправлении ошибок зачастую выполняются в две стадии: полевое редактирование и централизованное офисное редактирование.

Полевое редактирование – это предварительное редактирование, проводимое руководителем полевых исследований, которое заключается в том, чтобы обнаружить наиболее бросающиеся в глаза пропуски самих данных и неточности их сбора. Также этим контролируется поведение персонала полевых сил и внесение ясности в любого рода недопонимание этими силами направлений их деятельности, методов, специфических вопросов и т. п. В идеальных условиях полевое редактирование выполняется как можно скорее после того, как форма сбора данных заполнена. Проблемы должны быть устранены прежде, чем проводивший сбор информации штат будет расформирован, и пока конкретные контакты, явившиеся источником затруднения, еще свежи в памяти проводивших наблюдение людей. Полевое редактирование выполняется руководителем полевых работ.

Б. Следующим этапом является централизованное офисное редактирование, которое заключается в более полной и точной проверке и коррекции собранных ответов.

Централизованное офисное редактирование заключается в точной всеобъемлющей проверке и коррекции заполненных форм сбора данных, включая принятие решения о том, что с этими данными делать. Для этой работы подходит специалист, обладающий «острым глазом» и хорошо знакомый с целями и методами исследования. Для обеспечения логической последовательности обработки материалов, лучше всего предоставить все носители собранных данных одному человеку. В случае, когда эту работу приходится делить в связи с её объёмом и имеющимся временем, то разделы должны делиться по частям формы, а не по респондентам. В отличие от полевого, централизованное офисное редактирование в меньшей степени зависит от последующих процедур, и в большей — от степени полноты собранных данных.

Элементы наблюдения, проверяемые при полевым редактировании:

1. Полнота. Проверка полноты заключается в тщательном просмотривании формы данных с целью обеспечения уверенности в том, что ни одна страница не пропущена, а также проверку отдельных пунктов.

2. Читаемость. Необходимо кодировать форму, которая не может быть сведена к цифровой форме, чтобы избежать проблемы с неразборчивостью почерка или непонятных сокращений слов.

3. Понятность. Зарегистрированные действия должны быть понятны для всех, а не только для того, кто проводил наблюдение. При обнаружении такой ситуации на месте руководитель полевых работ может получить у него необходимое разъяснение.

4. Логическая последовательность. Непоследовательность обычно указывает на ошибки сбора или регистрации данных, но могут свидетельствовать и о двусмысленности используемых средств или беззаботном отношении к выполнению работы.

5. Однообразие: очень важно, чтобы наблюдения регистрировались однообразными блоками. Если база наблюдений оказывается не единообразной, то на следующей стадии анализа результат может оказаться

сомнительным.

В. Кодирование. При кодировании данные распределяются по категориям. С помощью кодирования сырые данные превращаются в символы. Они чаще бывают цифровые, которые можно табулировать и подсчитывать. Это преобразование не должно осуществляться автоматически и требует здравого суждения кодировщика.

Первый этап кодирования заключается в определении категорий или классов, к которым будут относиться собранные результаты наблюдения. Второй этап кодирования заключается в назначении кодовых номеров классов.

Конечный этап процесса кодирования состоит в подготовке книги кодов, которая содержит общие инструкции, указывающие, каким образом была закодирована каждая из позиций данных. В ней перечисляются коды каждой переменной и категории, включенные в каждый код, указывается, где в компьютерной записи располагается переменная и каким образом эта переменная читается (например, с десятичной точкой или как целое число). Последняя информация обеспечивается установлением формата.

Г. Табулирование. Это процесс подсчета количества событий, которые попадают в различные категории. Табулирование имеет форму простой табуляции или перекрестной табуляции. В случае простой табуляции проводится подсчет количества событий, которые попадают в каждую категорию, когда категории базируются на одной переменной. В случае перекрестной табуляции проводится подсчет количества событий, которые попадают в каждую из нескольких категорий, когда категории базируются на двух и более переменных, рассматриваемых одновременно.

Простая табуляция связана с подсчетом для одной единственной переменной. Эта переменная может повторяться для каждой из переменных исследования, но табуляция для каждой переменной не зависит от табуляции для других переменных. В случае перекрестной табуляции две или более переменных обрабатываются одновременно. Процесс табуляции может

выполняться целиком от руки, целиком машиной или частично машиной и частично от руки. Более эффективный подход зависит от числа необходимых табуляций и от количества событий в каждой табуляции. Число табуляций является прямой функцией количества переменных, тогда как количество событий — это прямая функция размера выборки. Чем меньше число табуляций требуется и чем меньше выборка, тем более привлекательными становятся ручные методы. Привлекательность любого подхода в значительной степени зависит от сложности табуляций. Сложность возрастает по мере увеличения числа переменных, получаемых для одновременной обработки в перекрестной табуляции. Сложность также возрастает с увеличением числа категорий на одну переменную. В очень простых исследованиях ручная табуляция может оказаться полезной. Большинство исследований полагается на компьютерную табуляцию, использующую пакеты программ. Существует громадное количество таких программ. Некоторые из них, в дополнение к отчетности о количестве событий в каждой категории, могут рассчитывать итоговые статистики и графически представлять гистограммы значений.

Д. Статистический анализ. Определяются средние величины, частоты, корреляционные и регрессионные соотношения, осуществляется анализ трендов.

Е. Подготовка отчета. Заключительный отчет делится на три части:

1. Вводная часть отчета состоит из начального листа, титульного листа, договора на проведение исследования, меморандум, оглавления, перечня иллюстраций и аннотацию. По объёму меморандум и аннотация не более одной страницы.

2. Основная часть отчёта состоит из введения, характеристик методологии исследования, обсуждения полученных результатов, констатации ограничений, а также выводов и рекомендаций. Введение ориентирует читателя на ознакомление с результатами отчёта. Оно содержит общую цель отчёта и исследования, актуальность его проведения. В

методологическом разделе описываются: кто и что явилось объектом исследования, используемые методы. Дополнительная информация может помещаться в приложении. Главным разделом отчёта является раздел, в котором излагаются полученные результаты. Рекомендуется строить его содержание вокруг целей исследования. Выводы и рекомендации могут быть изложены как в одном, так и в отдельных разделах. Выводы основываются на результатах проведённого исследования. Рекомендации представляют собой предположения относительно того, какие следует предпринять действия, исходя из изложенных результатов. Осуществление рекомендаций может предполагать использование знаний, выходящих за рамки полученных результатов.

3. В заключительной части приводятся приложения, содержащие добавочную информацию, необходимую для более глубокого осмысления полученных результатов.

Кроме написания отчёта исследователи часто также делают для клиентов устную презентацию о методах исследования и полученных результатах.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учеб. пособие / И.К. Беляевский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. – 392 с. – ISBN 978-5-905554-08-7.
2. Браймен А., Белл Э. Методы социальных исследований. Группы, организации и бизнес / Пер. с англ.– Х.: Изд-во Гуманитарный Центр, 2012. – 216 с.
3. Коротков Э.М. Исследование систем управления: Учебник. — М.: ДЕКА, 2013.
4. Каменева, В.Г. Маркетинговые исследования: учеб. пособие / В.Г. Каменева. –2-е изд. доп. – М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2013. – 368 с. – ISBN 978-5-9558-0233-6.
5. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должны знать каждый менеджер / Ф. Котлер. – М.: Альпина Паблишерз, 2012. – 211 с. – ISBN: 978-5-9614-1943-6.
6. Панайотов Д. Организационное поведение – интегрированная парадигма и мезотеория развития человека // Проблемы теории и практики управления, № 6, 2014.
7. Стрекалова Н.Д. Методология «case study» в исследованиях и менеджмент-образовании: проблемы и перспективы использования. Современные исследования в менеджменте: проблемы и перспективы. Сборник научных трудов [Текст] /отв. ред. И.В. Андреева; Нац. Исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». СПб.: Отдел оперативной полиграфии НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург, 2013, С.188-200.
8. Черчилль Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / Г. Черчилль, Т. Браун ; под ред. Г. Л. Багиева – СПб. : Питер, 2012. – 704 с.

