

Fiche 07 : Enquêtes

En sciences de gestion, l'enquête est une méthode couramment utilisée pour recueillir des données sur un groupe de personnes ou une organisation, permettant d'analyser des phénomènes complexes liés à la gestion. Voici les différents aspects des enquêtes décomposés en plusieurs étapes clés :

1. Typologie des enquêtes

Les enquêtes peuvent être classées en plusieurs types, selon les objectifs de la recherche et la méthode de collecte des données :

- **Enquête descriptive** : Vise à décrire une population ou un phénomène spécifique (ex. satisfaction des clients, pratiques managériales).
- **Enquête explicative** : Cherche à expliquer les relations entre différentes variables (ex. impact du leadership sur la performance d'une équipe).
- **Enquête longitudinale** : Étudie une population ou un phénomène sur une longue période, permettant de détecter les évolutions dans le temps.
- **Enquête transversale** : Collecte des données à un moment donné, fournissant un instantané de la situation.
- **Enquête par sondage** : Utilise un échantillon représentatif pour généraliser les résultats à une population plus large.

2. Élaboration et administration d'un questionnaire ou d'un guide d'entretien

L'élaboration d'un questionnaire ou d'un guide d'entretien est une étape essentielle dans la préparation d'une enquête. Elle doit suivre plusieurs étapes méthodiques pour garantir la pertinence et la qualité des données recueillies.

Étapes :

- **Définition des objectifs** : Identifier clairement les questions auxquelles l'enquête doit répondre.
- **Choix des outils** : Déterminer s'il est préférable d'utiliser un questionnaire structuré ou semi-structuré (questions fermées ou ouvertes) ou un guide d'entretien (questions plus flexibles pour des entretiens approfondis).
- **Rédaction des questions** : Formuler les questions de manière claire et concise, en s'assurant qu'elles sont compréhensibles pour les répondants.
 - Pour un **questionnaire** : Prévoir des questions fermées (choix multiples) et, si nécessaire, quelques questions ouvertes.
 - Pour un **guide d'entretien** : Structurer des questions ouvertes et semi-ouvertes permettant aux répondants d'expliquer leurs réponses.

- **Pré-test** : Faire un test auprès d'un petit échantillon pour identifier les ambiguïtés et ajuster le questionnaire ou guide d'entretien.
- **Administration** : Distribuer les questionnaires (en ligne ou en personne) ou réaliser les entretiens, en suivant une méthode rigoureuse pour éviter les biais de collecte.

3. Utilisation des sondages (aléatoires, empiriques) pour le recueil de l'information

Le **sondage** est une méthode fréquemment utilisée pour obtenir des informations à partir d'un échantillon de population. Il existe plusieurs types de sondages en fonction de la méthode de sélection des participants :

- **Sondage aléatoire** : Chaque membre de la population cible a une probabilité égale d'être sélectionné. Cela permet de réduire les biais de sélection et d'améliorer la représentativité.
- **Sondage empirique** : Un échantillon non aléatoire est utilisé, souvent basé sur des critères spécifiques (ex. sélection de participants ayant une expertise particulière). Cette méthode peut présenter des limites en termes de généralisation.

Étapes :

- **Définition de la population cible** : Identifier la population à partir de laquelle l'échantillon sera prélevé.
- **Choix de la méthode de sondage** : Décider entre un sondage aléatoire (plus représentatif) ou empirique (plus pratique dans certains cas).
- **Tirage de l'échantillon** : Sélectionner les participants en suivant les critères de la méthode choisie.
- **Administration du sondage** : Recueillir les réponses par questionnaire ou entretien selon les modalités prévues.

4. Représentativité d'un échantillon et significativité statistique des résultats

La **représentativité** et la **significativité statistique** sont deux concepts essentiels pour assurer la validité des résultats d'une enquête.

- **Représentativité** : L'échantillon doit être représentatif de la population étudiée pour permettre une généralisation des résultats. La taille de l'échantillon et la méthode de sélection (aléatoire ou empirique) influencent cette représentativité.
- **Significativité statistique** : Indique si les résultats obtenus dans l'échantillon sont suffisamment fiables pour être appliqués à l'ensemble de la population. Les tests statistiques (ex. test de Student, test du chi-carré) sont utilisés pour déterminer si les différences ou relations observées sont dues au hasard ou à des facteurs réels.

Étapes :

- **Calcul de la taille de l'échantillon** : Déterminer la taille d'échantillon nécessaire pour assurer la représentativité en utilisant des outils statistiques comme la formule de la taille d'échantillon.
- **Analyse statistique** : Utiliser des tests statistiques pour vérifier si les résultats sont significatifs, c'est-à-dire non dus au hasard.

5. Exploitation des données recueillies au cours de l'enquête

Une fois les données collectées, il est important de les exploiter de manière rigoureuse pour en tirer des conclusions valides.

Étapes :

- **Nettoyage des données** : Vérifier et corriger les erreurs ou incohérences dans les réponses (par exemple, réponses incomplètes ou aberrantes).
- **Codage des réponses** : Pour les questions ouvertes, il est nécessaire de coder les réponses afin de les analyser quantitativement.
- **Analyse descriptive** : Première étape de l'analyse, elle consiste à décrire les données à travers des statistiques simples (moyennes, pourcentages, fréquences).
- **Analyse statistique avancée** : Utiliser des outils statistiques comme la régression, l'analyse de variance (ANOVA) ou les analyses factorielles pour identifier des relations entre variables et tester des hypothèses.
- **Visualisation des données** : Représenter les résultats sous forme de graphiques, tableaux ou diagrammes pour faciliter l'interprétation.

6. L'analyse textuelle

L'**analyse textuelle** est utilisée pour exploiter les réponses ouvertes ou des corpus textuels collectés lors des entretiens ou questionnaires.

Étapes :

- **Préparation du corpus** : Rassembler et formater les réponses textuelles à analyser.
- **Codage des textes** : Attribuer des codes aux thèmes ou catégories identifiés dans le texte.
- **Analyse lexicale** : Utiliser des logiciels d'analyse de texte (comme NVivo, IRaMuTeQ ou Tropes) pour identifier la fréquence des mots, les cooccurrences et les réseaux sémantiques.
- **Analyse de contenu** : Repérer les thèmes principaux, les idées récurrentes et les motifs pour interpréter le sens du texte.

- **Interprétation des résultats** : Formuler des conclusions à partir de l'analyse textuelle, en rapport avec les objectifs de la recherche.