**Отчет № 1**

**Исследование особенностей покупательского поведения мужчин и женщин с помощью метода наблюдения**

*Введение*

Сформулируйте проблему исследования, назовите предмет исследования. Всегда ли распространенные «штампы» житейской психологии соответствуют объективным психологическим закономерностям? И наоборот, всегда ли стереотипы не соответствуют реальности? Что такое стереотип, как он функционирует – и, в связи с этим, может ли он содержать точные психологические знания?[[1]](#footnote-1) Приведите примеры житейских представлений о различиях в покупательском поведении мужчин и женщин.

*Цель* работы сформулируйте самостоятельно.

Сформулируйте *гипотезы* исследования. Одна из них касается времени на совершение покупки, вторая – действий по выбору вариантов в покупательском поведении (т.е. тщательность, избирательность покупателя и пр.).

С помощью какого метода будет достигаться цель исследования? Дайте характеристику проведенного наблюдения (по основным критериям классификации видов наблюдения) (полевое/лабораторное, открытое/скрытое? и т.д.). Почему наблюдение должно быть устроено в данном случае именно таким образом?

*Методика*

Обсудите такие аспекты, как: испытуемые, материал, процедура.

Испытуемые

Какие требования предъявлялись к формированию выборки (состав по полу, возрастная категория испытуемых, социальное положение); какие покупатели были «подходящими» и «неподходящими» для наблюдения? как эти требования были реализованы при проведении наблюдения; охарактеризуйте полученную выборку (число испытуемых, состав по полу).

Материал

какие ключевые показатели поведения были отобраны и почему; объясните, как разрабатывался протокол наблюдения, по каким принципам подбирали единицы для наблюдения. Для чего проводили пилотажное наблюдение; как оно было организовано; как проводили окончательный отбор категорий наблюдения; что представлял собой готовый протокол наблюдения.

Процедура

что представляла собой сессия наблюдения; сколько она продолжалась; что считали началом и окончанием сессии; какие интервалы времени были выбраны для наблюдения и почему. Перечислите те требования, которые предъявлялись к ситуации наблюдения, чтобы она была информативной, и поясните их. (Некоторые примеры обсуждавшихся на занятиях требований: чтобы покупка не была «мужской» или «женской», чтобы ассортимент был достаточно широким и т.д.). Опишите процедуру наблюдения, от начала до конца наблюдения. С чего начинается и чем заканчивается наблюдение? Расскажите про действия наблюдателя: как он себя ведет, какие данные и как он фиксирует, что попадает в раздел «комментарии» в протоколе.

*Результаты*

Укажите количество случаев, за которыми пронаблюдали вы лично, пол и примерный возраст объектов наблюдения, продолжительность наблюдения в каждом из случаев.

Опишите алгоритм обработки данных – что вы вычисляете и для чего (как это связано с проверкой гипотезы)?

Основные данные представьте в виде таблиц. Таблица 1 «Среднее время, затраченное на совершение покупки мужчинами и женщинами» (поместите ее в тексте отчета):

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатель | м | ж |
| Время (ср. арифм., сек.) |  |  |
| Максимальное время |  |  |
| Минимальное время |  |  |
| Разброс |  |  |

По этой таблице нужно прокомментировать: как вычисляли среднее время; отличается ли среднее время у мужчин и женщин; каков разброс данных в мужской и женской выборке (разброс – это разность между максимальным и минимальным временем, потраченным на покупку; отдельно по двум выборкам); отличается ли минимальное и максимальное время совершения покупки у мужчин и женщин.

Таблица 2 «Суммарная частота категорий покупательского поведения» (поместите ее в тексте отчета):

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Единица наблюдения | М | Ж |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 3 |  |  |  |
| 4 |  |  |  |
| 5 |  |  |  |
| 6 |  |  |  |
| 7 |  |  |  |
| 8 |  |  |  |

По Таблице 2 следует пояснить:

* какие категории являются самыми частотными в мужской и женской выборке? какие менее частотны? какие встречаются редко?
* частота каких категорий у мужчин и женщин отличается существенно, какие различия следует считать существенными;
* частота каких категорий, наоборот, не отличается у мужчин и женщин, что это за категории;

*Обсуждение результатов*

Проверьте первую гипотезу. Существенна ли разница во времени, затраченном на совершение покупки мужчинами и женщинами? Существенна ли разница в разбросе между выборками? Есть ли аргументы против выдвинутой гипотезы? Можно ли считать ее подтвержденной?

Обсудите различия по полу в покупательском поведении по полученным данным. Можно ли сказать, что в покупательском поведении мужчин и женщин обнаружены различия? Какие результаты указывают на это? Как можно обобщить отличия женского покупательского поведения от мужского покупательского поведения? Что это за категории, объединяет ли эти категории что-то общее (например, все эти категории характеризуют пересмотр выбора или относятся к одной и той же стадии совершения покупки). По полученным данным опишите типичное «женское» и «мужское» покупательское поведение.

Есть ли, тем не менее, черты сходства в поведении женщины-покупателя и мужчины-покупателя? Чего они касаются, как их можно обобщить?

Оцените, чего больше – сходства или различий – в покупательском поведении мужчин и женщин. Можно ли говорить о «женском» или «мужском» типе совершения покупки?

Можно ли сказать, что полученные результаты подтверждают вторую гипотезу?

В заключение обсудите, правомерно ли делать вывод о наличии/отсутствии гендерных различий в покупательском поведении, учитывая размер выборки и достоверность полученных данных.

*Выводы*

Какие основные факты были установлены по результатам проведенного наблюдения и последующего анализа результатов?

*Приложения*

(в отчете должны содержаться все без исключения приложения, иначе отчет не принимается):

1. заполненные протоколы проведенных лично вами наблюдений (в пилотаже и на основном этапе);
2. сводная таблица результатов наблюдения (включает частоты категорий покупательского поведения каждого из наблюдаемых, а также время, потраченное им на совершение покупки)

**P.S. Обратите внимание на то, что отчеты не будут приняты, если в них не включены данные наблюдения, полученные Вами лично.**

*Литература*

1. Гудвин Дж. Исследование в психологии: методы и планирование. СПб.: Питер, 2004

2. Андреева Г.М. Социальная психология. 1999. С. 128.

3. Майерс Д. Социальная психология. Интенсивный курс. 2007. С. 322-324.

4. Наследов Д.А. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных. СПб., 2004.

1. Приведенные здесь высказывания не являются формулировкой проблемы, это лишь опорные пункты для постановки проблемы. Рассуждение об этих вопросах и будет формулировкой проблемы. [↑](#footnote-ref-1)