

Chapitre 16 – Corrigé

EXERCICE 1 – SABINE ET SON CHOIX ENTRE PLUSIEURS MÉTHODES D'ENQUÊTE

1. Pour chacune des pistes proposées, précisez quelle méthode d'enquête vous semble la plus appropriée. Justifiez en présentant les avantages et les inconvénients de la méthode retenue.

Piste proposée	Méthode d'enquête choisie	Avantages	Inconvénients
Rencontre de plusieurs experts comptables	Entretien semi-directif	<ul style="list-style-type: none"> Recueillir des données qualitatives. Guider l'entretien pour ne pas s'éloigner du sujet tout en permettant des compléments non prévus. 	<ul style="list-style-type: none"> Préparer un guide d'entretien très précis. Connaître le sujet avant de mener l'entretien. Se déplacer et être disponible.
Rencontre de futurs créateurs au Salon Planet'Créa	Enquête en face à face dans un lieu public	<ul style="list-style-type: none"> Personnes en situation et intéressées par le sujet. Coût moindre en termes de temps passé. 	<ul style="list-style-type: none"> Risque de réticence. Échantillon non représentatif et incertain.
Enquête auprès de clients ayant créé leur entreprise	Enquête par correspondance, <i>via</i> Internet si possible	<ul style="list-style-type: none"> Rapidité. Accès aisé à l'administré. Cible diversifiée. Fiabilité des réponses. 	<ul style="list-style-type: none"> Risque de réticence ou de négligence. Taille de l'échantillon incertaine. Résultats biaisés, les personnes répondant aux questionnaires étant plus sensibles au sujet posé.

EXERCICE 2 – CLASSIFICATION DES MÉTHODES D'ENQUÊTE

1. Pour chacun de ces besoins, identifiez les méthodes de recherche adaptées.

Les besoins d'information	Les méthodes de recherche adaptées
Avis des salariés concernant leur situation professionnelle lors de la mise en place d'outils de dématérialisation	Questionnaire Enquête longitudinale permettant d'avoir leur ressenti avant, pendant et après la mise en place des outils. Enquête exhaustive, à distance, en interne
Avis d'experts-comptables ayant mis en place ces outils	Entretien en face à face, en interne
Avis d'experts-comptables hésitant à mettre en place ces outils	Entretiens en face à face
Analyse des impacts de la dématérialisation sur des organisations de petite taille intervenant dans le secteur des services	Questionnaire à distance, sur un échantillon.

2. Mettez en évidence les différences entre les méthodes proposées afin de justifier vos choix.

Les besoins d'information	Les méthodes de recherche adaptées	Les justifications
Avis des salariés concernant leur situation professionnelle lors de la mise en place d'outils de dématérialisation	Questionnaire Enquête longitudinale permettant d'avoir leur ressenti avant, pendant et après la mise en place des outils. Enquête exhaustive, à distance, en interne	Rechercher des informations quantitatives en interrogeant plusieurs personnes. Analyser une éventuelle évolution de l'avis des salariés sur la mise en place de ces outils. Interroger tous les salariés du cabinet car c'est une petite structure, en utilisant un outil informatique à distance, avec les effectifs du cabinet comme population étudiée/
Avis d'experts-comptables ayant mis en place ces outils	Entretien En face à face, en interne	Rechercher des informations qualitatives en interrogeant des spécialistes du sujet. Auprès des responsables du cabinet dans lequel la dématérialisation est mise en place.
Avis d'experts-comptables hésitant à mettre en place ces outils	Entretiens en face à face	Même réponse que pour le cas précédent.
Analyse des impacts de la dématérialisation sur des organisations de petite taille intervenant dans le secteur des services	Questionnaire à distance Sur un échantillon.	Rechercher des informations quantitatives Auprès d'une partie de la population étudiée Avoir un avis plus général qui permettra de faire des comparaisons.

EXERCICE 3 – JOËLLY ADAPTE LE CHOIX DE SON ENQUÊTE À SON SUJET DE MÉMOIRE

1. Guider au mieux Joëilly dans ses choix pour réaliser l'enquête nécessaire afin de traiter son sujet de mémoire professionnel.

Joëilly peut mener différentes enquêtes pour répondre aux besoins de son sujet de mémoire. Elle doit identifier les personnes concernées, les modalités permettant de les interroger et les objectifs de son enquête, afin de choisir les moyens les mieux adaptés.

Concernant les experts-comptables associés :

- Elle doit prévoir des entretiens, afin d'avoir des informations qualitatives : leurs objectifs, les motifs qui expliquent leurs choix, leurs impressions.
- Ces entretiens peuvent être semi-directifs pour ne pas trop s'éloigner de son sujet, tout en permettant aux personnes interrogées de développer des idées auxquelles Joëilly n'aurait pas forcément pensé elle-même.
- Un guide d'entretien est indispensable et contiendra les hypothèses qu'elle a posées dans le cadre de sa recherche, afin de les faire valider ou non par ces personnes.

Concernant les salariés, elle doit réfléchir aux objectifs de son enquête et à la délimitation de son sujet. Les salariés peuvent en effet avoir des éléments d'information à lui donner sur les effets de la fusion sur la performance du cabinet, mais ils peuvent également aborder les effets de la fusion sur la gestion des ressources humaines, ainsi que les notions de changement dans l'organisation et de résistance au changement.

CORRIGÉ

Joëilly doit donc commencer par définir les objectifs précis de sa recherche, avant de mener cette enquête auprès des salariés.

En fonction du nombre de salariés concernés, elle pourra décider d'un entretien ou d'une enquête en direct ou à distance. Elle doit également tenir compte du biais qui pourrait être introduit selon la façon dont le salarié réagit à sa demande. Un questionnaire anonyme pourrait être préférable, pour permettre au salarié de répondre en toute transparence.

Concernant les clients, un questionnaire semble plus adapté qu'un entretien, car elle pourra ainsi avoir des données quantitatives et non qualitatives. Ce questionnaire peut être administré à distance comme elle le souhaite, la difficulté étant de s'assurer de la représentativité de l'échantillon et du taux de retour.

Joëilly envisage trois modes de diffusion différents de ce questionnaire : le courrier, le courriel ou le lien sur les réseaux sociaux.

Le courrier ne semble pas une bonne solution, car le client ne prendra pas le temps d'y répondre. Le courriel avec un document en pièce jointe est également trop long à utiliser et risque de limiter le taux de retour.

La meilleure solution est d'envoyer un lien vers un questionnaire rédigé en ligne, ce qui est facile à compléter et sera plus rapide à dépouiller. L'utilisation des réseaux sociaux pourrait être une idée, mais dans ce cas, il est fort peu probable qu'elle trouve les clients du cabinet sur les réseaux et le doute sur la représentativité de l'échantillon est important. Il sera donc plus facile d'utiliser le fichier des clients du cabinet (sous réserve de respecter les règles du RGPD).