

Vidéo 4 sur 5 : Qualité des données d'enquête - Enquêtes téléphoniques

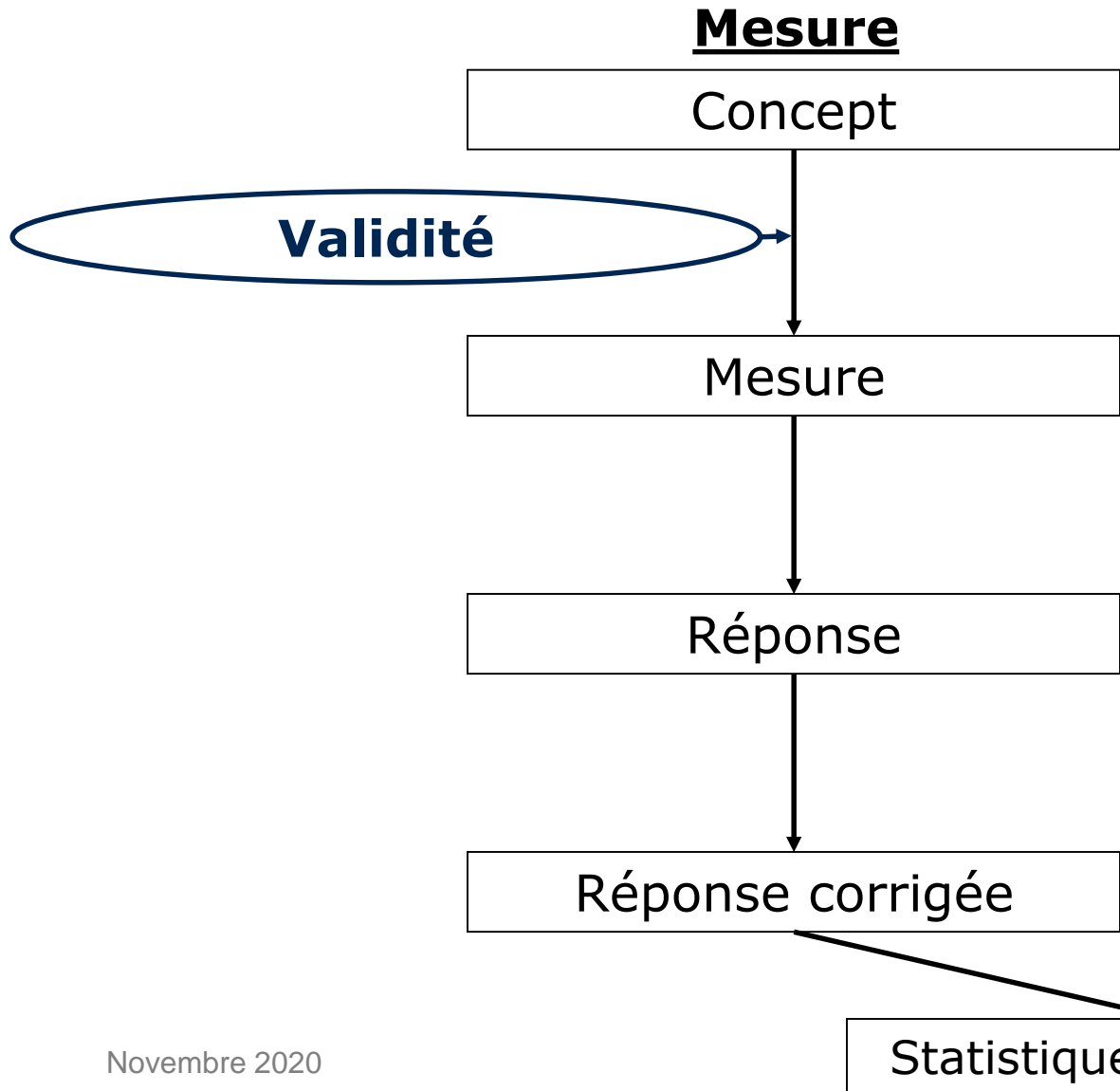
Introduction aux enquêtes téléphoniques



THE WORLD BANK

MANNHEIM
BUSINESS SCHOOL

Cycle de vie de l'enquête du point de vue de la qualité



Degré de fidélité de la mesure par rapport au concept cible

→ Module 3

Cycle de vie de l'enquête du point de vue de la qualité

Mesure

Concept

Mesure

Erreur de mesure

**La réponse ne reflète pas (totalement)
la valeur réelle de la mesure**

Réponse

Réponse corrigée

Statistiques de l'enquête

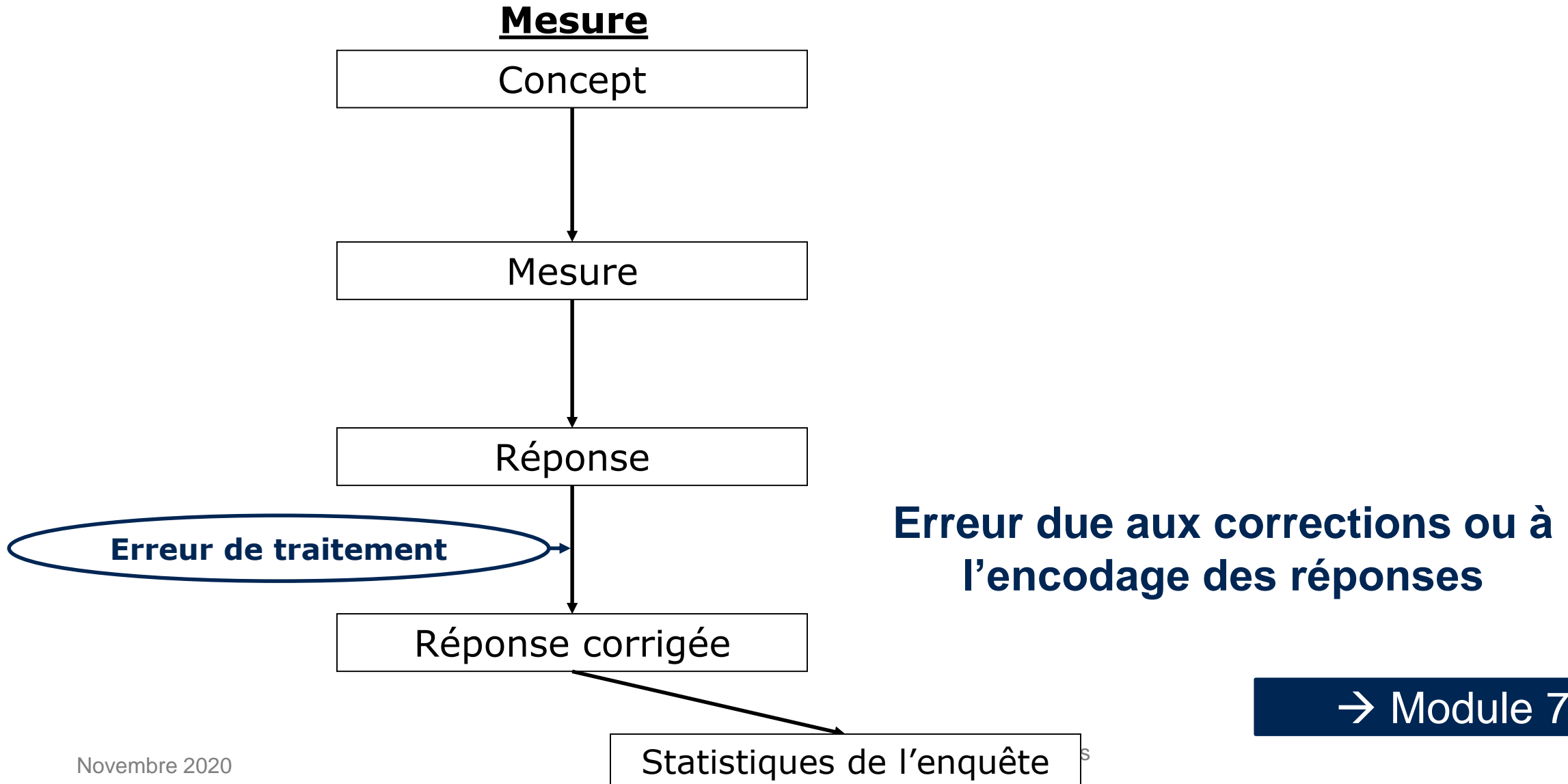
Sources de l'erreur de mesure

- Répondant
 - par ex. fatigué, inattentif, distrait en raison de la durée excessive du questionnaire (>2 heures)
- Enquêteur → Module 4
 - par ex. peu familiarisé avec le questionnaire et les concepts importants (qu'entend-on par emploi ?, etc.), compétences limitées en entretien (capacité insuffisante à approfondir les questions, etc.)
- Instrument ou questionnaire → Module 3
 - par ex. concepts mal définis (confusion entre « ménage » et « famille », par ex.), ou ne pas expliquer aux répondants le sens de « ménage »
- Mode de collecte des données → Module 5
 - par ex. plus de sensibilité à l'ordre des questions au téléphone qu'en auto-administration

Erreur de mesure : face à face vs. téléphone

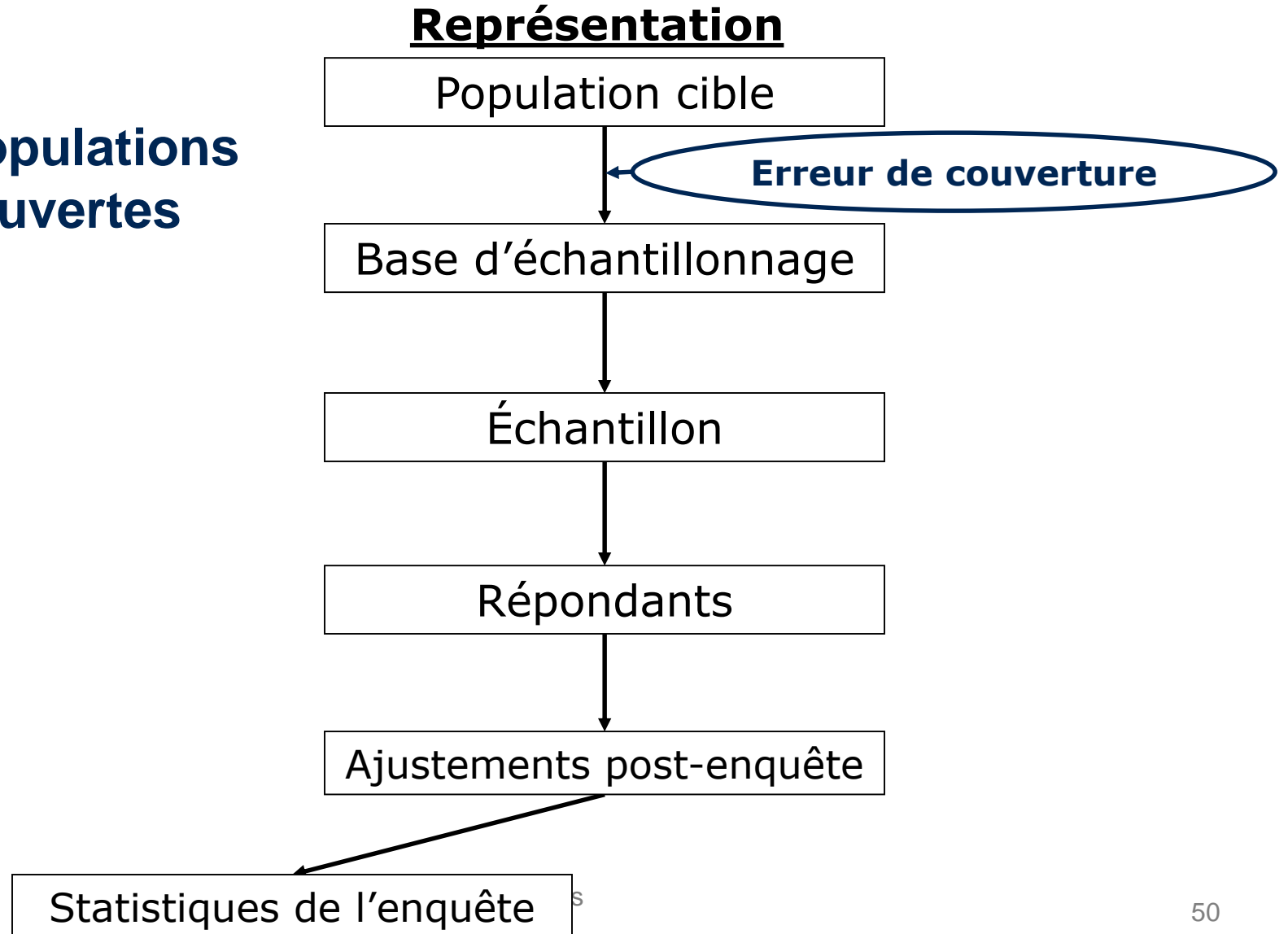
- Analyse secondaire de multiples études comparatives face à face contre téléphone (Holbrook, Green et Krosnick, 2003)
 - Les répondants interrogés par téléphone paraissent moins coopératifs et moins intéressés par l'enquête
 - Les répondants par téléphone ont plus de chance de mettre en doute l'authenticité de l'étude
 - Les doutes vis-à-vis du procédé d'enquête favorisent des réponses guidées par la désirabilité sociale et la satisfaction
 - Néanmoins, les effets mode sont faibles, aucune raison de remettre en question le mode téléphonique
 - Les effets mode sont même insignifiants au vu des économies importantes permises par l'enquête téléphonique

Cycle de vie de l'enquête du point de vue de la qualité



Cycle de vie de l'enquête du point de vue de la qualité

Différence entre les populations couvertes et non couvertes



Erreur de couverture

- Erreur due au fait que toutes les unités de la population ne sont pas représentées dans la base d'échantillonnage

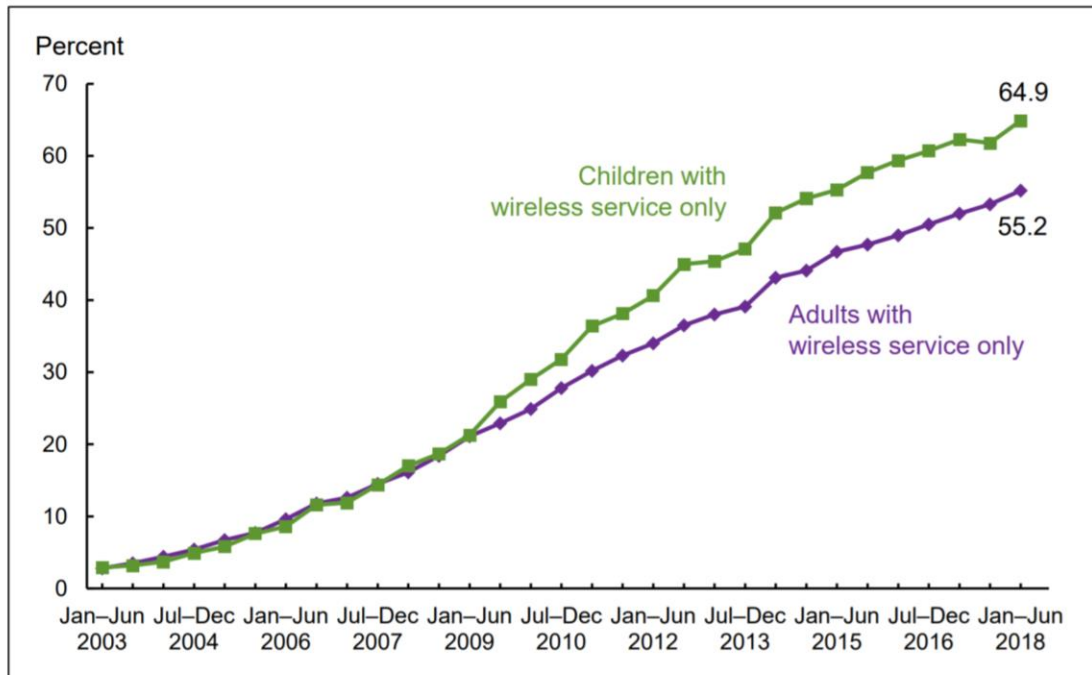


- L'erreur de couverture dépend du taux de non-couverture et de la différence entre les unités couvertes par la base et celles qui ne le sont pas

→ Module 2

Téléphones (mobiles) et couverture

Figure. Percentages of adults and children living in households with only wireless telephone service: United States, 2003–2018



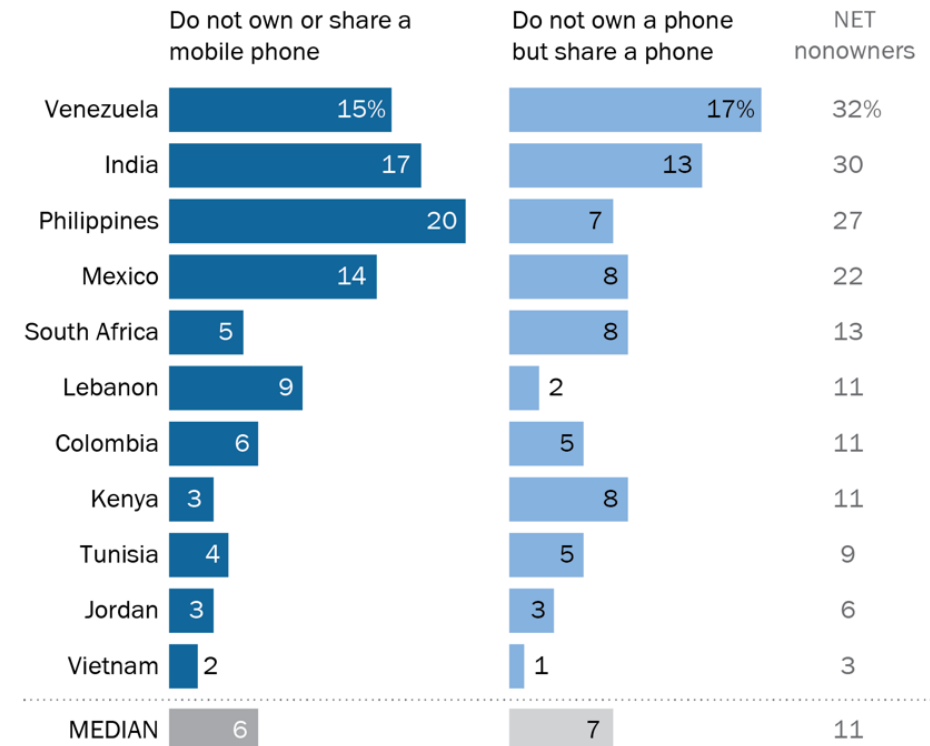
NOTE: Adults are aged 18 and over; children are under age 18.
DATA SOURCE: NCHS, National Health Interview Survey.

Source : Blumberg et Luke (2018)

Novembre 2020

In some emerging economies, many do not own – or even share – mobile phones

% of adults who ...



Source: Mobile Technology and Its Social Impact Survey 2018. Q4 & Q5.
"Mobile Divides in Emerging Economies"

Source : Silver et al. (2019)

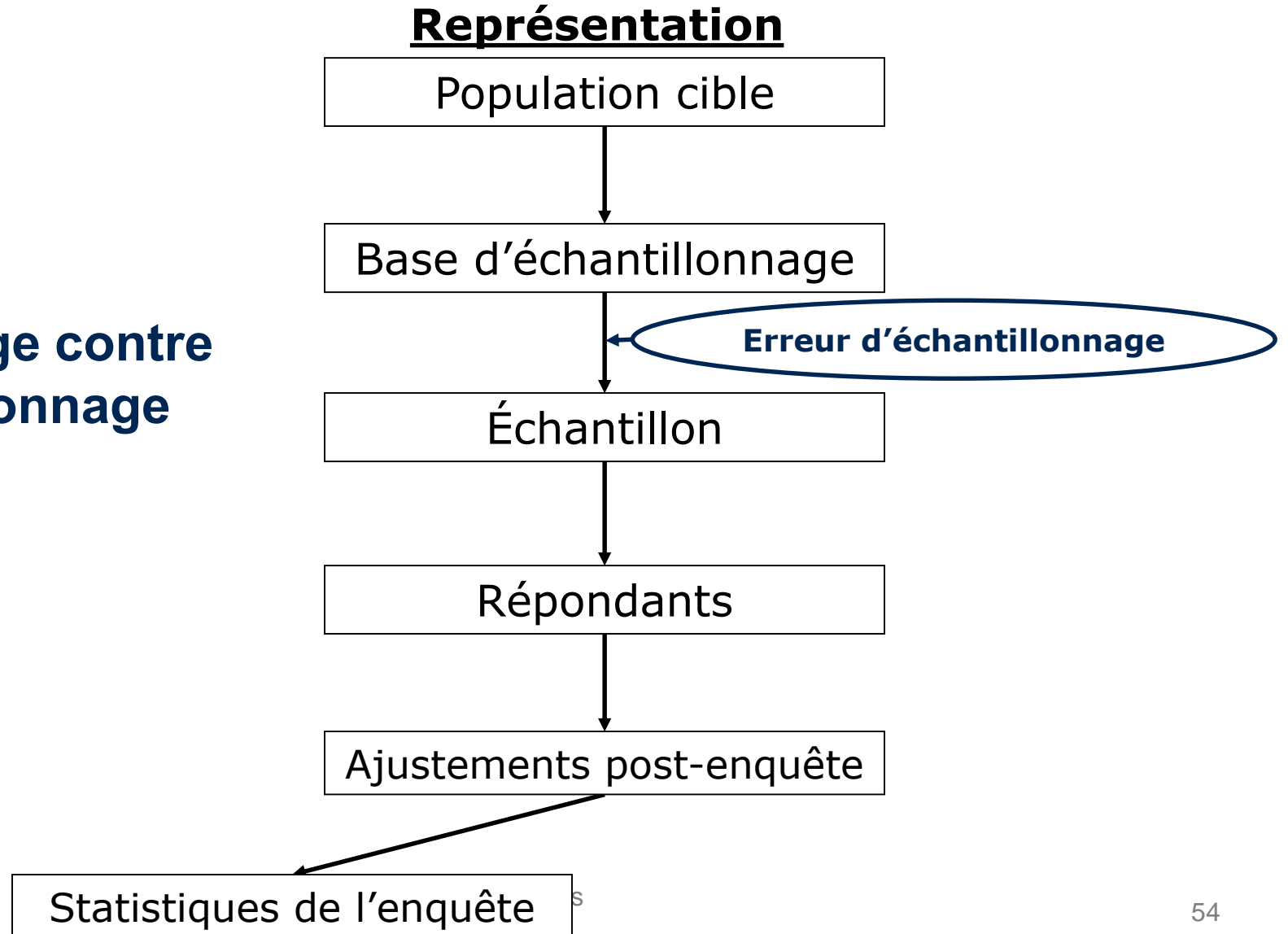
Biais de couverture de téléphonie (mobile)

- Étude du Pew Research Center dans sept pays africains (Ghana, Kenya, Nigeria, Sénégal, Afrique du Sud, Tanzanie, Ouganda)
 - Personnes éduquées plus particulièrement susceptibles de posséder un téléphone mobile
 - 93 % des Ougandais ayant suivi des études secondaires ou au-delà possèdent un téléphone mobile, contre 61 % des Ougandais moins éduqués
 - Les Africains possédant un minimum de notions d'anglais sont également plus enclins à posséder un téléphone portable
 - les 3/4 des Ougandais ayant des compétences en anglais possèdent un téléphone portable, contre seulement la moitié de ceux n'ayant pas de compétences en anglais
 - Dans six des sept pays de l'enquête, les hommes ont plus de chances de posséder un téléphone portable que les femmes
 - Tous les pays de l'enquête sauf l'Afrique du Sud

Source : Poushter et al. (2015)

Cycle de vie de l'enquête du point de vue de la qualité

Biais d'échantillonnage contre variance d'échantillonnage



Variance d'échantillonnage contre biais d'échantillonnage

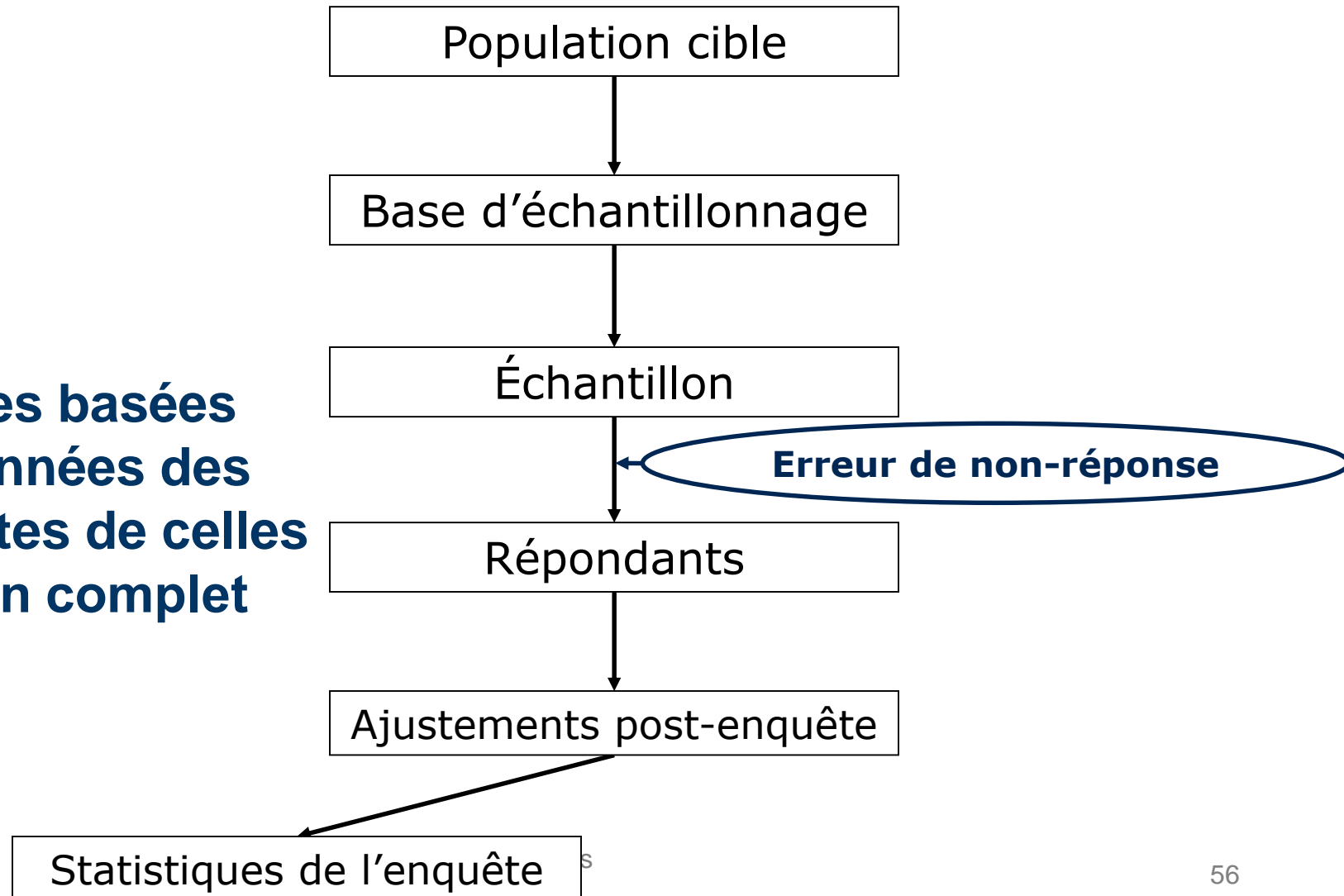
- Variance d'échantillonnage
 - Variation des valeurs des statistiques de l'enquête parce que différents sous-ensembles de population entrent dans l'échantillon par réplication du même type d'échantillon
 - Statistiques les plus communément étudiées dans les enquêtes
 - Intervalles de confiance, erreurs standard
- Biais d'échantillonnage
 - Incapacité récurrente à estimer la proportion de population
 - Le biais d'échantillonnage est de 0 pour les échantillons aléatoires

→ Module 2

Cycle de vie de l'enquête du point de vue de la qualité

Représentation

Les valeurs statistiques basées uniquement sur les données des répondants sont différentes de celles basées sur l'échantillon complet



Erreur de non-réponse

- Erreur due au fait que toutes les unités de l'échantillon ne répondent pas à toutes les questions
 - Non-fourniture de l'enquête (absence de contact)
 - Refus du participant
 - Incapacité à participer
- L'erreur de non-réponse dépend du taux de réponse et de la différence entre répondants et non-répondants
- Différentes stratégies peuvent être utilisées pour limiter la non-réponse, comme le recours à des incitations, la programmation des appels, la formation des enquêteurs, etc.

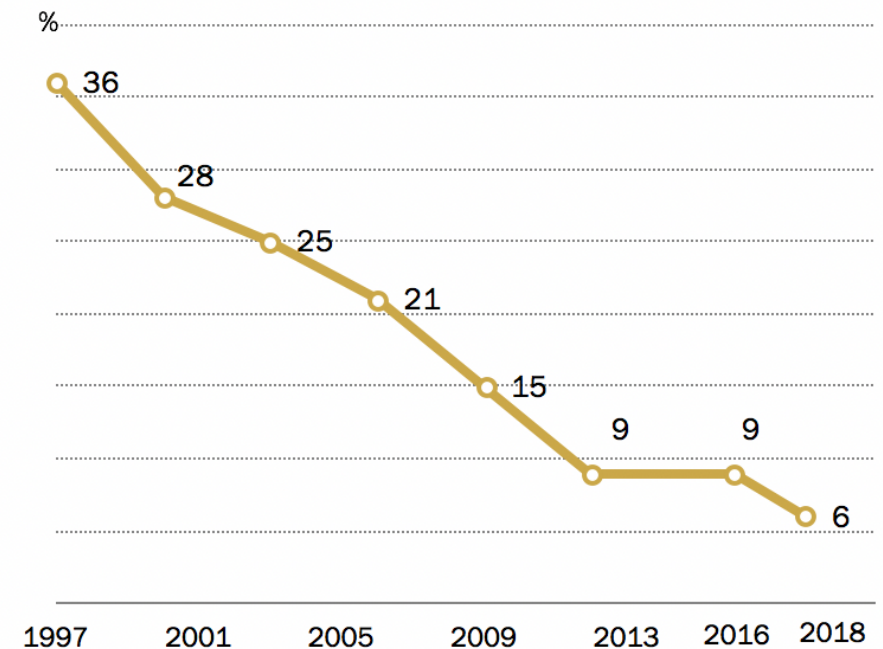
→ Modules 4 et 5

non-réponse dans les enquêtes téléphoniques

- Les taux de réponse aux enquêtes téléphoniques ont considérablement baissé dans les pays occidentaux depuis quelques temps
 - Voir Pew Research (à droite)
 - Le taux de réponse à l'Enquête sur la main-d'œuvre dans 27 pays (États-Unis et Europe) a baissé d'environ 0,75 point par an entre 1980 et 2015 (deLeeuw, et al. 2018)
- Peu de recherches sur l'évolution du taux de réponse dans les pays non occidentaux

After brief plateau, telephone survey response rates have fallen again

Response rate by year (%)



Note: Response rate is AAPOR RR3. Only landlines sampled 1997-2006. Rates are typical for surveys conducted in each year.

Source: Pew Research Center telephone surveys conducted 1997-2018.

Source : Kennedy & Hartig (2019)

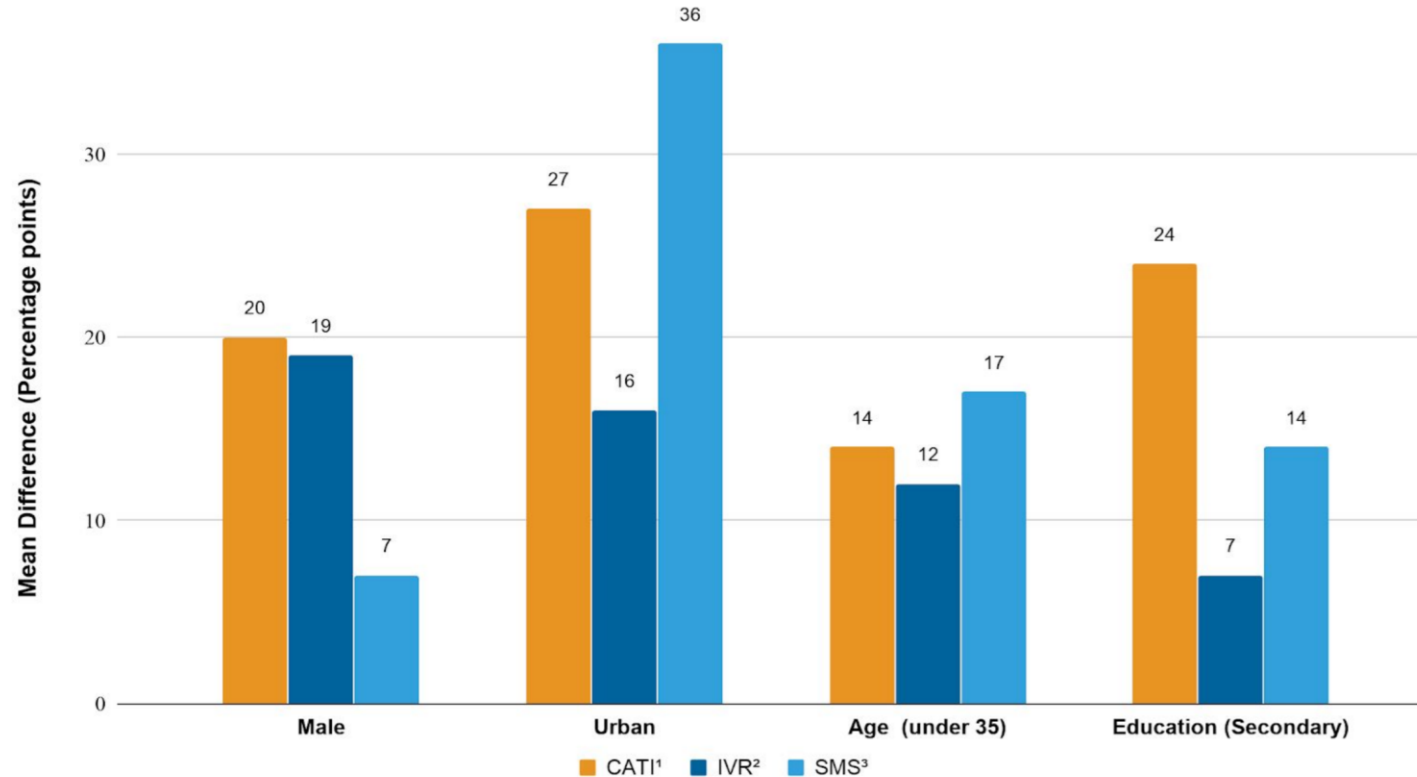
Non-réponse dans les enquêtes téléphoniques :

Exemples

- Données Listening-to-Africa (L2A) collectées au Sierra Leone et au Liberia pendant l'épidémie d'Ebola de 2014 (Etang & Himelein, 2019)
 - Impossibilité de déployer des enquêteurs pour collecter des informations en face à face auprès des ménages
 - Trois séries d'entretiens téléphoniques sur cinq basées sur des précédents échantillons d'enquêtes face à face
 - Taux de couverture réseau faible, en particulier dans les zones rurales, conduisant à des taux de réponse faibles (16-30 %)
- Serveur vocal interactif, appels de numéros aléatoires, enquête nationale sur la téléphonie mobile au Ghana en 2017 (L'Engle et al. (2018)).
 - >1 million d'appels - la majorité des numéros ne correspondait pas à des répondants éligibles
 - 16 003 ont (partiellement) répondu pour un taux de réponse AAPOR RR4 de 31 %

Biais de non-réponse dans les enquêtes téléphoniques

Figure 6: Representativeness of Remote Surveys Compared to Nationally Representative Surveys



Note: This reflects the difference between remote surveys and nationally representative household surveys. Differences are reported here across four domains common in reported surveys. We limit this graph to studies that report any of these data with the exception of Australia (9), which was excluded as representativeness data for high-income countries may not apply to LMICs.

¹ Liberia (28); Nigeria (37)

² Afghanistan (40); Ethiopia (40); Ghana (31); Mozambique (40); Nigeria (37); Zambia (5); Zimbabwe (40)

³ Ghana (34); Kenya (34); Nigeria (34, 37); Philippines (4); Uganda (34)

Source : Henderson et Rosenbaum (2020)

Cycle de vie de l'enquête du point de vue de la qualité

Représentation

Population cible

Base d'échantillonnage

Échantillon

Répondants

Ajustements post-enquête

Erreur d'ajustement

Les ajustements post-enquête appliqués pour réduire les erreurs de couverture, d'échantillonnage et de non-réponse risquent également d'accentuer ces erreurs

→ Module 2

Statistiques de l'enquête ^s

FIN DE LA VIDÉO 4