

Vidéo 5 sur 5 : Coût des enquêtes téléphoniques et synthèse

Introduction aux enquêtes téléphoniques



THE WORLD BANK

MANNHEIM
BUSINESS SCHOOL

Coût des enquêtes téléphoniques

- Coût total = coûts fixes + coûts variables
- Coûts fixes : coûts liés à la réalisation de l'enquête indépendamment de sa conception
 - Frais de téléphone ; gestion ; loyer ; assurance ; infrastructure technique
- Coûts variables : coûts liés aux caractéristiques de l'enquête
 - Nombre d'entretiens menés à bien ; durée de l'enquête ; temps sur le terrain ; taux de réponse désiré ; coût de l'échantillon ; programmation CATI/ATAA ; appels longue distance ; travail des enquêteurs ; travail des superviseurs ; nombre de rappels ; rapports manuels ; formation et suivi des enquêteurs

Coût des enquêtes téléphoniques

- Le coût par entretien (ou « cost per complete » ou CPC) des entretiens par téléphone dépend généralement
 - du coût du temps nécessaire à l'enquêteur pour obtenir un entretien complet
 - du coût de création de l'échantillon de numéros permettant d'obtenir un entretien complet
 - du coût de la rémunération/des incitations (envoi avancé inclus)
- Le facteur le plus important est généralement de loin le temps nécessaire à l'enquêteur
 - Salaire et avantages de l'employé (y compris une partie du temps pour le superviseur)
 - Frais d'appels téléphoniques
 - Autres frais généraux d'infrastructure
- Le but est donc d'augmenter le taux de production

Source : Lavrakas et al. (2010)

Facteurs influençant le taux de production

- Vitesse de composition des numéros : composition automatisée (prédictive) / composition manuelle par les enquêteurs
- Durée de l'entretien : nombre et type de questions posées
- Taux de numéros valides : listes de numéros avec des séries de numéros identifiés comme valides augmentant l'efficacité
- Taux de contact : dépend des caractéristiques culturelles et techniques de la population cible et du nombre de tentatives d'appel
- Taux d'éligibilité : le filtrage des membres éligibles de l'échantillon réduit l'efficacité
- Taux de coopération : dépend de l'attitude générale de la population vis-à-vis des enquêtes

Source : Lavrakas et al. (2010)

Exemple : Coût par entretien dans les enquêtes téléphoniques

Country	Group	Total Cost Before Incentive	Total cost	Total Completions	Airtime Cost per Completion	Total Cost per Completion
Mozambique	No reward	\$976	\$976	670	\$1.46	\$1.46
Mozambique	Raffle	\$944	\$981	673	\$1.40	\$1.46
Mozambique	Transfer	\$931	\$1,342	664	\$1.40	\$2.02
Afghanistan	No reward	\$826	\$826	594	\$1.39	\$1.39
Afghanistan	Raffle	\$849	\$876	626	\$1.36	\$1.40
Afghanistan	Transfer	\$829	\$1,095	605	\$1.37	\$1.81
Ethiopia	No reward	\$1,303	\$1,303	639	\$2.04	\$2.04
Ethiopia	Raffle	\$1,266	\$1,340	659	\$1.92	\$2.03
Ethiopia	Transfer	\$1,221	\$2,031	658	\$1.86	\$3.09
Zimbabwe	No reward	\$1,271	\$1,271	599	\$2.12	\$2.12
Zimbabwe	Raffle	\$1,441	\$1,477	702	\$2.05	\$2.10
Zimbabwe	Transfer	\$1,476	\$1,914	730	\$2.02	\$2.62

Source : Leo et al. (2015)

Exemple : Comparaison avec les entretiens face à face

Table 7.2 Cost Comparison, an MPPS and an LSMS Complex Multitopic Survey, Malawi
U.S. dollars

<i>Indicator</i>	<i>Third Integrated Household Survey, Integrated Household Panel Survey</i>	<i>Listening to Malawi, baseline</i>	<i>Listening to Malawi, phone survey</i>	<i>Listening to Malawi, phone survey w/o a call center, phones, or chargers</i>
Total cost per survey	600,000	180,614	13,188	8,767
Sample size, number of households	4,000	1,504	1,504	1,504
Cost per household	150.00	120.00	8.80	5.80
Number of questions	2,863	923	42	42
Cost per question	0.06	0.13	0.20	0.14

Source : Dabalén et al. (2016)

Synthèse

Introduction aux enquêtes téléphoniques



THE WORLD BANK

MANNHEIM
BUSINESS SCHOOL

Synthèse du module

- Les enquêtes téléphoniques présentent des avantages et des inconvénients par rapport aux autres modes
 - Relativement rapides, touchent un large public
 - Faible taux de réponse, durée et complexité du questionnaire limitées
 - Dans les études multimodes, le téléphone est employé en combinaison avec d'autres modes pour tirer profit des avantages des différents modes et réduire les coûts
- Quand on mène des enquêtes téléphoniques, il est nécessaire de tenir compte de l'influence du type d'enquête sur la qualité des données du point de vue de la mesure et de la représentation
- Le coût des entretiens téléphoniques dépend beaucoup du taux de production
 - Le taux de production varie selon le type d'échantillon (fixe / mobile) et d'autres facteurs

Références (1 sur 2)

- Biemer, P. P. (2010). Total survey error: Design, implementation, and evaluation. *Public Opinion Quarterly*, 74(5), 817-848.
- Blumberg, S. J., & Luke, J. V. (2018). Wireless substitution: early release of estimates from the National Health Interview Survey, January-June 2016. US Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention. <https://www.cdc.gov/nchs/data/nhis/earlyrelease/wireless201812.pdf>
- Dabalen, A., Etang, A., Hoogeveen, J., Mushi, E., Schipper, Y., & von Engelhardt, J. (2016). Mobile phone panel surveys in developing countries: a practical guide for microdata collection. La Banque Mondiale. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/24595/9781464809040.pdf?sequence=2>
- Etang A., & Himelein K. (2020). Monitoring the Ebola crisis using mobile phone surveys. In: Hoogeveen J., & Pape U. (eds.) *Data Collection in Fragile States*, pp. 15-31. Palgrave Macmillan, Cham.
- Groves, R. M., Fowler Jr, F. J., Couper, M. P., Lepkowski, J. M., Singer, E., & Tourangeau, R. (2011). *Survey Methodology*, 2nd ed. John Wiley & Sons.
- Henderson, S. & Rosenbaum, M. (2020). Remote surveying in a pandemic: Research synthesis. Innovations for Poverty Action. <http://www.poverty-action.org/publication/remote-surveying-pandemic-research-synthesis>
- Holbrook, A. L., Green, M. C., & Krosnick, J. A. (2003). Telephone versus face-to-face interviewing of national probability samples with long questionnaires: Comparisons of respondent satisficing and social desirability response bias. *Public Opinion Quarterly*, 67(1), 79-125.
- Juran, J. M., & Gryna, F.M. (1980). *Quality Planning and Analysis*. McGraw-Hill.
- Kennedy, C., & Hartig, H. (2019). Response rates in telephone surveys have resumed their decline. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/02/27/response-rates-in-telephone-surveys-have-resumed-their-decline/>

Références (2 sur 2)

- Lavrakas, P., et al. (2010). Report from the AAPOR Cell Phone Task Force. New considerations for survey researchers when planning and conducting RDD telephone surveys in the U.S. with respondents reached via cell phone numbers. American Association for Public Opinion Research. https://www.aapor.org/AAPOR_Main/media/MainSiteFiles/2010AAPORCellPhoneTFReport.pdf
- de Leeuw, E., Hox, J., & Luiten, A. (2018). International nonresponse trends across countries and years: an analysis of 36 years of Labour Force Survey data. *Survey Methods: Insights from the Field*, 1-11.
- L'Engle, K., Sefa, E., Adimazoya, E. A., Yartey, E., Lenzi, R., Tarpo, C., et al. (2018). Survey research with a random digit dial national mobile phone sample in Ghana: Methods and sample quality. *PLoS ONE* 13(1), e0190902.
- Leo, B., Morello, R., Mellon, J., Peixoto, T., & Davenport, S. T. (2015). Do mobile phone surveys work in poor countries?. Center for Global Development Working Paper (398). <https://www.cgdev.org/sites/default/files/CGD-Working-Paper-398-Mobile-Phones.pdf>
- Poushter, J., et al. (2015). Cell phones in Africa: Communication lifeline. Pew Research Centre. <https://www.pewresearch.org/global/wp-content/uploads/sites/2/2015/04/Pew-Research-Center-Africa-Cell-Phone-Report-FINAL-April-15-2015.pdf>
- Silver, L., Vogels, E. A., Mordecai, M., Cha, J., Rasmussen, R., & Rainie, L. (2019). Mobile Divides in Emerging Economies. Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2019/11/PG_2019.11.20_Mobile-Divides-Emerging-Economies_FINAL.pdf

FIN DE LA VIDÉO 5