



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πειραιά  
Τεχνολογικού Τομέα



# ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΓΙΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΑ ΣΤΕΛΕΧΗ

## Ενότητα # 10: Δημοσκοπήσεις

Μιλτιάδης Χαλικιάς

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

# Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



# Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πειραιά Τεχνολογικού Τομέα**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «**Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση**» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ  
*επένδυση στην κοινωνία της γνώσης*  
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ  
2007-2013  
πρόγραμμα για την ανάπτυξη  
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

# Σκοποί Ενότητας

- Η ενότητα αυτή αποσκοπεί στην πληροφόρηση για τα βασικά είδη δημοσκοπήσεων και εστιάζει στο βαθμό αξιοπιστίας τους.



# Περιεχόμενα Ενότητας

- Κατηγορίες δημοσκοπήσεων
- Τρόποι διεξαγωγής των δημοσκοπήσεων
- Exit-Polls
- Δημοσκοπήσεις μέσω SMS
- Αξιοπιστία εταιρικών δημοσκοπήσεων

# Κατηγορίες δημοσκοπήσεων

- Υπάρχουν δύο μεγάλες κατηγορίες δημοσκοπήσεων:
  - α) Οι δημοσκοπήσεις που παρουσιάζονται στα ΜΜΕ και
  - β) Οι δημοσκοπήσεις που αφορούν ιδιώτες, κόμματα, επιχειρήσεις, διαφημιστικές εταιρίες Κ.Ο.Κ

# Φιλοσοφίες έρευνας και δημοσκοπήσεις

- Υπάρχουν δύο βασικές φιλοσοφίες έρευνας για την κοινωνική έρευνα και κατ' επέκταση, για τις δημοσκοπήσεις και τις δειγματοληπτικές έρευνες.
- Η πρώτη στηρίζεται στα ποσοστά των απαντήσεων και την επεξεργασία με ποσοτική μέθοδο, ενώ η δεύτερη αφορά την εκτίμηση της στάσης των ερωτώμενων με ποιοτική επεξεργασία αποτελεσμάτων, ώστε οι απαντήσεις να προσλαμβάνονται ως μια ολότητα (π.χ ο χαρακτηρισμός των απαντήσεων του ερωτώμενου ότι αποτελεί αριστερή στροφή σε σχέση με τις απόψεις που είχε πριν από ένα γεγονός κ.ο.κ.).

# Η έννοια της δημοσκόπησης

- Ως δημοσκόπηση ορίζεται το αποτέλεσμα της δειγματοληπτικής έρευνας, που γίνεται σε ένα σύνολο ανθρώπων, με σκοπό να ακουστεί η γνώμη του πληθυσμού για ένα συγκεκριμένο ζήτημα.



# Τρόποι διεξαγωγής δημοσκοπήσεων

- Οι τεχνικές πραγματοποίησης των δημοσκοπήσεων είναι αυτές που χρησιμοποιούνται στις δειγματοληπτικές έρευνες (μέσω τηλεφώνου, μέσω email, μέσω ταχυδρομείου).
- Όμως λόγω της φύσης των ερευνών μπορούν να πραγματοποιηθούν και με sms και βέβαια ξεχωριστή σημασία έχουν τα exit polls.

# Exit-Polls

- Οι χρηματοδότες των exit-polls είναι κατά βάση τα ΜΜΕ. Η ακρίβειά τους είναι συνήθως πολύ μεγάλη και είναι χαρακτηριστικό ότι για αμφιλεγόμενου κύρους εκλογικές αναμετρήσεις έχουν χρησιμοποιηθεί προκειμένου να εντοπίσουν πιθανή νοθεία αποτελεσμάτων. Η κυριότερη διαφορά εκτός από το χώρο και το χρόνο που γίνονται είναι ότι ο ερωτώμενος καλείται να απαντήσει στο τι έχει πραγματικά ψηφίσει και όχι τι προτίθεται να κάνει.
- Ακόμα χρησιμοποιούνται για να συνδέσουν την ψήφο με κοινωνικά χαρακτηριστικά στα οποία καλείται να απαντήσει ο ερωτώμενος

**Τα σφάλματα στα exit-polls μπορεί να προέλθουν από:**

1. Λάθη κατά τη δειγματοληψία.
2. Μερικοί άνθρωποι μπορεί να έχουν πραγματικά συμμετάσχει ειλικρινά στη διαδικασία για το τί ψήφισαν, για ένα συγκεκριμένο υποψήφιο ή κόμμα, αλλά μπορεί εκούσια να δήλωσαν κάποιο άλλο.
3. Συνήθως η ανταπόκριση στα exit-polls εξαρτάται από το κόμμα που ψηφίστηκε.

# Δημοσκοπήσεις μέσω sms

Αυτού του είδους οι δημοσκοπήσεις έχουν πολλά πλεονεκτήματα. Τα κυριότερα είναι:

- 1. Ταχύτατη απάντηση και γρήγορη πρόσβαση** στα αποτελέσματα, που συγκεντρώνονται πολύ εύκολα. Ο αναμενόμενος χρόνος απόκρισης δεν ξεπερνά τα δέκα λεπτά.
- 2. Επιπλέον πληροφορίες.** Μέσω των νέων τεχνολογιών, είναι πιο εύκολη η συλλογή περισσότερων πληροφοριών, όπως είναι η γεωγραφική θέση και η δραστηριότητα του κινητού, πάντα με τη συγκατάθεση του χρήστη, αλλιώς υφίστανται θέμα δεοντολογίας.

# Αξιοπιστία Εταιρικών δημοσκοπήσεων

- Λόγω του ρόλου των δημοσκοπήσεων στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και της επιρροής στο πολιτικό σκηνικό πρέπει να υπόκεινται σε ελέγχους αξιοπιστίας και εγκυρότητας των αποτελεσμάτων. Στην Ελλάδα οι εταιρείες έχουν συγκροτήσει σύλλογο τον ΣΕΔΕΑ (Σύλλογος Εταιρειών Δημοσκοπήσεων και Ερευνών Αγοράς) που αριθμεί αυτή τη στιγμή 23 εταιρείες.
- Ανάλογος διεθνής οργανισμός είναι η ESOMAR (European company of SOcial and MArket Research) που όμως δεν περιλαμβάνει εταιρείες, αλλά επιστήμονες που δραστηριοποιούνται στο χώρο των δημοσκοπήσεων και των ερευνών αγοράς. Οι εταιρείες-μέλη του ΣΕΔΕΑ οφείλουν να τηρούν τους αντίστοιχους κώδικες δεοντολογίας και επαγγελματικής πρακτικής που η ESOMAR εκδίδει.
- Ανάλογος οργανισμός της ESOMAR είναι ο WAPOR (World Association for Public Opinion Research) Παγκόσμιος Οργανισμός Κοινής Γνώμης, του οποίου μέλη είναι επιστήμονες που δραστηριοποιούνται ερευνητικά και επαγγελματικά σε όλο τον κόσμο.

# Τέλος Ενότητας



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

