



**Mercredi 17 et jeudi 18 avril 2013
12h30 à 14h**

**La présentation publique des résultats aux sondages
faits par les étudiantes et étudiants de CRH et de la
Majeure en communication**

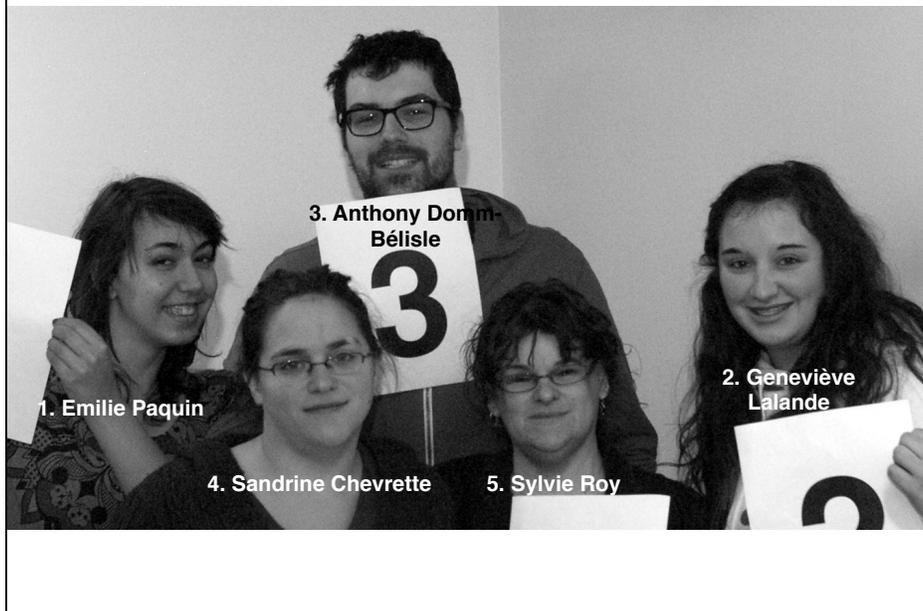
Enseignant: François P. Robert

Notes d'introduction

- Voici les 16 équipes qui ont présenté leurs résultats d'enquête par sondage à la session d'hiver 2013 lors du cours Techniques d'enquête et de sondage en psychosociologie (COM 1422) à l'Université du Québec à Montréal.
- Merci au comité organisateur de l'événement et aux unités qui ont supporté cette initiative. Voir le site:

<http://frobert.koumbit.org/recherches/blog/2013/04/resultage-17-18-avril/>

COM I422-40 équipe 10



Équipe 10

Enquête effectuée auprès de la population étudiante en situation de handicap d'une université

L'objectif principal était de connaître le niveau de satisfaction des étudiants-Es, qui utilisent le service pour personnes vivant avec un handicap. En effet, l'apport d'une approche déductive (quantitative) à travers une démarche terrain a permis d'effectuer une collecte de données comme des entrevues, des lectures et des recherches documentaires afin d'infirmer ou affirmer l'hypothèse à son origine. Dans la transmission de ce sondage en ligne, c'est le Service qui a rejoint par courriel ces étudiants. Toutefois, une relance a été entreprise sous différentes formes auprès d'acteurs stratégiques telle que distribution de mémos, courriels, etc. afin d'augmenter le taux de participation. Le taux de participation fut de 20 répondants (30% hommes et 70% femmes) sur un bassin potentiel de 700 personnes et 70% étudiant à temps plein, tandis que 30% étudiant à temps partiel. Les connaissances générales révèlent que 80% des répondants ont déjà visité le site internet du Service. Cependant, il est à noter que certains utilisent différents services en même temps, il ne faut donc pas cumuler les pourcentages. Finalement, 65% octroient une note entre 9 et 10 pour l'appréciation générale. Toutefois, la note la plus faible est de 6 à 10%, la médiane est de 9 et la moyenne de 8.75%.

COM I422-40 équipe I I



Équipe 11

Mobilisation étudiante lors des assemblées générales d'une association étudiante universitaire

Le client, une association étudiante universitaire, représente près de 3944 membres. Sensible au problème de mobilisation de leurs membres concernant la vie associative, le client mandate l'équipe Les Enquêteuses de produire une enquête. La méthode utilisée pour réaliser le mandat est un sondage principalement qualitatif et inductif composé de 11 questions. Diffusé par courriel, le questionnaire a été envoyé à tous leurs membres. En plus d'avoir fait un rappel une semaine suivant la mise en ligne, l'information relative au sondage a également été affichée sur les pages Facebook de l'association et des autres associations faisant partie de l'écosystème de notre client. Après avoir été en circulation pendant près de deux semaines, le sondage a suscité la participation de 70 répondants. Parmi eux, près de 82% de femmes et près de 16% d'hommes ont participé au questionnaire et l'âge moyen des répondants est de 25 ans. Plusieurs participants ont émis des commentaires relatifs à la durée ainsi qu'aux procédures et déroulement des assemblées générales de l'association. L'analyse de ces données permet de dégager des éléments pertinents qui serviront au client dans un éventuel processus d'amélioration.

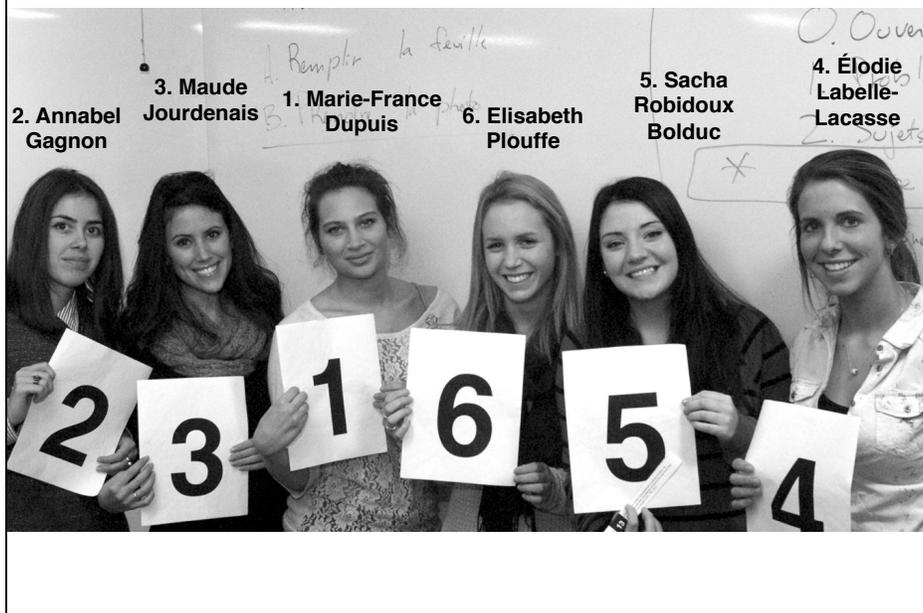
COM I422-40 équipe I2

Équipe 12

Étude de la motivation des employés du département du service à la clientèle dans une épicerie

Malgré les progrès réalisés dans le domaine de la gestion des ressources humaines, l'une des causes majeures de la baisse de la productivité dans les entreprises reste encore de nos jours l'absence du sentiment d'appartenance au groupe. C'est dans le cadre d'une évaluation constante de la motivation de ses employés et dans le but d'inciter ces derniers à rester travailler pour l'entreprise à plus long terme que les dirigeants d'une épicerie nous a demandé d'effectuer une enquête dans leur établissement. Nous avons pour but, à cet effet, de connaître les facteurs de motivations existants dans un département précis de l'organisation. C'est donc dans cette perspective que nous avons effectué un sondage auprès de 45 employés du service à la clientèle d'une épicerie. Nous avons opté pour la méthode inductive; la technique d'échantillonnage choisie était non-aléatoire et volontaire.

COM I422-40 équipe 13



Équipe 13

L'abolition des cégeps vue par les étudiants québécois

Nous avons réalisé un sondage afin de connaître l'opinion des étudiants de niveau collégial et universitaire au sujet de l'abolition des cégeps. Nous avons utilisé une approche déductive, car il existait déjà plusieurs sources scientifiques sur le sujet. Le questionnaire a été transmis en ligne à tous les étudiants concernés. La majorité des étudiants ayant répondu au sondage étaient de niveau collégial (environ 89 %) et 10,82 % des répondants fréquentaient l'université. Les principaux résultats de l'enquête nous permettent de constater que 35,29 % des répondants sont en faveur de l'abolition des cégeps contre 64,47 % en désaccord. Tant au niveau collégial qu'universitaire, la principale raison pour laquelle les étudiants sont en désaccord avec l'abolition, est que cela brimerait les techniques spécialisées. Les répondants collégiaux en accord quant à eux, affirmaient l'être afin de permettre une reconnaissance pré-universitaire ailleurs dans le monde à 31,42 %. Au niveau universitaire, ils étaient en accord pour des raisons autres que celles mentionnées à 34,78 %. De plus, la majorité des étudiants, au niveau collégial (91,80 %) et universitaire (82,61 %), ont mentionné de pas posséder assez de connaissances sur le sujet.

COM I422-40 équipe I4



Équipe 14

Enquête de satisfaction des participants d'une compagnie de voyage-étudiant.

L'objet de cette enquête était d'évaluer le degré de satisfaction générale des participants âgés entre 16 et 25 ans ayant participé à au moins un voyage d'une compagnie de voyage-étudiant. Ensuite, à partir de ce travail, le mandat était de suggérer des améliorations possibles aux dirigeants de cette compagnie concernant leurs services. Représentatif de la population choisie et suivant la méthode d'échantillonnage simple, l'échantillon était de 900 étudiants, choisis aléatoirement, dans la liste courriel des clients de cette compagnie. Ainsi, afin d'éviter tout biais dans cette enquête, tous les échantillons avaient la même chance d'être retenus et le questionnaire était objectif avec des phrases simples et non-ambiguës. Avec 75 répondants, il a été possible de déceler que ces participants étaient généralement assez satisfaits, mais que des améliorations pourraient être effectuées principalement au niveau des modalités d'inscription et du transport.



Équipe 15

Les voyages sont l'éducation de la jeunesse et l'expérience de la vieillesse!

Notre équipe s'est intéressée aux intérêts des étudiants quant à leurs habitudes de voyage afin de réaliser un portrait général de ceux-ci. Suite à la recension de plusieurs écrits, l'objectif était de savoir si les étudiants voyagent pour les mêmes raisons que les autres jeunes à travers le monde, c'est-à-dire, pour l'enrichissement personnel. L'hypothèse a été fondée sur les définitions des écrits, que nous avons transposés en différentes catégories dans le questionnaire. Pour ce faire, un sondage a été distribué à un échantillon non-aléatoire et se faisait sur une base entièrement volontaire. En tout, 82 personnes ont répondu. Le questionnaire quantitatif d'environ une dizaine de questions était envoyé par courriel et sur la page Facebook de la cohorte. Après l'analyse des questionnaires, nous avons pu confirmer notre hypothèse. Les résultats démontrent que les étudiants, hommes (22,39 %) et femmes (77,61 %) surtout dans la tranche d'âge des 21-25 ans (52,24 %), voyagent principalement dans le but de s'enrichir personnellement, car ils priorisaient les catégories comme la connaissance de soi et accroître ses connaissances comme motifs de voyage.

COM I422-40 équipe 16



Équipe 16

Rapport d'enquête sur la satisfaction d'étudiant-es par rapport à leur association étudiante

Une association étudiante s'occupe principalement de la vie étudiante, organisant des activités de tout genre pour ses membres. Or, il est difficile de cibler les besoins d'un grand nombre d'individus qui changent tous les ans et dont les goûts diffèrent. Une opportunité de sonder les étudiants-es fut ainsi constatée, afin de connaître leur sentiment d'appartenance à leur association et de renforcer celui-ci par divers moyens suggérés. Nous avons tenté de joindre les étudiants-es en première année du baccalauréat concerné par le biais d'un sondage, diffusé de façon non-aléatoire, et ce, pour connaître leur avis. Selon plusieurs indicateurs, comme le manque d'intérêt, le maigre taux de fréquentation du local et des activités suggérées, le sentiment d'appartenance à l'égard de leur association étudiante semble faible chez les étudiants sondés. Des analyses plus précises sont disponibles dans le rapport complet de l'enquête.



Équipe 17

L'utilisation des nouvelles technologies influence-t-elle la réussite scolaire des cégépiens?

En fait, l'objet de cette recherche est de voir la corrélation possible encore l'utilisation des nouvelles technologies et la réussite scolaire chez les étudiants au niveau collégial en sciences humaines. L'échantillonnage s'est fait avec la population naissante avec les nouvelles technologies et qui fréquente un cégep de la couronne nord de Montréal. Nous avons utilisé l'échantillonnage non aléatoire accidentel, puisque le temps restreint ne nous permettait pas d'interroger équitablement tous les élèves de tous les cégeps de cette région. Pour ce faire, la méthode choisie afin de répondre convenablement à notre hypothèse a été l'enquête. L'utilisation des technologies est alors considérée comme un comportement et les résultats scolaires comme une condition objective. À travers cette recherche nous avons récolté les résultats des 130 étudiants participants et avons conclu, par exemple, qu'il y avait une corrélation entre la Cote R et la fréquence à laquelle les élèves font leurs études devant l'ordinateur allumé. Puisque l'information est mal assimilée, dû à la distraction de l'ordinateur, cela influence leur rendement scolaire.



Équipe 18

Hôpital : le stress et les problèmes quotidiens

Dans le but d'aider les employés de l'Hôpital à prendre une décision sur les problèmes de cafétéria et d'accessibilité, un court questionnaire a été envoyé par internet à ceux-ci afin d'aider à cibler ces problèmes et aussi de découvrir s'il pourrait s'agir d'une source de stress. Les questions portaient sur le stress, la cafétéria et l'accessibilité. La dernière section se concentrait sur la voiture, l'autobus, la bicyclette et la marche avec un accent sur le stationnement. Un total de 21 personnes a répondu au sondage. Considérant ce petit nombre, une analyse de tendance a été effectuée. Bien que les gens soient généralement neutres, ce petit échantillon montre tout de même une tendance vers l'insatisfaction dans certains aspects du stationnement et de la cafétéria. Pour le stress, un échantillon de cette taille ne présentait rien de significatif. Pour plus de détails, vous pouvez consulter la section analyse de l'étude.

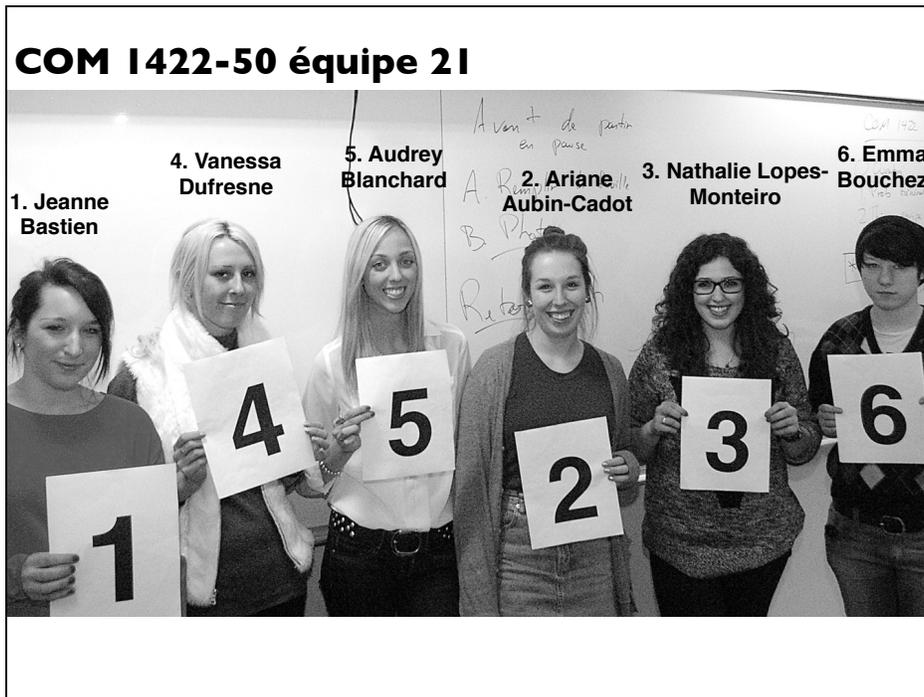
COM I422-50 équipe 20



Équipe 20

Enquête sur un groupe étudiant de voyage

La présente enquête réalisée à l'hiver 2013 (de janvier à mars) visait à vérifier dans quelle mesure le groupe étudiant de voyage accomplit son mandat adéquatement, soit faire la promotion de voyages auprès des étudiants en plus de soutenir sa clientèle dans la réalisation de ceux-ci. Notre échantillon était composé de 70 répondants, tous étudiant actuellement à l'université dans trois programmes différents en communication. Le questionnaire en ligne comportait des questions liées à leur préférence en matière de voyage, leur expérience ainsi que leur connaissance de la trousse voyage. Les résultats ont révélé que 78,6 % des répondants accordent une grande importance au voyage et que 64,4 % de ceux-ci préfèrent les voyages libres alors que 20 % favorisent les forfaits tout inclus. Ainsi, 35,7 % des répondants s'occupent personnellement de l'organisation de leurs voyages via Internet, tandis que 27,1 % choisissent de faire affaire avec une agence de voyages. Enfin, 40 % des répondants connaissent le groupe étudiant de voyage, 11 % l'ont déjà utilisée et 77,7 % affirment qu'ils réutiliseront cet organisme à l'avenir.



Équipe 21

Changement de sujet, passant de la satisfaction des étudiants et étudiantes aux activités organisées par une association étudiante de programme, à la satisfaction des employés de la compagnie de développement Web.

Nous avons éprouvé plusieurs lacunes au niveau de notre travail, si bien que nous avons recommencé celui-ci du début. En effet, nous avons complètement changé de sujet afin d'avoir un résultat final concluant. Notre sujet de départ était sur les activités organisées par une association étudiante de programme et maintenant il porte sur la satisfaction des employés de la compagnie de développement Web. Puisque nous sommes en pleine cueillette d'informations, les résultats sont à ce jour inconnu.

COM I422-50 équipe 22

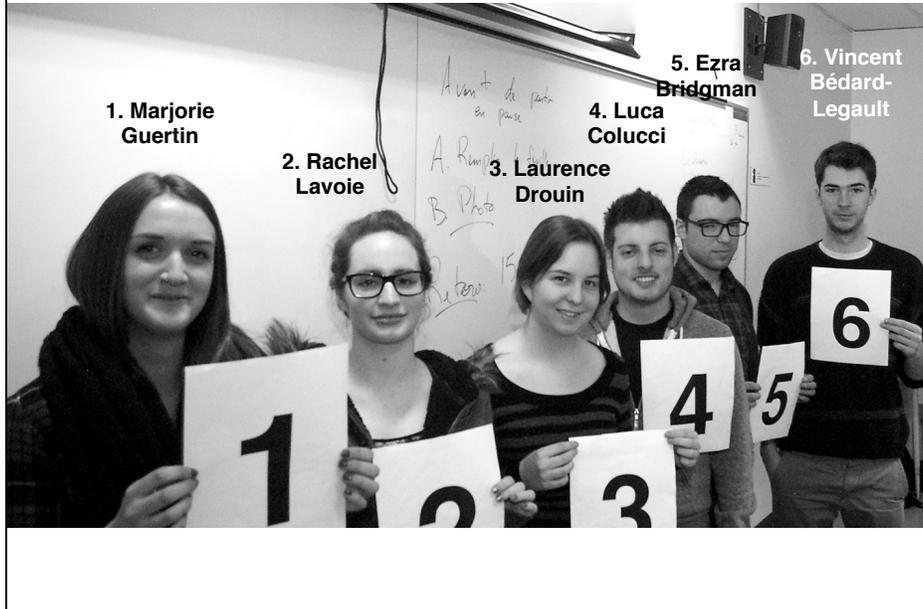


Équipe 22

Enquête auprès d'étudiants de premier cycle universitaire à l'UQAM dans la faculté de communication pour connaître leurs préférences cinématographiques

L'enquête cherchait à connaître les caractéristiques d'un film idéal pour ces jeunes adultes. Pour répondre à cette problématique, un questionnaire d'une quinzaine de questions à choix multiples a été envoyé par l'entremise d'un groupe sur le réseau social Facebook et sur le courriel UQAM accessible à tous les élèves. Les questions comportaient sur différents éléments en lien avec le cinéma. Au total, 54 élèves ont répondu au questionnaire sur une possibilité de quatre-vingt-quinze (95). Principaux résultats : D'abord, sur cinquante-quatre (54) répondants, 85 % étaient des femmes et 15 % des hommes. De ceux-ci, 57 % vont au cinéma une fois par année et 31 % quelques fois par mois. De plus, les préférences d'origine des films se classent dans cet ordre soit un intérêt très fort pour les productions américaines, ensuite québécoises, canadienne, en quatrième position les films français et finalement étranger. Les genres de film qui rejoint le plus ces jeunes adultes sont les comédies avec 87 %, le suspense avec 54 % et 50 % pour les films d'action. Aussi, selon 33 % des répondants le choix des acteurs a très souvent une influence sur leur jugement du film. De plus, l'ingrédient idéal pour un film est d'abord une histoire originale pour 37 % des répondants et 24 % pour un bon jeu d'acteur.

COM I422-50 équipe 23



Équipe 23

La motivation des employés d'une institution financière quant à la vente de cartes de crédit

Le mandat de notre enquête était de déterminer si les employés d'une institution financière étaient motivés ou non quant à la vente de cartes de crédit. Notre hypothèse de départ était que les employés étaient démotivés dû à un manque de reconnaissance et à l'aspect répétitif et peu varié de leur emploi. Pour arriver à nos résultats, nous avons utilisé toutes les banques d'un des districts de la compagnie et avons envoyé le sondage par courrier interne. Les employés ont donc répondu sur une base volontaire et nous l'ont retourné de la même façon. Au total, 29 personnes ont répondu sur une possibilité de 45. Suite à notre enquête, il s'est avéré que notre hypothèse était fautive et les employés semblaient plutôt satisfaits des conditions de leur emploi à à peu près tous les niveaux. Les points qui étaient les moins bons étaient le manque de possibilité d'avancement, le manque de formation et la difficulté d'atteinte des objectifs de ventes. Cependant, sur ces trois points, les employés n'étaient pas pour autant insatisfaits, ils étaient seulement moins satisfaits que pour les autres questions.

COM I422-50 équipe 24



Équipe 24

Étude menée auprès des clients actuels d'un café étudiant et de leur niveau de satisfaction en lien avec le service offert

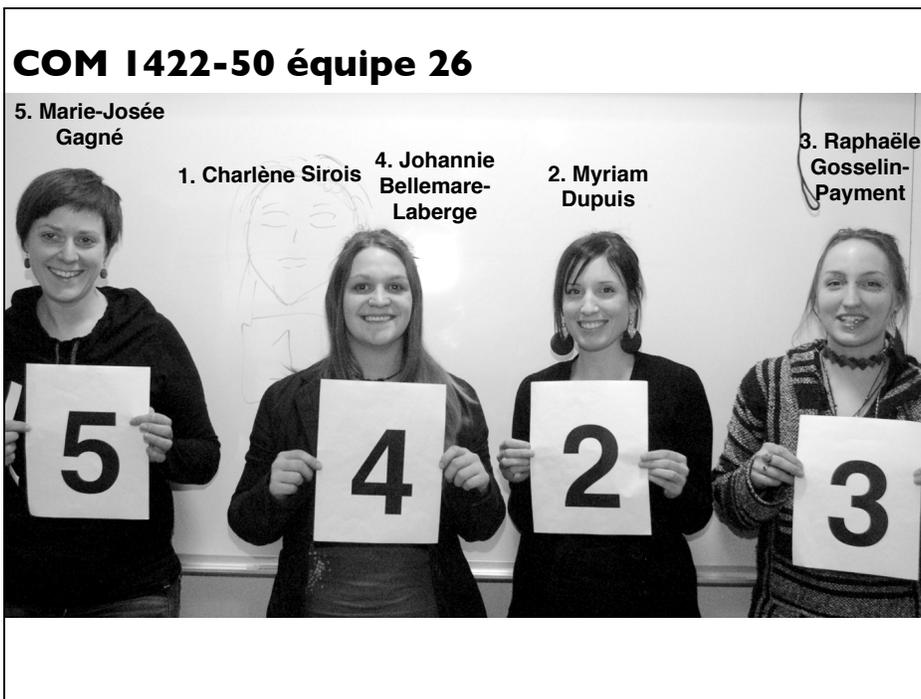
Au cours d'une session d'hiver 2013, ce sondage visait à prendre compte des différents facteurs qui caractérisent le service offert par un café étudiant (qualité des aliments, le rapport qualité-prix, l'aménagement des lieux) et du fait que leur spécificité soit en corrélation avec la satisfaction générale du service reçu. L'enquête a été menée auprès de 230 étudiants au niveau universitaire. Le sondage leur a été remis et relancé par courriel. Ainsi, 72 personnes ont répondu à ce sondage. De ces répondants, 49 fréquentent le café étudiant alors que 22 personnes ont répondu que non. Ceux qui ont répondu positivement ont permis d'établir que le degré de satisfaction de certains aspects spécifiques du service offert par ce café est aussi en corrélation avec le degré de satisfaction du service offert en général par cet établissement. De plus, une analyse des habitudes des clients potentiels de ce café étudiant a été établie afin de pouvoir décèler, par exemple, que ce qui fait en sorte que ceux-ci vont ailleurs est principalement lié à un aspect de proximité des lieux.



Équipe 25

Enquête sur le niveau de satisfaction de parents en ce qui a trait au milieu de garde de leur enfant

Dans le cadre d'un cours de méthodologie, une enquête a été montée pour connaître le niveau de satisfaction des parents ayant (ou ayant eu) recours à un service de garde en milieu familial. Il fallait donc connaître leur opinion en ce qui a trait à trois éléments, soit les outils utilisés, les services et activités disponibles et les techniques de éducatrice de leur enfant. Le questionnaire utilisé était mixte, c'est-à-dire à la fois qualitatif et quantitatif, et a été distribué, via une invitation courriel. La sollicitation a été faite auprès de 28 participants potentiels et treize ont choisi de répondre. Suite à la récolte et à l'analyse des résultats, il y a mention de quelques éléments ayant besoin d'être ajustés, mais il est évident que les parents sont très satisfaits des outils présentés et les trouvent utiles et intéressants. C'est le cas aussi pour les activités et services offerts qui sont très appréciés et finalement, leur niveau de satisfaction est aussi très élevé quant au travail de l'éducatrice. De plus amples informations sont disponibles dans ce rapport d'enquête.



Équipe 26

Comment soutenir ceux qui nous soutiennent? La formation, la motivation et le soutien dans un organisme d'écoute

Cette enquête, réalisée à l'hiver 2013, met les bénévoles d'un organisme d'écoute au cœur des préoccupations. Il est question ici de l'identification de certains besoins afin de trouver des stratégies pouvant permettre aux intervenants d'atteindre une plus grande satisfaction dans leur engagement. Un sondage effectué auprès de 39 bénévoles actifs (65 % de la population) a permis de récolter des informations afin d'établir des pistes d'actions visant à améliorer la situation. La problématique est composée de trois thématiques principales soit la motivation, la formation et le soutien. Tout d'abord, il est important de noter que 23 % des personnes se disent « très motivées » et que 51 % se disent « motivées ». Pour 53 % des répondants, « avoir accès à plus de formation » est un facteur favorable à l'augmentation de leur motivation sur les thèmes de la santé mentale et des outils d'intervention pour les appelants réguliers. D'autre part, 82 % des bénévoles ne voient pas la pertinence d'avoir de la formation supplémentaire et 76 % d'entre eux affirment qu'il ne se sont jamais sentis dépassés par une situation d'écoute. De plus, 58 % ont répondu se sentir tout à fait en confiance de pouvoir se confier à leurs collègues lorsqu'ils ont besoin de soutien.