

## Συλλογή πρωτογενών δεδομένων με ερωτηματολόγια

### Στόχοι κεφαλαίου

Μέχρι το τέλος αυτού του κεφαλαίου θα:

- κατανοείτε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της χρήσης ερωτηματολογίων για τη συλλογή δεδομένων,
- γνωρίζετε διάφορους τύπους ερωτηματολογίων που συμπληρώνονται από τον ερωτώμενο ή από το συνεντευκτήη,
- έχετε επίγνωση της ανάγκης συνδυασμού διάφορων μεθόδων συλλογής δεδομένων μέσα στα πλαίσια ενός ερευνητικού έργου,
- μπορείτε να επιλέγετε και να αιτιολογείτε τη χρήση κατάλληλων ερωτηματολογίων για διάφορα ερευνητικά σενάρια,
- είστε σε θέση να σχεδιάζετε, να δοκιμάζετε πιλοτικά και να ολοκληρώνετε ένα ερωτηματολόγιο,
- γνωρίζετε μεθόδους ενίσχυσης του ποσοστού ανταπόκρισης και διασφάλισης της εγκυρότητας και της αξιοπιστίας των δεδομένων που έχετε συλλέξει,
- είστε σε θέση να εφαρμόζετε τη γνώση, τις ικανότητες και την κατανόηση που αποκτήσατε στο δικό σας ερευνητικό έργο.

### 11.1 Εισαγωγή

Στα πλαίσια της έρευνας στους τομείς των επιχειρήσεων και της διοίκησης, η μεγαλύτερη χρήση ερωτηματολογίων σε περιπτώσεις εφαρμογής στρατηγικής δημοσκόπησης (Ενότητα 5.5). Ωστόσο, ερωτηματολόγια χρησιμοποιούνται επίσης όταν ακολουθούνται στρατηγικές πειράματος και μελέτης περίπτωσης. Αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχουν πολλοί ορισμοί του όρου «ερωτηματολόγιο» (Oppenheim, 2000). Κάποιοι χρησιμοποιούν τον όρο αποκλειστικά και μόνο για ερωτηματολόγια όπου αυτός που απαντά στις ερωτήσεις καταγράφει ο ίδιος τις απαντήσεις του. Άλλοι τον χρησιμοποιούν ως έναν πιο γενικό όρο, που συμπεριλαμβάνει συνεντεύξεις όπου οι ερωτήσεις τίθενται είτε πρόσωπο με πρόσωπο είτε τηλεφωνικά.

Σ' αυτό το βιβλίο χρησιμοποιούμε τη λέξη **ερωτηματολόγιο** ως γενικό όρο που περιλαμβάνει όλες τις μεθόδους συλλογής δεδομένων κατά τις οποίες μια σειρά ατόμων καλούνται να απαντήσουν στο ίδιο σύνολο ερωτήσεων, που τίθενται στην ίδια προκαθορισμένη σειρά (de Vaus, 2002). Ως εκ τούτου, περιλαμβάνει δομημένες συνεντεύξεις αλλά και τηλεφωνικά ερωτηματολόγια, καθώς και ερωτηματολόγια στα οποία οι ερωτήσεις απαντώνται χωρίς την παρουσία του συνεντευκτήη, όπως, π.χ., τα διαδικτυακά ερωτηματολόγια. Το φάσμα των μεθόδων συλλογής δεδομένων που εμπίπτουν σ' αυτή την ευρεία κατηγορία περιγράφεται στην επόμενη ενότητα (11.2), μαζί με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους.



Η χρήση ερωτηματολογίων συζητείται σε πολλά βιβλία ερευνητικών μεθόδων. Κάποια από αυτά αφιερώνουν λίγες σελίδες στα ερωτηματολόγια και τη χρήση τους, ενώ άλλα προσδιορίζουν επακριβώς τον τρόπο κατασκευής και χρήσης τους, όπως, π.χ., η **μέθοδος προσαρμοσμένης σχεδίασης** του Dillman (2009). Η χρήση ερωτηματολογίου είναι μία από τις πιο δημοφιλείς μεθόδους συλλογής δεδομένων όταν ακολουθείται στρατηγική δημοσκόπησης. Λόγω του ότι κάθε άτομο (ερωτώμενος) καλείται να απαντήσει στο ίδιο ακριβώς σύνολο ερωτήσεων, αποδεικνύεται αποτελεσματικός τρόπος συλλογής δεδομένων, με τη μορφή απαντήσεων από ένα μεγάλο δείγμα, τα οποία στη συνέχεια μπορούν να αναλυθούν ποσοτικά (Κεφάλαιο 12). Ωστόσο, πριν αποφασίσετε να χρησιμοποιήσετε ένα ερωτηματολόγιο, θα θέλαμε να σας προειδοποιήσουμε ότι πολλοί συγγραφείς (για παράδειγμα, Bell, 2010, Oppenheim, 2000) υποστηρίζουν ότι είναι πολύ πιο δύσκολο να παραχθεί ένα καλό ερωτηματολόγιο απ' όση μπορεί να πιστευτεί. Πρέπει να διασφαλίσετε ότι θα συλλεχθούν τα ακριβή δεδομένα που χρειάζεστε προκειμένου να απαντήσετε στο ερευνητικό σας ερώτημα (ερωτήματα) και να επιτύχετε τους στόχους σας. Αυτό είναι υψίστης σημασίας διότι είναι μάλλον αδύνατο να έχετε περισσότερες από μια ευκαιρίες να συλλέξετε τα δεδομένα που χρειάζεστε. Δε θα μπορείτε να επιστρέψετε στους ερωτώμενους, που συνήθως επιλέγουν να παραμένουν ανώνυμοι, για να συλλέξετε επιπρόσθετα δεδομένα με χρήση ενός άλλου ερωτηματολογίου. Τέτοια ζητήματα συζητούνται στην Ενότητα 11.3.

Τα ερωτηματολόγια είναι μέρος της καθημερινής μας ζωής. Οι καθηγητές σας ενδεχομένως ζητούν από εσάς και τους συμμαθητές σας να συμπληρώσετε ερωτηματολόγια αξιολόγησης του μαθήματος. Ομοίως, όταν επισκεπτόμαστε ένα τουριστικό αξιοθέατο ή γευματίζουμε σε ένα εστιατόριο, μας δίνεται συχνά η δυνατότητα να συμπληρώσουμε μια κάρτα ή φόρμα υποβολής σχολίων. Το Αποστακτήριο Auchentoshan Whisky, το οποίο ανήκει στην εταιρεία ποτών Morrison Bowmore Distilleries Ltd, δεν αποτελεί εξαίρεση. Οι επισκέπτες του αποστακτηρίου μπορούν να ξεναγηθούν σε όλη την παραγωγική διαδικασία του ουίσκι Single Malt και να παρακολουθήσουν ακόμα και τη διαδικασία της τριπλής απόσταξης, η οποία συνήθως συνδέεται μόνο με το ιρλανδικό ουίσκι. Μπορούν επίσης να γευτούν κάποιο από τα πολλά Single Malt ουίσκι του Auchentoshan. Στο τέλος της ξεναγήσης, οι ξεναγοί ρωτούν τους επισκέπτες αν θα ήθελαν να συμπληρώσουν μια φόρμα υποβολής σχολίων μιας σελίδας. Η φόρμα ξεκινά με μια σύντομη εισαγωγή τονίζοντας τη σημασία της γνώμης των επισκεπτών και ότι βοηθά στη βελτίωση του αποστακτηρίου:

*Εδώ στο Αποστακτήριο Auchentoshan είμαστε αφοσιωμένοι στη συνεχή βελτίωση των προϊόντων, των υπηρεσιών και της εταιρείας μας. Για να μας βοηθήσετε να το*



Αποστακτήριο Auchentoshan

Πηγή: © Morrison Bowmore Distillers Ltd

*κάνουμε αυτό και για να έχετε την ευκαιρία να κερδίσετε ένα δωρεάν μπουκάλι από το Single Malt ουίσκι μας, θα είμαστε ευγνώμονες αν εκφράζατε τη γνώμη σας για τη σημερινή σας εμπειρία - ευχαριστούμε.*



▶ Το εισαγωγικό αυτό κείμενο ακολουθείται από οκτώ ερωτήσεις:

Παρακαλούμε αξιολογήστε τα ακόλουθα, σύμφωνα με τους βαθμούς που αναγράφονται:

- | 1. Ξενάγηση & Κατάστημα Αποστακτηρίου  | Βαθμολογία                                 | Βαθμολογία               |
|--|--|--------------------------|
| Υποδοχή και φιλικότητα του προσωπικού μας.   | <input type="text"/>                       | 5 = Άριστη               |
| Πόσο ενημερωτική ήταν η ξενάγηση;  | <input type="text"/>                       | 4 = Πολύ καλή            |
| Πόσο ενδιαφέρουσα ήταν η ξενάγηση;   | <input type="text"/>                       | 3 = Καλή                 |
| Η γνώση του ξεναγού.   | <input type="text"/>                       | 2 = Μέτρια               |
| Η ξενάγησή μας σε σύγκριση με άλλα αποστακτήρια που ίσως έχετε επισκεφθεί                              | <input type="text"/>                       | 1 = Κακή                 |
| Σχέση ποιότητας και κόστους.   | <input type="text"/>                       |                          |
| Ποικιλία προϊόντων στο κατάστημα.  | <input type="text"/>                       |                          |
| Ποια είναι η γνώμη σας για την παρουσίαση του DVD;   | <input type="text"/>                       |                          |
| Όνομα του ξεναγού σας:   | <input style="width: 150px;" type="text"/> |                          |
| 4. Έχετε επισκεφθεί ξανά το Αποστακτήριο Auchentoshan;   | Ναι <input type="text"/>                   | Όχι <input type="text"/> |
| 5. Θα μας συστήνατε σε άλλους ή θα μας επισκεπτόσασταν και πάλι στο μέλλον;                            | Ναι <input type="text"/>                   | Όχι <input type="text"/> |
| 7. Σχόλια/Βελτιώσεις (Παρακαλούμε πείτε μας τη γνώμη σας ή ποιες βελτιώσεις θα μπορούσαμε να κάνουμε). |  |                          |

Απόσπασμα από το ερωτηματολόγιο του Auchentoshan όπως αναπαράγεται κατόπιν άδειας της Morrison Bowmore Distillers Ltd.

Επίσης συλλέγονται στοιχεία για τον ερωτώμενο, όπως το όνομα, η χώρα και η ηλεκτρονική του διεύθυνση. Οι επισκέπτες καλούνται να σημειώσουν αν είναι άνω των 18 ετών, που είναι η νόμιμη ηλικία κατανάλωσης αλκοόλ. Η Anne Kinnes, διευθύντρια του Κέντρου Επιχειρήσεων Επισκεπτών και Ανάπτυξης της Morrison Bowmore, δηλώνει: «Έχουμε δεσμευτεί να προσφέρουμε υπηρεσίες παγκοσμίου επιπέδου σε όλα τα κέντρα επισκεπτών μας και ο πιο

αποτελεσματικός τρόπος να βελτιώσουμε τις υπηρεσίες μας είναι να ακούμε τους πελάτες μας. Μία από τις μεθόδους που χρησιμοποιούμε είναι η φόρμα υποβολής σχολίων και η χρήση των πληροφοριών που συλλέγουμε, και μ' αυτό τον τρόπο μπορούμε να βελτιώσουμε την εμπειρία των επισκεπτών μας». Αυτά τα δεδομένα βοηθούν το Αποστακτήριο Auchentoshan να διατηρεί υψηλά επίπεδα ικανοποίησης επισκεπτών.

Ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου επηρεάζει το ποσοστό απόκρισης, την αξιοπιστία και την εγκυρότητα των δεδομένων που συλλέγετε. Τόσο το ποσοστό απόκρισης όσο και η αξιοπιστία και η εγκυρότητα των δεδομένων σας μπορούν να μεγιστοποιηθούν με:

- προσεκτικό σχεδιασμό των ερωτήσεων,
- σαφή και ευχάριστη διάταξη του ερωτηματολογίου,
- καθαρή εξήγηση του σκοπού του ερωτηματολογίου,
- πιλοτική εφαρμογή και έλεγχο,
- προσεκτικά σχεδιασμένη και εκτελεσμένη αποστολή των ερωτηματολογίων προς συμπλήρωση και επιστροφή των συμπληρωμένων.

Όλα αυτά παρουσιάζονται στις Ενότητες 11.4 και 11.5. Στην Ενότητα 11.4 πραγματευόμαστε το ζήτημα του σχεδιασμού του ερωτηματολογίου σας. Η αποστολή - παράδοση και η επιστροφή του ερωτηματολογίου εξετάζονται στην Ενότητα 11.5 σε συνδυασμό με τις ενέργειες που θα σας βοηθήσουν να εξασφαλίσετε υψηλά ποσοστά απόκρισης.

## 11.2 Επισκόπηση της χρήσης ερωτηματολογίων

### Πότε χρησιμοποιούμε ερωτηματολόγια

Έχουμε διαπιστώσει ότι πολλοί χρησιμοποιούν ερωτηματολόγια για να συλλέξουν δεδομένα χωρίς να εξετάσουν άλλες μεθόδους, όπως, π.χ., η μελέτη δευτερογενών πηγών (Κεφάλαιο 8), η παρατήρηση (Κεφάλαιο 9) και οι ημιδομημένες ή μη δομημένες συνεντεύξεις (Κεφάλαιο 10). Η συμβουλή μας είναι να αξιολογήσετε όλες τις πιθανές μεθόδους συλλογής δεδομένων και να επιλέξετε την πλέον κατάλληλη για το ερευνητικό ερώτημα και τους στόχους σας. Τα ερωτηματολόγια συνήθως δεν ενδείκνυνται για διερευνητικές ή άλλες έρευνες που απαιτούν πολυάριθμες ερωτήσεις ανοιχτού τύπου (Ενότητες 10.2 και 10.3). Λειτουργούν καλύτερα όταν οι ερωτήσεις είναι τυποποιημένες και είστε σίγουροι ότι θα ερμηνευτούν με τον ίδιο τρόπο από όλους τους ερωτώμενους (Robson, 2011).

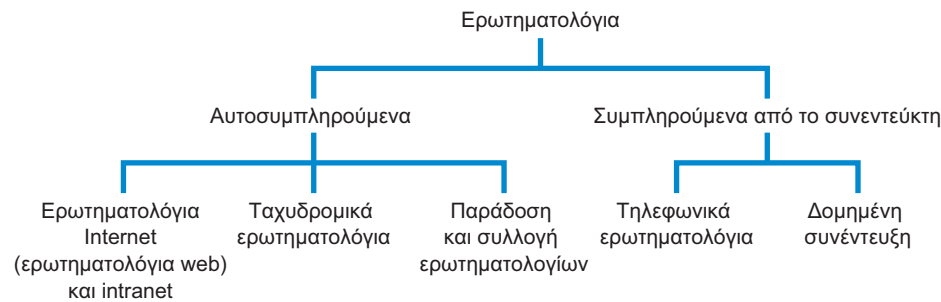
Τα ερωτηματολόγια συνήθως χρησιμοποιούνται στην περιγραφική ή την επεξηγηματική έρευνα. Η περιγραφική έρευνα, που συνήθως χρησιμοποιεί ερωτηματολόγια συμπεριφοράς και απόψεων, καθώς και ερωτηματολόγια εταιρικών πρακτικών, θα σας βοηθήσει να εντοπίσετε και να περιγράψετε τη μεταβλητότητα διαφόρων φαινομένων. Αντίθετα, η επεξηγηματική ή αναλυτική έρευνα θα σας βοηθήσει να εξετάσετε και να εξηγήσετε τη σχέση μεταξύ μεταβλητών, ιδιαίτερα των αιτιωδών σχέσεων. Αυτοί οι δύο ερευνητικοί σκοποί έχουν διαφορετικές απαιτήσεις σχεδιασμού (Gill και Johnson, 2010), κάτι που θα συζητήσουμε αργότερα (Ενότητα 11.3).

Αν και τα ερωτηματολόγια πολύ συχνά χρησιμοποιούνται ως η μόνη μέθοδος συλλογής δεδομένων, ίσως είναι προτιμότερο να συνδυάζονται με άλλες μεθόδους στα πλαίσια ενός ερευνητικού σχεδιασμού πολλαπλών μεθόδων (Ενότητες 5.3 και 5.5). Για παράδειγμα, ένα ερωτηματολόγιο που διερευνά τη συμπεριφορά των καταναλωτών μπορεί να συμπληρωθεί με εις βάθος συνεντεύξεις με σκοπό τη διερεύνηση και την κατανόηση αυτής της συμπεριφοράς (Ενότητα 10.3). Φυσικά, η χρήση ενός σωστά διατυπωμένου ερωτηματολογίου συνήθως απαιτεί λιγότερες ικανότητες και ευαισθησία απ' ό,τι οι ημιδομημένες ή εις βάθος συνεντεύξεις (Jankowicz, 2005).

### Τύποι ερωτηματολογίων

Ο σχεδιασμός ενός ερωτηματολογίου διαφέρει ανάλογα με το πώς παραδίδεται προς συμπλήρωση, πώς επιστρέφεται ή συλλέγεται, καθώς και ανάλογα με το είδος της επαφής με τους ερωτώμενους (Εικόνα 11.1). Τα **αυτοσυμπληρούμενα ερωτηματολόγια** συμπληρώνονται από τους ίδιους τους ερωτώμενους. Τέτοια ερωτηματολόγια μπορεί να αποστέλλονται ηλεκτρονικά μέσω Internet ή intranet (**διαδικτυακά ερωτηματολόγια**) ή να αποστέλλονται ταχυδρομικά στους ερωτώμενους οι οποίοι τα επιστρέφουν επίσης ταχυδρομικά μετά τη συμπλήρωσή τους (**ταχυδρομικά ερωτηματολόγια**) ή να παραδίδονται ιδιοχείρως σε κάθε ερωτώμενο και να συλλέγονται αργότερα επίσης ιδιοχείρως (**παράδοση και συλλογή ερωτηματολογίου**). Οι απαντήσεις των ερωτηματολογίων που συμπληρώνονται από το συνεντευκτή καταγράφονται από το συνε-





Εικόνα 11.1 Τύποι ερωτηματολογίων

ντεύκτη με βάση τις απαντήσεις κάθε ερωτώμενου. Τα ερωτηματολόγια μέσω τηλεφώνου είναι γνωστά ως **τηλεφωνικά ερωτηματολόγια**. Η τελευταία κατηγορία ερωτηματολογίων, οι **δομημένες συνεντεύξεις**, αναφέρεται σε εκείνα τα ερωτηματολόγια όπου οι συνεντεύκτες συναντούν από κοντά τους ερωτώμενους και θέτουν ερωτήσεις πρόσωπο με πρόσωπο. Αυτές διαφέρουν από τις ημιδομημένες και μη δομημένες (εις βάθος) συνεντεύξεις (Ενότητα 10.2), καθώς υπάρχει μια καθορισμένη σειρά ερωτήσεων, από την οποία οι συνεντεύκτες δεν πρέπει να αποκλίνουν.

## Η επιλογή ερωτηματολογίου

Η επιλογή ερωτηματολογίου επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες που έχουν σχέση με το ερευνητικό ερώτημα (ερωτήματα) και τους στόχους σας (Πίνακας 11.1) και συγκεκριμένα:

- τα χαρακτηριστικά των ερωτώμενων από τους οποίους επιθυμείτε να συλλέξετε δεδομένα,
- τη σημασία της προσέγγισης ενός συγκεκριμένου ατόμου ως ερωτώμενου,
- τη σημασία του να μη νοθεύονται ή διαστρεβλώνονται οι απαντήσεις των ερωτώμενων,
- το μέγεθος του δείγματος που απαιτείται για την ανάλυσή σας, λαμβάνοντας υπόψη το πιθανό ποσοστό απόκρισης,
- τους τύπους ερωτήσεων που χρειάζεται να θέσετε προκειμένου να συλλέξετε τα δεδομένα σας,
- τον αριθμό ερωτήσεων που χρειάζεται να θέσετε προκειμένου να συλλέξετε τα δεδομένα σας.

Αυτοί οι παράγοντες δεν έχουν ίση βαρύτητα για την επιλογή ερωτηματολογίου και, για κάποια ερευνητικά ερωτήματα ή στόχους, μπορεί να μην έχουν καμία. Ο τύπος ερωτηματολογίου που θα επιλέξετε θα καθορίσει το πόσο σίγουροι μπορείτε να είστε για το αν οι ερωτώμενοι είναι τα άτομα που επιθυμείτε να απαντήσουν στις ερωτήσεις σας και κατά συνέπεια, για την αξιοπιστία των απαντήσεων που θα πάρετε (Πίνακας 11.1). Ακόμα και αν αποστείλετε ένα ταχυδρομικό ερωτηματολόγιο σε ένα διευθυντή μιας εταιρείας ονομαστικά, δεν υπάρχει κανένας τρόπος να διασφαλίσετε ότι ο διευθυντής θα είναι ο ερωτώμενος. Θα μπορούσε να το συμπληρώσει ο βοηθός του ή κάποιος άλλος! Τα ερωτηματολόγια μέσω Internet και intranet, και ιδιαίτερα αυτά που παραδίδονται με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, προσφέρουν μεγαλύτερο έλεγχο διότι οι περισσότεροι άνθρωποι διαβάζουν και απαντούν οι ίδιοι στα email τους. Με τα ερωτηματολόγια παράδοσης και συλλογής, μπορείτε ίσως, κατά τη συλλογή, να ελέγξετε ποιος έχει απαντήσει στις ερωτήσεις. Τα ερωτηματολόγια που συμπληρώνονται από το συνεντεύκτη σας δίνουν τη δυνατότητα να διασφαλίσετε απόλυτα ότι οι ερωτώμενοι είναι αυτοί που θέλετε, κάτι που βελτιώνει την αξιοπιστία των δεδομένων σας. Επιπλέον, μπορείτε να καταγράψετε κάποιες λεπτομέρειες σχετικά με τους μη ερωτώμενους, ώστε να κάνετε κάποια εκτίμηση για το βαθμό μεροληψίας που προκαλείται από τις αρνήσεις.

Οποιαδήποτε νόθευση των απαντήσεων των ερωτώμενων μειώνει την αξιοπιστία των δεδομένων (Πίνακας 11.1). Μερικές φορές, αν δεν έχουν επαρκή γνώση ή εμπειρία, μπορεί να απαντούν στην τύχη ή κατά προσέγγιση, μια τάση γνωστή ως **ανενημέρωτη απάντηση**. Αυτό είναι πολύ πιθανό να συμβαίνει όταν για να δοθούν απαντήσεις στο ερωτηματολόγιο, παρέχονται κάποια κίνητρα (Ενότητα 11.5). Οι ερωτώμενοι των αυτοσυμπληρούμενων ερωτηματολογίων σπάνια απαντούν απλά για να σας ευχαριστήσουν ή επειδή θεωρούν πως συγκεκριμένες απαντήσεις είναι περισσότερο **κοινωνικά επιθυμητές** (Dillman, 2009). Μπορεί, ωστόσο, να συζητούν τις ερωτήσεις με άλλους, νοθεύοντας έτσι την απάντησή τους. Οι ερωτώμενοι σε τηλεφωνικά ερωτηματολόγια και δομημένες συνεντεύξεις είναι πιθανό να απαντούν για να σας ευχαριστήσουν,

**Πίνακας 11.1** Κύρια χαρακτηριστικά των ερωτηματολογίων

| Χαρακτηριστικό   | Μέσω Internet και intranet  | Ταχυδρομικά   | Παράδοση και Συλλογή  | Τηλεφωνικά   | Δομημένη Συνέντευξη   |
|--|---|---|---|--|---|
| Χαρακτηριστικά πληθυσμού για τον οποίο είναι κατάλληλα.            | Άτομα με γνώσεις πληροφορικής που μπορούν να επικοινωνήσουν μέσω email, ή προσέγγισή τους να γίνει μέσω Internet ή intranet.                    | Άτομα με τα οποία μπορείτε να επικοινωνήσετε μέσω αλληλογραφίας, επλεγμένα κατά όνομα, οικογένεια, οργανισμό κτλ..  | Άτομα με τα οποία μπορείτε να επικοινωνήσετε μέσω τηλεφώνου, επλεγμένα κατά όνομα, οικογένεια, οργανισμό κτλ. | Άτομα με τα οποία μπορείτε να επικοινωνήσετε στο τηλέφωνο, επλεγμένα κατά όνομα, οικογένεια, οργανισμό κτλ.  | Οποιοδήποτε επιλεγμένος κατά όνομα, οικογένεια, οργανισμό, στο δρόμο κτλ.   |
| Βεβαιότητα ότι έχει απαντήσει το σωστό άτομο.                      | Υψηλή μέσω email  | Χαμηλή  | Χαμηλή αλλά μπορεί να ελεγχθεί κατά τη συλλογή.   | Υψηλή  | Υψηλή   |
| Πιθανότητα νόθευσης ή διαστρέβλωσης των απαντήσεων του ερωτώμενου. | Χαμηλή  | Μπορεί να έχει νοθευτεί με τη συμβολή άλλων.  |   | Ποτισασιακά νοθευμένα ή επιπόνηση του συνεντεύκτη.   | Ποτισασιακά νοθευμένα με συμβολή ή διαστρεβλωμένα/επινοημένα από το συνεντεύκτη.  |
| Μέγεθος δείγματος  | Μεγάλο, μπορεί να είναι γεωγραφικά διασκορπισμένο.  | Εξαρτάται από τον αριθμό των εργαζομένων στον τομέα.  |   | Εξαρτάται από τον αριθμό των συνεντευκτών.   |   |
| Πιθανό ποσοστό απόκρισης   | Διαφέρει, πιθανώς 30-50% μέσα σε οργανισμούς/μέσω intranet, 11% ή χαμηλότερο μέσω Internet.   | Διαφέρει, πιθανώς 30-50% .  |   | Υψηλό, πιθανώς 50-70%  |   |
| Μέγεθος ερωτηματολογίου  | 6-8 σελίδες A4  | 6-8 σελίδες A4  |   | Μέχρι μισή ώρα   | Διαφέρει ανάλογα με την τοποθεσία   |
| Κατάλληλοι τύποι ερωτήσεων   | Κλειστού τύπου ερωτήσεις αλλά όχι τόσο σύνθετες, περίπλοκη ροή αν γίνεται χρήση λογισμικού, πρέπει να παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ερωτώμενο. | Κλειστού τύπου ερωτήσεις αλλά όχι τόσο σύνθετες, μόνο απλή ροή, πρέπει να παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ερωτώμενο.   |   | Ανοικτές και κλειστές ερωτήσεις, συμπεριλαμβανομένων των σύνθετων ερωτήσεων, σύνθετη ροή.  |   |
| Χρονική διάρκεια ολοκλήρωσης της συλλογής                          | 2-6 εβδομάδες από τη διανομή (εξαρτάται από τον αριθμό των υπενθυμίσεων).   | 4-8 εβδομάδες από την αποστολή (εξαρτάται από τον αριθμό των υπενθυμίσεων).   | Εξαρτάται από το μέγεθος του δείγματος, τον αριθμό των εργαζομένων στον τομέα κτλ.                            | Εξαρτάται από το μέγεθος του δείγματος, τον αριθμό των συνεντευκτών κτλ., αλλά πιο αργά από τα αυτοσυμπληρούμενα στο ίδιο μέγεθος δείγματος.   |   |
| Κόστος   | Αν είναι μέσω ιστοσελίδας, ο σχεδιασμός της ιστοσελίδας. Συνδρομή σε διαδικτυακό λογισμικό.   | Ταχυδρομικά τέλη αποστολής και επιστροφής, φωτοτυπίες, γραμματειακή υποστήριξη, καταχώρηση δεδομένων.   | Εργαζόμενοι στον τομέα, ταξίδια, φωτοτυπίες, γραμματειακή υποστήριξη, καταχώρηση δεδομένων.                   | Συνεντευκτές, τηλεφωνικές κλήσεις, γραμματειακή υποστήριξη, φωτοτυπίες και καταχώρηση δεδομένων αν δε γίνεται χρήση του CATI <sup>®</sup> , προγραμματισμός, γραμματειακός, λογισμικό και υπολογιστές αν γίνεται χρήση του CATI. | Συνεντευκτές, ταξίδια, γραμματειακή υποστήριξη, φωτοτυπίες και καταχώρηση δεδομένων αν δε γίνεται χρήση του CATI <sup>®</sup> , προγραμματισμός, λογισμικό και υπολογιστές αν γίνεται χρήση του CATI. |
| Ρόλος του συνεντεύκτη/εργαζόμενου στον τομέα                       | Όχι   | Παράδοση και συλλογή των ερωτηματολογίων, ενίσχυση συμμετοχής του ερωτώμενου.   | Παράδοση και συλλογή των ερωτηματολογίων, ενίσχυση συμμετοχής του ερωτώμενου.                                 | Ενίσχυση συμμετοχής του ερωτώμενου, καθοδήγηση του ερωτώμενου μέσω των ερωτηματολογίων, απάντηση στις ερωτήσεις των ερωτώμενων.  |   |
| Καταχώριση δεδομένων   | Αυτόματα  | Μπορούν να σχεδιαστούν κλειστά τύπου ερωτήσεις έτσι ώστε οι απαντήσεις να καταχωρισθούν με τη χρήση συσκευών οπτικής ανάγνωσης όταν το ερωτηματολόγιο επιστραφεί. |   | Η απάντηση σε όλες τις ερωτήσεις καταχωρίζεται κατά τη συλλογή με τη χρήση του CATI <sup>®</sup> .   | Η απάντηση σε όλες τις ερωτήσεις μπορεί να καταχωριστεί κατά τη στιγμή της συλλογής με τη χρήση του CATI <sup>®</sup>   |

α Συζητείται στο Κεφάλαιο 7. β Συζητείται στην Ενότητα 12.2. γ Τηλεφωνική συνέντευξη με τη βοήθεια υπολογιστή δ Προσωπική συνέντευξη με τη βοήθεια υπολογιστή

Πηγές: Εμπειρίες των συγγραφέων, Baruch and Holtom (2008), deVaas (2002), Dillman (2009), Oppenheim (2000)

λόγω της επαφής που έχουν μαζί σας, αν και ο αντίκτυπος αυτού μπορεί να ελαχιστοποιηθεί από σωστές τεχνικές διεξαγωγής συνέντευξης (Ενότητες 10.5 και 10.6). Οι απαντήσεις μπορούν επίσης να νοθευτούν ή να διαστρεβλωθούν όταν καταγράφονται. Σε ακραίες περιπτώσεις, οι συνεντεύκτες μπορεί να επινοούν απαντήσεις. Γι' αυτό το λόγο, γίνονται συχνά τυχαίοι έλεγχοι στους συνεντεύκτες από τις εταιρείες δημοσκοπήσεων. Κατά τη σύνθεση της έκθεσης έργου, αναμένεται να δηλώσετε το ποσοστό απόκρισης. Εκεί, θα πρέπει να είστε προσεκτικοί ώστε να μην κάνετε αβάσιμους ισχυρισμούς όταν κάνετε συγκρίσεις με τα ποσοστά απόκρισης άλλων δημοσκοπήσεων. Ενώ τέτοιες συγκρίσεις θέτουν το ποσοστό απόκρισης της δημοσκοπήσής σας σε κάποιο πλαίσιο, ένα υψηλότερο από το σύνηθες ποσοστό απόκρισης δε σημαίνει πως τα ευρήματά σας είναι αμερόληπτα (Rogelberg και Stanton, 2007). Ομοίως, ένα χαμηλότερο του συνήθους ποσοστό απόκρισης δε σημαίνει απαραίτητα ότι οι απαντήσεις εμπεριέχουν μεροληψία.

Ο τύπος ερωτηματολογίου που θα επιλέξετε θα επηρεάσει τον αριθμό των ανθρώπων που θα δεχθούν να απαντήσουν σε αυτό (Ενότητα 7.2). Τα ερωτηματολόγια που συμπληρώνονται από το συνεντεύκτη συνήθως έχουν υψηλότερο ποσοστό απόκρισης από τα αυτοσυμπληρούμενα ερωτηματολόγια (Πίνακας 11.1). Το μέγεθος του δείγματος και ο τρόπος με τον οποίο έχει επιλεγεί θα έχουν επιπτώσεις στην εμπιστοσύνη που θα μπορείτε να έχετε στα δεδομένα σας και στο βαθμό στον οποίο θα μπορείτε να γενικοποιήσετε τα ευρήματά σας (Ενότητα 7.2).

Τα μεγαλύτερα ερωτηματολόγια παρουσιάζονται καλύτερα στα πλαίσια μιας δομημένης συνέντευξης. Επιπλέον, μπορεί να περιλαμβάνουν πιο σύνθετες ερωτήσεις από τα τηλεφωνικά ή τα αυτοσυμπληρούμενα (Oppenheim, 2000). Η παρουσία ενός συνεντεύκτη (ή η χρήση διαδικτυακού λογισμικού όπως, π.χ., το Skype ή το Viber) διευκολύνει, εκτός των άλλων, τη δημιουργία υποομάδων ερωτώμενων που θα απαντήσουν σε διαφορετικές ερωτήσεις με τη χρήση μιας ερώτησης φίλτρου (Ενότητα 11.4). Η καταλληλότητα των διαφορετικών τύπων ερωτήσεων επίσης διαφέρει μεταξύ μεθόδων.

Η επιλογή ερωτηματολογίου θα επηρεαστεί και από τους διαθέσιμους πόρους (Πίνακας 11.1) και συγκεκριμένα:

- το διαθέσιμο χρόνο για την ολοκλήρωση της συλλογής δεδομένων,
- τις οικονομικές απαιτήσεις της συλλογής και καταχώρισης των δεδομένων,
- τη διαθεσιμότητα συνεντευκτών και βοηθητικού προσωπικού,
- τη χρήση αυτόματης εισαγωγής δεδομένων.

Ο χρόνος που απαιτείται για τη συλλογή δεδομένων αυξάνεται σημαντικά σε περιπτώσεις χρήσης ερωτηματολογίων παράδοσης και συλλογής, καθώς και δομημένων συνεντεύξεων όπου τα δείγματα είναι γεωγραφικά διασκορπισμένα (Πίνακας 11.1). Ένας τρόπος αντιμετώπισης αυτού του περιορισμού είναι η επιλογή του δείγματος με τη βοήθεια της δειγματοληψίας κατά συστάδες (Ενότητα 7.2). Εάν το ερωτηματολόγιό σας δεν είναι διαδικτυακά υποβοηθούμενο (Internet ή intranet) ή δε χρησιμοποιείται η μέθοδος της **προσωπικής συνέντευξης με τη βοήθεια υπολογιστή (CAPI)** ή της **τηλεφωνικής συνέντευξης με τη βοήθεια υπολογιστή (CATI)**, θα πρέπει να εξετάσετε το κόστος της αναπαραγωγής των ερωτηματολογίων, της γραμματειακής υποστήριξης και της καταχώρισης των δεδομένων σε υπολογιστή για την ανάλυση. Για τα ταχυδρομικά και τηλεφωνικά ερωτηματολόγια, πρέπει επίσης να εκτιμηθεί το κόστος των ταχυδρομικών τελών και των τηλεφωνικών κλήσεων. Αν εργάζεστε για έναν οργανισμό, το κόστος των ταχυδρομικών τελών μπορεί να μειώνεται με ειδικές συμφωνίες δωρεάν ταχυδρομικών τελών επιστροφής των ερωτηματολογίων. Αυτό σημαίνει ότι πληρώνετε μόνο τα ταχυδρομικά τέλη αποστολής και μια μικρή χρέωση για το χειρισμό των ερωτηματολογίων που επιστρέφονται. Ωστόσο, αυτό είναι κάτι που μπορεί να επηρεάσει αρνητικά τα ποσοστά απόκρισης (βλ. Πίνακα 11.4 παρακάτω).

Όλα τα δεδομένα που θα προκύψουν από τα ερωτηματολόγια θα αναλυθούν μέσω υπολογιστή. Μερικά διαδικτυακά εργαλεία δημοσκοπήσεων (π.χ., τα Snap Surveys™, Sphinx Survey™ και SurveyMonkey™) σας επιτρέπουν να σχεδιάσετε τα ερωτηματολόγια σας και να συλλέξετε, να καταχωρίσετε και να αναλύσετε τα δεδομένα μέσω του ίδιου λογισμικού. Από τη στιγμή που τα δεδομένα σας έχουν ήδη κωδικοποιηθεί και καταχωρισθεί στον υπολογιστή, μπορείτε να τα αναλύσετε πολύ πιο γρήγορα και πιο προσεκτικά απ' ό,τι θα γινόταν αν τα αναλύατε χειροκίνητα (Ενότητα 12.2). Ένας πρακτικός κανόνας υπαγορεύει ότι πρέπει να αναλύετε τα δεδομένα του ερωτηματολογίου μέσω υπολογιστή αν έχουν συλλεχθεί από 30 ή περισσότερους ερωτώμενους.



## Πλαίσιο 11.1 Φοιτητική έρευνα

### Κλειστού τύπου ερώτηση σχεδιασμένη για μια οπτική συσκευή ανάγνωσης

Το ερευνητικό έργο του Μπεν απαιτούσε να στείλει ένα ερωτηματολόγιο σε μεγάλο αριθμό ανθρώπων. Απέκτησε άδεια να χρησιμοποιήσει την οπτική συσκευή ανάγνωσης του πανεπιστημίου του, ώστε να καταχωρίσει τα δεδομένα από το ερωτηματολόγιό του. Στο ερωτηματολόγιό του, δίνονται σαφείς οδηγίες στους ερωτώμενους για το πώς να σημειώσουν την απάντησή τους:

Παρακαλούμε χρησιμοποιήστε ένα μολύβι για να σημειώσετε τις απαντήσεις σας με μια γραμμή: [-]

Σε περίπτωση λάθους, σβήστε την απάντησή σας με μια γόμα.

|  |                           |     |
|--|---------------------------|-----|
| 1 Παρακαλούμε σημειώστε όλους τους τύπους μουσικής που συνήθως ακούτε: | Ροκ και Ποπ               | [ ] |
|  | Χορευτική                 | [ ] |
|  | Κινηματογραφική μουσική   | [ ] |
|  | Τζαζ και μπλουζ           | [ ] |
|  | Κάντρι                    | [ ] |
|  | Χαλαρή                    | [ ] |
|  | Φολκ                      | [ ] |
|  | Παγκόσμια                 | [ ] |
|  | Κλασική                   | [ ] |
|  | Άλλο                      | [ ] |
|  | (παρακαλούμε περιγράψτε): |     |
|  | .....                     |     |

Για μεγαλύτερες δημοσκοπήσεις, πιθανόν χρειάζεται να αυτοματοποιήσετε την καταγραφή και την καταχώριση των δεδομένων. Για τα ερωτηματολόγια μέσω Internet και intranet, αυτό συνήθως γίνεται στο στάδιο σχεδιασμού του ερωτηματολογίου και, όπου υπάρχει λογισμικό αυτοματοποίησης, το κόστος είναι ελάχιστο. Για παράδειγμα, το SurveyMonkey™, ένα διαδικτυακό εργαλείο δημοσκόπησης για τη δημιουργία, παράδοση και συλλογή απαντήσεων μέσω διαδικτυακών ερωτηματολογίων, χρεώνει 25 ευρώ περίπου για περισσότερες από 1.000 απαντήσεις το μήνα, ενώ μια δημοσκόπηση με ερωτηματολόγιο 10 ή λιγότερων ερωτήσεων και 100 ή λιγότερες απαντήσεις προσφέρεται δωρεάν (SurveyMonkey, 2014). Για τα αυτοσυμπληρούμενα ερωτηματολόγια, η καταγραφή και η καταχώριση δεδομένων είναι πιο απλές για τις ερωτήσεις κλειστού τύπου, όπου οι ερωτώμενοι επιλέγουν τις απαντήσεις τους από μια προκαθορισμένη λίστα (Πλαίσιο 11.1).

Το κάθε σημάδι διαβάζεται με τη χρήση μιας **οπτικής συσκευής ανάγνωσης**, η οποία αναγνωρίζει και μετατρέπει τα σημάδια σε δεδομένα, με ρυθμό που μπορεί να ξεπερνά τις 200 σελίδες ανά λεπτό. Τα δεδομένα των ερωτηματολογίων που συμπληρώνονται από το συνεντευκτή μπορούν να καταχωρισθούν απευθείας στον υπολογιστή τη στιγμή της συνέντευξης με τη χρήση προγραμμάτων λογισμικού CATI ή CAPI. Μ' αυτούς τους δύο τύπους λογισμικού, διαβάζετε τις ερωτήσεις στον ερωτώμενο από την οθόνη και καταχωρίζετε τις απαντήσεις τους απευθείας στον υπολογιστή. Λόγω του κόστους του εξοπλισμού σάρωσης υψηλής ταχύτητας και χωρητικότητας, του λογισμικού και του προγραμματισμού πριν τη δημοσκόπηση, η χρήση των CATI και CAPI είναι οικονομικά προσιτή μόνο για μεγάλες δημοσκοπήσεις ή όπου το υλικό και το λογισμικό χρησιμοποιούνται πολλές φορές.

Είναι σχεδόν βέβαιο πως θα κάνετε συμβιβασμούς κατά την επιλογή των ερωτηματολογίων σας. Οι συμβιβασμοί αυτοί θα αφορούν αποκλειστικά και μόνο τη συγκεκριμένη έρευνά σας, καθώς η απόφαση για το ποιο ερωτηματολόγιο είναι το πλέον κατάλληλο δεν μπορεί να ληφθεί ανεξάρτητα από το ερευνητικό σας ερώτημα (ερωτήσεις) και τους στόχους και τον πληθυσμό ή το δείγμα από το οποίο θα συλλέξετε τα δεδομένα.

## 11.3 Απόφαση για τα δεδομένα που απαιτούνται

### Απαιτήσεις ερευνητικού σχεδιασμού

Αντίθετα με τις εις βάθος και ημιδομημένες συνεντεύξεις (Κεφάλαιο 10), οι ερωτήσεις που τίθενται στα ερωτηματολόγια χρειάζεται να προκαθοριστούν με ακρίβεια. Ενώ στις εις βάθος και ημιδομημένες συνεντεύξεις μπορείτε να διερευνήσετε περαιτέρω τα ζητήματα, αυτό δεν είναι δυνατό με τα ερωτηματολόγια. Επιπλέον, ένα ερωτηματολόγιο σας προσφέρει μόνο μία ευκαιρία για να συλλέξετε δεδομένα, καθώς είναι δύσκολο να εντοπίσετε τον ερωτώμενο ή να επιστρέψετε προκειμένου να συλλέξετε πρόσθετες πληροφορίες. Αυτό σημαίνει ότι ο χρόνος