

مجموعه جزوه های کاربردی در زمینه مدیریت تحول استراتژیک یکپارچه و جامع (متابکجا)



ابزارهای جمع آوری  
اطلاعات  
گفتار اول: پرسشنامه

تالیف :

دکتر ابراهیم معین نجف آبادی

## فهرست مطالب

۳	گفتار اول: پرسشنامه.....
۳-۱-۱	تعریف پرسشنامه چیست؟.....
۴-۱-۲	کاربردهای مختلف پرسشنامه.....
۵-۱-۳	ویژگی های پرسشنامه.....
۵-۱-۴	انواع پرسشنامه ها.....
۶-۱-۵	کاربردهای پرسشنامه.....
۷-۱-۶	راهنمای ساخت پرسشنامه.....
۹-۱-۷	مزایا و معایب پرسشنامه.....
۱۲-۱-۸	نکات کلیدی در ساخت پرسشنامه.....
۱۵-۱-۹	ویژگی های پرسشنامه استاندارد.....
۱۶-۱-۱۰	طبقه بندی پرسشنامه.....
۱۸-۱-۱۱	اصول تدوین پرسشنامه.....
۲۱-۱-۱۲	توزیع مقدماتی پرسشنامه.....
۲۴-۱-۱۳	منابع و ماخذ.....

## گفتار اول: پرسشنامه

### ۱-۱- تعریف پرسشنامه چیست؟

پرسشنامه یک ابزار تحقیقاتی با مجموعه‌ای از پرسش‌ها است که با هدف جمع آوری و ثبت اطلاعات مورد استفاده قرار می‌گیرد. این تعریف از پرسشنامه، آن قدر گسترده و باز است که تقریباً شامل هر چیزی می‌شود. در سایر منابع، شرط‌ها و قیدهای دیگری هم مطرح شده‌اند:

- بعضی منابع، مکتوب بودن را در تعریف پرسشنامه قید کرده‌اند (شاید در دوران دیجیتال، این قید چندان قابل پذیرش نباشد)

- برخی منابع دیگر، پرسشنامه را ابزاری برای گردآوری اطلاعات از پاسخ دهنده‌ی مطلع تعریف کرده‌اند.

- در برخی از تعاریف پرسشنامه، تاکید شده که موضوع سوالات در مورد دیدگاه‌ها و نگرش و ترجیحات مخاطب است.

- برخی تعاریف دیگر، دانش و نگرش و عملکرد را به عنوان حوزه های اصلی مورد سنجش در پرسشنامه ها مطرح می‌کنند.<sup>۱</sup>

پرسشنامه شامل دسته ای از پرسش‌ها است که برطبق اصول خاصی تدوین گردیده است و به صورت کتبی و بعضی اوقات به صورت شفاهی به افراد ارائه می‌شود و پاسخگو بر اساس تشخیص خود جواب می‌دهد و هدف جمع‌آوری اطلاعات از پاسخ دهندگان را دنبال می‌کند. اگرچه اغلب آن‌ها را برای آنالیز آماری پاسخ دهندگان سامان داده‌اند، همیشه شرایط این گونه نیست.

درک پرسشنامه و ویژگی های پرسشنامه و نقاط قوت و ضعف آن و همین‌طور حساسیت‌هایی که باید در مورد یک پرسشنامه وجود داشته باشد، کار ساده‌ای نیست. تعاریف مختلفی از پرسشنامه ارائه شده است که در زیر چند نمونه را بیان می‌کنیم.

- ✚ پرسشنامه را ابزاری برای گردآوری اطلاعات از پاسخ دهنده‌ی مطلع تعریف کرده‌اند.

- ✚ پرسشنامه، تاکید شده که موضوع سوالات در مورد دیدگاه‌ها و نگرش و ترجیحات مخاطب است.

- ✚ دانش و نگرش و عملکرد را به عنوان حوزه های اصلی مورد سنجش در پرسشنامه ها مطرح می‌کنند.

<sup>۱</sup> - <https://en.wikipedia.org/wiki/Questionnaire>

<sup>۲</sup> - <https://www.tasnimnews.com/fa/news/۱۳۹۷/۱۱/۱۴/۱۹۳۸۳۶۹>

در رایج ترین شکل، پرسشنامه به این صورت تعریف می شود: ابزاری برای پژوهش که شامل مجموعه ای از سوالات یا عبارات است و به منظور گردآوری اطلاعات از پاسخ دهندگان به کار می رود. در تعریفی دیگری از پرسشنامه می توان گفت ابزاری است که عموماً برای اهداف پژوهشی به کار می رود و می تواند به دو دسته کمی و کیفی تقسیم شود. اگرچه در این تعاریف بر جنبه پژوهشی تاکید شده است اما همان گونه که در بالا اشاره شد از این ابزار در سایر موارد نیز استفاده می شود. در هر صورت تمامی تعاریفی که از پرسشنامه وجود دارد بر جنبه گردآوری داده توسط آن ها تاکید می کنند.

### ۱-۲- کاربردهای مختلف پرسشنامه

کاربردهای پرسشنامه ها، محدود و مشخص نیست و مجموعه گسترده ای از کاربردها را می توان برای پرسشنامه ها تصور کرد. در اینجا صرفاً به برخی از این کاربردها می پردازیم: برخی پرسشنامه ها، برای سنجش نگرش و ترجیحات مخاطب، در یک زمینه مشخص مورد استفاده قرار می گیرند. به عنوان مثال:

- پرسشنامه برای اطلاع از محبوب ترین برنامه های تلویزیونی یا سایت های اینترنتی
- پرسشنامه برای تشخیص اینکه تغییر بسته بندی و قیمت، تا چه حد تصمیم های خرید مشتری را تغییر می دهد

• پرسشنامه برای انتخاب کتاب هایی که هر فرد، برای خرید و مطالعه توصیه می کند  
 برخی پرسشنامه های تحقیقاتی، با هدف سنجش رابطه بین دو یا چند متغیر مورد استفاده قرار می گیرند. به عنوان مثال:

- سنجش رابطه جنسیت و درآمد
  - سنجش رابطه بین تحصیلات دانشگاهی و احترام به قانون
  - سنجش رابطه بین سن و میزان مطالعه
  - سنجش رابطه بین ماه تولد و ویژگی های شخصیتی یا سلامت
- پرسشنامه هایی که برای سنجش واقعیت ها مورد استفاده قرار می گیرند. به عنوان مثال:
- وقتی شما از یک فروشگاه خرید می کنید، از شما می پرسند که از چه طریق با آن فروشگاه آشنا شده اید.
  - در هنگام مراجعه به یک سمینار، ممکن است تحصیلات شما و سن و جنسیت شما، یا شغل شما، پرسیده و ثبت شود.

### ۱-۳- ویژگی های پرسشنامه

#### الف- استاندارد بودن:

پرسشنامه‌ها برای جمع آوری اطلاعات جمعیت شناختی، نظرات شخصی، حقایق یا نگرش از پاسخ دهندگان بسیار مفید است. یکی از بزرگ‌ترین ویژگی‌های پرسشنامه‌ها، استاندارد بودن و یکسان بودن آن است. به این معنی که هر مخاطب سؤالات مشابهی را می‌بیند و پاسخ می‌دهد. این استاندارد بودن و یکنواختی به جمع آوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل آماری این داده‌ها کمک می‌کند. به عنوان مثال، یک پرسشنامه ارزیابی فروشگاه‌های خرده فروشی شامل سؤالاتی برای ارزیابی ارزش خرید از فروشگاه، گزینه‌های انتخاب محصول، کیفیت کالا و موارد دیگر است. این سؤالات برای همه مشتریان یکسان است. در نتیجه اطلاعات را می‌توان پس از گردآوری در سطح وسیعی تحلیل و مقایسه کرد.

#### ب- اکتشافی بودن

برای جمع آوری داده‌های کیفی، پرسشنامه می‌تواند ماهیت اکتشافی داشته باشد. هیچ محدودیتی برای سؤالاتی که در پرسشنامه‌ها آمده است وجود ندارد. به عنوان مثال، اگر یک پرسشنامه برای درک هزینه خانوار تهیه شده باشد، یک لیست از سؤالات بسیار ساختار یافته می‌تواند جمع آوری داده‌ها را محدود کند. ممکن است مواردی در هزینه خانوار باشد که از دید طراح سوال مخفی مانده باشد اما با طرح یک سوال باز پاسخ مانند "چه هزینه‌های دیگری دارید که در اینجا اشاره نشده است؟" می‌توان به نکات مهمی پی برد.

#### پ- دنباله دار بودن سؤالات

پرسشنامه به طور معمول از ساختاری از سؤالات پیروی می‌کند تا تعداد پاسخ‌ها را افزایش دهد و اطلاعات بیشتری گردآوری شود. به طور معمول ابتدا اطلاعات جمعیت شناختی افراد اخذ می‌شود و سپس به سراغ اطلاعات خاصی که مدنظر طراحان بوده است می‌رود. بنابراین طیف وسیعی از اطلاعات را می‌توانید از طریق پرسشنامه‌ها گردآوری کنید.

### ۱-۴- انواع پرسشنامه‌ها

#### الف- انواع پرسشنامه براساس نوع سؤالات:

در این تقسیم بندی پرسشنامه‌ها به دو نوع کلی باز پاسخ و بسته پاسخ تقسیم می‌شوند. پرسشنامه‌های بسته پاسخ معمولاً چندگزینه‌ای هستند و پاسخ دهنده باید یکی از گزینه‌ها را علامت بزند. این پرسشنامه‌ها می‌توانند به صورت بله/خیر، چند گزینه‌ای یا درجه بندی باشند. این پرسشنامه‌ها معمولاً کمی هستند و تجزیه و تحلیل آن‌ها آسان‌تر است. دسته دوم شامل پرسشنامه‌های باز پاسخ است که در

آن‌ها پاسخ دهنده می‌تواند پاسخ‌های متنوعی به سوالات بدهد. برای مثال از پاسخ دهنده پرسیده می‌شود “در هنگام دیدن یک آگهی تلویزیونی چه احساسی دارد؟” یا اینکه “در مورد پدر خود چه فکری می‌کند؟”

### ب-انواع پرسشنامه براساس رشته:

نوع دیگری از تقسیم بندی پرسشنامه‌ها براساس رشته‌های مختلف علمی است. برای مثال می‌توان به پرسشنامه روانشناسی و پرسشنامه مدیریت اشاره کرد که بیشترین تعداد پرسشنامه‌های را شامل می‌شوند. همچنین پرسشنامه پزشکی و پرسشنامه تربیت بدنی نیز کاربردهای زیادی دارند.

### پ-انواع پرسشنامه براساس نحوه توزیع:

در زمانی نه چندان دور، پرسشنامه‌ها یا به صورت کاغذی توزیع می‌شدند و یا از طریق تلفن. هم اکنون پرسشنامه‌ها براساس توزیع به چهار دسته تقسیم می‌شوند: پرسشنامه ایمیلی، تلفنی، کامپیوتری و کاغذی. بدیهی است که کاربرد هر کدام از این موارد متفاوت است. برای مثال پرسشنامه تلفنی معمولاً برای نظرسنجی مناسب است و نمی‌توان آزمون‌های پیچیده روانشناسی را از طریق تلفن اجرا کرد. پرسشنامه ایمیلی برای مواقعی مناسب است که آزمودنی‌ها در مکانی بسیار دور قرار دارند. این شیوه از نظر هزینه و زمان مقرون به صرفه است. یکی از مشکلات این روش این است که بسیاری از افراد ایمیل‌ها را نادیده می‌گیرند و بنابراین میزان پاسخ دهی بسیار پایین است.

پرسشنامه‌های کامپیوتری نیز بیشتر برای موسسات و مراکز علمی و یا درمانی مناسب است که هر آزمودنی جدید بر روی کامپیوتر اطلاعات خود را ثبت می‌کند. این روش باعث کم شدن اتلاف وقت برای گردآوری، وارد کردن اطلاعات و تجزیه و تحلیل داده‌ها می‌شود. همچنین ایراد روش کامپیوتری این است که برخی از افراد احساس راحتی ندارند. در نهایت پرسشنامه کاغذی که هنوز هم محبوب‌ترین شیوه گردآوری اطلاعات است روشی تقریباً کم هزینه و قابل اعتماد است. با این حال برای افرادی که در مناطق دور زندگی می‌کنند مناسب نیست.<sup>۱</sup>

## ۱-۵- کاربردهای پرسشنامه

### الف-استفاده در پژوهش‌ها:

عمده‌ترین کاربرد پرسشنامه‌ها در پژوهش‌ها است. امروزه هزاران پرسشنامه استاندارد وجود دارد که در پژوهش‌های مختلف استاندارد بودن آن‌ها تایید شده است. در پژوهش‌ها به خصوص پژوهش‌های مدیریت، علوم اجتماعی، آموزش و پرورش و علوم روانشناختی به صورت گسترده از پرسشنامه‌ها

<sup>۱</sup> - <http://www.irantahgig.ir/?p=171290>

استفاده می شود. استفاده از این ابزارها امکان یکپارچه سازی و مقایسه داده ها بین آزمودنی های یک پژوهش و همچنین آزمودنی های چندین پژوهش را فراهم می سازد. برای مثال پرسشنامه افسردگی بک در هزاران پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است. بنابراین اطلاعات ده ها هزار فرد با پیشینه جنسیتی، قومی، فرهنگی و زبانی مختلف در دسترس است که می تواند بانک اطلاعاتی مهمی به شمار رود.

### استفاده در مراکز درمانی:

در رشته هایی مانند روانشناسی، مشاوره و حتی علوم پزشکی از پرسشنامه ها برای ارزیابی های بالینی و کلینیکی استفاده می شود. استفاده از این ابزارها باعث تسهیل تشخیص مشکلات و بررسی فرایند پیشرفت درمان می شود. همچنین این ابزارها می توانند به انتخاب بهترین شیوه درمان با توجه به شرایط هر بیمار کمک کنند.

### سایر کاربردها:

غیر از موارد بالا، پرسشنامه ها کاربردهای بسیار متنوع دیگری نیز دارند. برای مثال شاید صاحبان یک کسب و کار بخواهند مشکلات بین کارکنان خود را بشناسند. همچنین ممکن است تصمیم گیران علاقمند به پیش بینی رفتارهای آینده مصرف کنندگان باشند. برای کاربردهای دیگر پرسشنامه می توان ده ها مثال ذکر کرد.

## ۱-۶- راهنمای ساخت پرسشنامه

### متگیری که قصد سنجش آن را دارید مشخص کنید:

مشخص کنید که می خواهید در یک پرسشنامه چه چیزی را بسنجید. حتی قبل از اینکه درباره ظاهر پرسشنامه و تعداد سوالات آن فکر کنید باید بدانید که پرسشنامه شما قرار است چه چیزی را بسنجد. این مرحله مهم ترین بخش ساخت پرسشنامه ها است و پس از پاسخ به این سوال بقیه مراحل آسان تر طی خواهند شد.

### جملات خود را کوتاه نکنید:

منظور ما این است که در برخی مواقع برای اینکه متن سوال یا عبارت کوتاه باشد شروع به خلاصه سازی سوال می کنید. در این میان ممکن است سوال مفهوم و گویایی خود را از دست بدهد و به آسانی قابل فهم نباشد. به این دو مثال توجه کنید:

“وقتی دوستان متوجه می شوند که این بیماری را داری، درباره حس آن ها به تو چه فکری می کنی؟”  
و حالا نسخه کوتاه شده آن این گونه است: “درباره حس دوستان چه نظری داری؟” مشخص است که سوال دوم منظور شما را نمی رساند.

در هر سوال فقط یک هدف داشته باشید: شما باید سعی کنید در هر سوال فقط به دنبال یک پاسخ باشید. در برخی مواقع محقق وسوسه می شود دو سوال مشابه را در یک سوال ادغام کند. در این حالت ممکن است پاسخ دهنده بخواهد به هر سوال پاسخ متفاوتی بدهد. اگر در هر یک از سوالات شما کلمه "و" وجود دارد بهتر است مجدداً آن را بررسی کنید، چرا که این احتمال وجود دارد که سوال شما شامل دو بخش باشد و پاسخ دهنده را گیج کند.

### در ارائه گزینه‌ها منعطف باشید:

در حین طراحی پرسشنامه سعی کنید ذهن خود را باز بگذارید. ۵۰ سوال در یک پرسشنامه که همگی به یک صورت پاسخ دهی می شوند عجیب نیست؟ آیا ممکن است یک نفر بخواهد پاسخ دیگری به سوال بدهد؟ سعی کنید در سوالات خود گزینه سایر موارد را نیز لحاظ کنید. همچنین می توانید در پایان پرسشنامه یک سوال باز پاسخ بگذارید و از پاسخ دهنده بخواهید اگر نظر دیگری دارد ذکر کند. این سوال می تواند در تحلیل های شما مورد استفاده قرار نگیرد اما در زمینه بازطراحی پرسشنامه به شما کمک خواهد کرد. البته می توانید با استفاده از روش های کیفی از این سوال نیز استفاده کنید.

باز پاسخ یا بسته پاسخ بودن پرسش ها: انتخاب بین این دو نوع سوال بسیار دشوار است. سوالات بسته پاسخ پاسخ دهی و تحلیل آسان تری دارند اما ممکن است بعضی از پاسخ های خاص آزمودنی ها مورد سنجش قرار نگیرد. از سوی دیگر سوالات باز پاسخ می توانند اطلاعات بیشتری را گردآوری کنند اما تحلیل آن ها دشوار است. به هر حال باید تکلیف خود را با یکی از این نوع سوالات مشخص سازید. به صورت کلی سوالات بسته پاسخ برای اجرای نهایی مناسب تر هستند اما از سوالات باز پاسخ می توان در مراحل اولیه ساخت پرسشنامه و مرحله پایلوت استفاده کرد.

### مخاطبان خود را بشناسید:

این بخش از ساخت پرسشنامه بسیار مهم است اما معمولاً از آن غفلت می شود. در بیشتر مواقع پاسخ دهندگان به پرسشنامه ها افراد دارای تحصیلات یا دانشجویان هستند. اما فرض کنید شما قصد انجام پژوهش بر روی کشاورزان یا رانندگان ماشین های سنگین را دارید. آیا جملات و سوالات شما باید با همان لحن و پیچیدگی قبلی باشد؟ بنابراین باید با توجه به سن، جنسیت، زبان و فرهنگ آزمودنی ها سوالات خود را طراحی کنید. استفاده از عباراتی که تنها توسط متخصصان یک صنعت خاص استفاده می شود برای عموم جامعه گمراه کننده خواهد بود. یادتان باشد که شما پرسشنامه را برای خودتان طراحی نمی کنید.



## بهترین ابزار را انتخاب کنید:

برای طراحی پرسشنامه می‌توانید از ابزارهایی مانند ورد یا از ابزارهای آنلاین ساخت پرسشنامه استفاده کنید. در هر صورت نتیجه نهایی شما مشابه خواهد بود. همچنین نحوه توزیع پرسشنامه که در بالا اشاره شد نیز باید توسط شما مشخص شود. بهتر است برای تمام آزمودنی‌های خود از یک ابزار مشخص مانند تلفن، ایمیل یا پرسشنامه کاغذی استفاده کنید. با این کار پژوهش شما اعتبار بیشتری خواهد داشت.

## ۷-۱- مزایا و معایب پرسشنامه

### ۱-۷-۱- مزایای ابزار پرسشنامه

پرسشنامه‌ها ارزان هستند:

این روش در مقایسه با سایر روش‌های گردآوری داده مانند مشاهده حضوری، استفاده از تصویربرداری از مغز و سایر روش‌ها هزینه بسیار پایین‌تری دارد.

پرسشنامه‌ها منعطف هستند:

پرسشنامه‌ها ابزاری منعطف و ساده برای گردآوری داده‌ها هستند. بنابراین در زمان بسیار کمی امکان گردآوری حجم زیادی از داده‌ها وجود دارد.

پرسشنامه‌ها به سرعت تحلیل می‌شوند:

در کمتر از یک روز می‌توان نتایج به دست آمده از پرسشنامه‌ها را تحلیل کرد و در قالب‌های مختلف تصویری و جدول ارائه داد. حتی قبل از گردآوری تمام داده‌ها می‌توانید بخش به بخش اطلاعات به دست آمده را تحلیل کنید.

استفاده در گسترده زیاد:

پرسشنامه‌ها به شما کمک می‌کنند از محدوده مرزها فراتر بروید. با استفاده از یک ایمیل و یک کامپیوتر می‌توانید پرسشنامه خود را در سراسر دنیا پخش کنید. با گسترش اینترنت پژوهش‌ها دیگر محدود به یک کشور یا زبان و فرهنگ نیست.

قابلیت مقایسه:

پرسشنامه امکان مقایسه بین پژوهش‌های مختلف، شرکت‌های مختلف و افراد مختلف را فراهم می‌کند. اطلاعات حاصل از پژوهش‌های مختلفی که با استفاده از یک پرسشنامه انجام گرفته‌اند در گذر زمان بر روی هم انباشته شده و ارزشمندتر می‌شوند.

### تجزیه و تحلیل آسان:

بیشتر پرسشنامه‌ها کمی هستند. بنابراین می‌توانید با استفاده از نرم افزارهای آماری مانند اس پی اس یا نرم افزارهای دیگری مانند اکسل اطلاعات به دست آمده را تحلیل کنید. می‌توانید این نتایج را در نمودارها، جداول و شکل‌های زیبا با دیگران به اشتراک بگذارید.

پرسشنامه‌ها نتایج عملی در پی دارند:

هر پژوهش مانند یک بوم نقاشی خالی است. با گردآوری داده‌ها این بوم واضح‌تر می‌شود و کم‌کم به یک شکل مشخص و قابل اتکاء تبدیل می‌شود. یک بازاریاب می‌تواند با استفاده از اطلاعات پرسشنامه‌ها استراتژی‌های جدیدی را به کار ببرد.

ناشناس بودن مخاطب:

نظرسنجی‌های آنلاین یا از طریق ایمیل به آزمودنی‌ها اجازه می‌دهند ناشناس بمانند. همچنین در پرسشنامه‌ها نیز اگر داده‌های شناساننده مانند نام و اطلاعات هویتی افراد اخذ نشود، تقریباً آزمودنی‌ها ناشناس می‌مانند. ناشناس بودن باعث رغبت بیشتر پاسخ دهندگان به ارائه پاسخ‌های صادقانه‌تر می‌شود. پرسشنامه‌ها محدودیت زمانی ندارند:

وقتی شما پرسشنامه‌ای را به فردی می‌دهید لازم نیست همان لحظه آن را پر کند. هر فرد می‌تواند در اوقات فراغت یا آخر هفته پرسشنامه شما را تکمیل و ارسال کند. نتایج پژوهش‌ها نشان داده‌اند که عدم حضور محقق در لحظه آزمون، سبب ارائه پاسخ‌های دقیق‌تری می‌شود چرا که آزمودنی احساس نمی‌کند تحت نظر است.

پرسشنامه‌ها تمام جنبه‌های یک موضوع را پوشش می‌دهند:

شما می‌توانید پرسشنامه خود را طوری طراحی کنید که تمامی جنبه‌های چیزی را که می‌خواهد بسنجید را بسنجد. البته کوتاه بودن پرسشنامه یک مزیت است و به صورت کلی توصیه بر استفاده از حداکثر ۱۰ سوال در یک پرسشنامه است، اما به هر حال دست شما باز است.

### ۱-۷-۲- معایب ابزار پرسشنامه

پاسخ‌های نادرست:

همان‌گونه که احتمالاً حدس زده‌اید، بزرگ‌ترین مشکل پرسشنامه عدم صداقت پاسخ دهنده و ارائه پاسخ‌های نادرست است. از جمله دلایل این کار حفاظت از حریم خصوصی و مطلوب جلو دادن خود است.

## سوالات بدون پاسخ:

مشکل دیگری که ممکن است در طول پژوهش خود با آن مواجه شوید بی پاسخ بودن بسیاری از سوالات است. از جمله دلایل این موضوع تعداد زیاد سوالات یا نامفهوم بودن آن هاست. تفاوت در فهم و تفسیر سوالات: اگر دو آزمودنی تفسیر متفاوتی از یک سوال داشته باشند نتایج شما معتبر نخواهد بود. اینکه هر فرد برداشت ذهنی خاص خودش را از سوالات داشته باشد یک خطر بزرگ است. باید اطمینان حاصل کنید که سوالات شما برای همه افراد به یک صورت قابل درک است. دشوار بودن انتقال احساسات: از آنجا که در پرسشنامه تماس چهره به چهره وجود ندارد بسیاری از اطلاعات از دست می رود. درست است که استفاده از سئوالات منسجم و دارای پاسخ های مشابه باعث افزایش دقت پرسشنامه می شود اما از سوی دیگر سایر اطلاعات از جمله اطلاعات مربوط به زبان بدن افراد قابل ثبت نیست.

## دشواری تجزیه و تحلیل برخی از سوالات:

سوالات بسته پاسخ را می توان به راحتی تجزیه و تحلیل کرد اما سوالات باز پاسخ کمی مشکل برای شما ایجاد خواهند کرد. ارائه چند سوال باز پاسخ می تواند سیلی از اطلاعات را به شما ارائه دهد که کد گذاری و نمره گذاری آنها بسیار دشوار خواهد بود.

## سوء گیری پاسخ دهندگان:

فرض کنید یکی از مشتریان شما از طرفداران قدیمی شماست. در این صورت تمامی خدمات و محصولات شما در نظر او عالی خواهند بود. یا اینکه فردی به دلیل یک تجربه ناخوشایند از برند شما متفر شده است و بنابراین تمامی محصولات و خدمات شما را بد ارزیابی خواهد کرد.

## عدم شخصی سازی:

منظور ما این است که ممکن است آزمودنی احساس کند در میان انبوهی از آزمودنی ها گم شده است و به پژوهش احساس تعلق نداشته باشد. بهتر است در ایمیل ارسالی یا پرسشنامه پرینت شده نام هر فرد را بنویسید به گونه ای که احساس کند به صورت مستقیم او را خطاب می کنید.

پاسخ های غیر آگاهانه: در برخی مواقع ممکن است آزمودنی بدون اینکه سوال را متوجه شود یا سوال را به اتمام برساند پاسخ را انتخاب کند. سعی کنید با کوتاه نگه داشتن پرسشنامه و واضح بودن مفهوم آن این مشکل را حل کنید.

مشکل در برقراری ارتباط:

اگر یکی از آزمودنی های شما نابینا، ناشنایا یا بی سواد باشد راه کاری برای برقراری ارتباط با او دارید؟

خستگی از پرسشنامه:

برخی افراد به حدی با انواع پرسشنامه ها بمباران می شوند که علاقه ای به پر کردن آن ها ندارند. هر چه تعداد پرسشنامه هایی که یک فرد پر می کند بیشتر می شود تمایل او به پر کردن پرسشنامه های بعدی کم و دقت او کاهش می یابد.

بسیاری از نظرسنجی ها با استفاده از پرسشنامه انجام می شود. این شکل از تحقیقات تجربی برای به دست آوردن اطلاعات در مورد یک جمعیت خاص، گروه، جامعه، مفهوم یا ایده خاص بسیار ارزشمند است. پرسشنامه برای تحقیق در رشته های مختلف مانند روانشناسی، جامعه شناسی، آموزش و تجارت مورد استفاده قرار می گیرد. از سوی دیگر در برخی اوقات پژوهشگر مجبور به ساخت پرسشنامه است چرا که پرسشنامه ای مطابق با هدف وی وجود ندارد. با ایران تحقیق همراه باشید تا در زمینه ساخت پرسشنامه اطلاعات بیشتری کسب نمایید.

## ۱-۸- نکات کلیدی در ساخت پرسشنامه

### الف- خود خوان و تعامل محور

پرسشنامه ای که پاسخ دهنده می بایست سؤالات را خودش بخواند و به آن ها پاسخ دهد که پرسشنامه خود خوان نامیده می شود و پرسشنامه ای که سؤالات آن را مصاحبه گر مطرح می کند و پاسخ دهنده به صورت شفاهی به آن ها پاسخ می دهد که پرسشنامه تعامل محور نامیده می شود. دسته اول می تواند به صورت حضوری، از طریق نامه پستی، به صورت الکترونیکی یا آنلاین انجام شود. دسته دوم معمولاً به صورت چهره به چهره یا از طریق تلفن انجام می شود. میزان موفقیت هر یک به عوامل مختلفی از جمله جمعیت هدف شما و اینکه چقدر خوب به هر روش پاسخ می دهند بستگی دارد.

### ب- پرسشنامه با توجه به اهداف پژوهش

قبل از شروع تحقیق خود سؤالی اساسی که باید از خود پرسید این است که از پرسشنامه چه اطلاعاتی می خواهم بیرون بکشم؟ در هنگام انجام پژوهش، هدف پژوهشگر این است که هرچه ممکن است اطلاعات مناسب را به دست آورد تا در مورد سؤال تحقیق خود به نتیجه گیری منطقی برسد؛ بنابراین، در هنگام ارسال و یا انجام یک نظرسنجی، امید این است که اولاً بسیاری از پرسشنامه ها پر شوند و ثانیاً پاسخ های صادقانه دریافت شود. گرچه بسیاری از موارد می تواند این دو عامل را تحت تأثیر قرار دهد،

اما هدف شما باید این باشد که میزان پاسخ دهی را به حد ممکن برسانید. قبل از اینکه شروع به طراحی پرسشنامه کنید باید به سؤالات زیر پاسخ دهید:

### پ- با طراحی پرسشنامه به چه اطلاعاتی می‌خواهید دست یابید؟

با استفاده از سؤال تحقیق خود باید بتوانید متغیرهای وابسته، مستقل و مخدوش کننده را که باید بررسی شوند شناسایی کنید. متغیرهای وابسته مواردی هستند که شما بیشتر باید به آنها اهمیت دهید برای مثال اگر انجام یک نظرسنجی در مورد عادات غذا خوردن است سؤالات باید در حول و حوش عادات غذایی خاص پاسخ دهندگان باشد. متغیرهای مستقل مواردی هستند که با متغیرهای وابسته ارتباط دارند یا همبسته هستند مانند تحصیلات، درآمد و وضعیت اقتصادی و غیره؛ و در آخر، متغیرهای مخدوش کننده مواردی هستند که بر رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته تأثیر می‌گذارند.

### ت- جمعیت هدف شما چیست؟

بهترین جامعه آماری که مناسب پاسخ به سؤالاتی هستند که طرح نموده‌اید را مشخص سازید. این کار شامل مشخص کردن موقعیت جغرافیایی آنها، بهترین وسیله دستیابی به آنها و سایر عوامل مهم است. به عنوان مثال، اگر به طور کلی پرسشنامه‌ای در مورد عادات‌های غذایی طراحی می‌کنید، احتمالاً بهتر است از یک فرد بزرگسال یا سرپرست خانواده در مورد عادات غذا خوردن به جای کودک یا نوجوان سؤال کنید. در تعیین جامعه آماری به این نکات توجه داشته باشید:

-- اهمیت موضوع

-- قابلیت تعمیم پذیری

--علاقه پژوهشگر

-- منابع اطلاعاتی

یک جامعه آماری می‌تواند شهرک، شهر، استان، کشور، منطقه آموزشی واحد نظامی یا زیر گروهی از واحدهای ذکر شده نظیر گروه‌های قومی، مذهبی، سنی و شغلی باشد. توجه داشته باشید به علت وسعت زیاد جامعه موردنظر، همیشه مطالعه تمام آن مقدور نیست و بعلاوه برای توصیف ویژگی‌های جامعه موردنظر و آزمون فرضیه در مورد آن نیازی به مطالعه تمام اعضای جامعه نیست. فلذا به انتخاب نمونه‌ای از اعضای جامعه که معرف و نماینده واقعی آن باشند اقدام می‌نمائیم. در تعیین نمونه آماری به این نکات توجه داشته باشید:

-- در تعیین حجم نمونه از فرمول‌ها و معیارهای آماری استفاده کنید.

-- توجه داشته باشید بیشترین حجم نمونه قابلیت تعمیم نمونه به جامعه را محقق خواهد نمود.

-- برای مثال هنگامی که شما مشغول طراحی یک پرسشنامه سنجش رضایت شغلی در یک شرکت یا سازمان بزرگ می باشید می توانید با کمک واریانس و انحراف معیار جنس، سن یا تحصیلات تعداد نمونه مورد نیاز خود را بدست آورید.

-- روش نمونه گیری را مشخص کنید: مثلاً نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای

### ث- روش پژوهش و روش تحلیل شما چیست؟

در مرحله اول، شما باید مؤثرترین وسیله برای اجرای نظرسنجی خود برای جمعیت هدف خود را در نظر بگیرید. به عنوان مثال اگر از شهروندان سالخورده سؤال می کنید، ممکن است دوست داشته باشید تلفنی یا نظرسنجی حضوری داشته باشید. اگر افراد جوان جامعه مناسبی هستند احتمالاً نظرسنجی آنلاین یا پرسشنامه کاغذی برای آن گروه سنی مناسب تر است. علاوه بر این، شما باید دقیقاً نحوه تفسیر نتایج به دست آمده را مشخص کنید. این کار آن قدرها پیچیده نیست که به نظر می رسد. نکته کلیدی که باید هنگام تهیه نظرسنجی به یاد داشته باشید این است که سؤالات بسته پاسخ نتایج کم تری ارائه می دهند، درحالی که سؤالات باز پاسخ مانند مصاحبه نتایج بیشتری به همراه خواهد داشت؛ در نظر داشته باشید که تحلیل آن ها در مقایسه با سؤالات بسته پاسخ دشوارتر است.

### ج- انواع سؤالات در ساخت پرسشنامه

در ساخت پرسشنامه سه نوع سؤال اساسی وجود دارد که می توانید از پاسخ دهندگان خود پرسید. این سه نوع سؤالات عبارتند از:

بسته پاسخ: پرسش های بسته پاسخ، سؤالات متداول برای نظرسنجی ها هستند. آن ها فقط مجموعه پاسخ های مشخصی را به پاسخ دهنده ارائه می دهند و پاسخ دهنده مجبور است یکی از گزینه های ذکر شده را انتخاب کند.

باز پاسخ: این سؤالات به صورت پایان باز هستند و نیاز دارد که مخاطب درباره آن صحبت کند یا آن را کامل کند. هنگام صحبت، آن ها را بنویسد یا پاسخ خود را برای یک سؤال خاص تایپ کند. سوال تلفیقی: این شکل از سؤال برای بسیاری از شرایط ایدئال است. این نوع، ترکیبی از هر دو فرم باز و بسته است. به عنوان مثال، شما درباره مورد خاصی نظر پاسخ دهنده را می پرسید سپس از او می خواهید دلیل انتخابش را بیشتر توضیح دهد.

### چ- موضوعات مهم دیگر در ساخت پرسشنامه

هنگام تهیه پرسشنامه موارد دیگری که باید در نظر بگیرید عبارتند از: انتخاب کلمه، ترتیب سؤال و طرح نظرسنجی است. کلماتی که انتخاب می کنید تأثیر چشمگیری بر نحوه درک پرسشنامه شما توسط

پاسخ دهندگان خواهد داشت. کلمات روشن و دقیقی را انتخاب کنید که درک آن‌ها ساده است و همچنین سعی کنید از سؤالاتی که سوگیری در آن‌ها وجود دارد استفاده نکنید. ثانیاً نحوه تنظیم سؤالات نیز باید اندکی دارای برنامه‌ریزی باشد؛ سؤالات باید از پرسش‌های عمومی‌تر آغاز شود و هرچه که پیش می‌رود به سؤالات اختصاصی‌تر بپردازد. سازمان‌دهی پرسشنامه باید ترغیب مخاطب در پاسخ دادن به همه سؤالات را تا حد امکان به وجود آورد؛ و در آخر اینکه، ظاهر پرسشنامه نیز می‌بایست به اصطلاح کاربر پسند باشد. یعنی اینکه پاسخ دهنده به راحتی بتواند با آن کار کند، مکان درج پاسخ‌ها را به سادگی پیدا کند و صورت سؤالات شفاف و با فونت و اندازه مناسب باشد.

### ۱-۹- ویژگی های پرسشنامه استاندارد

به پرسشنامه ای استاندارد گفته می‌شود که چند شاخص مهم را دارا باشد:

#### الف- روایی داشته باشد:

این بحث در ارزیابی نگرش‌ها برای مسائل مدیریتی و روانشناسی بسیار مهم است. استاندارد بودن پرسشنامه جهت ارزیابی داده‌ها بسیار اهمیت دارد. محتوای پرسش‌ها و ماهیت پرسش‌ها لازم است با هدف پرسشنامه یکی باشد یعنی ارتباط معنایی و مفیدی داشته باشد به عنوان مثال برای ارزیابی نگرش فردی شخص نیازی نیست بدانیم به کدام فروشگاه برای خرید می‌رود. پس پرسش‌ها با شاخص هدف، ارتباط معنایی داشته باشند به این خصوصیت پرسشنامه می‌گویند پرسشنامه دارای روایی است.

#### ب- پایایی پرسشنامه :

پرسشنامه ای استاندارد محسوب می‌شود که از اعتبار برخوردار باشد یعنی نتیجه نهایی قابل اطمینانی ارائه کند و در صورت تکرار جمع آوری اطلاعات توسط پرسشنامه همان نتایج یا نتیجه ای نزدیک به آن را ارائه دهد، ما فروش پرسشنامه‌ها را بصورت فایل با قابلیت اعتماد بالا برایتان امکان پذیر کرده ایم.

#### پ- روش اجرا و ارزیابی نتیجه :

یکی دیگر از شاخص‌های پرسشنامه استاندارد، روش اجرای مشخص است، نحوه نتیجه‌گیری و نمره‌گذاری پرسشنامه باید مشخص و تعریف شده باشد.

**ت-روش تعبیر:**

روش تعبیر؛ نتیجه، تحلیل یا تفسیر هر کدام یکی باشد یعنی شاخصی برای اعلام نتیجه ی پرسشنامه مشخص شده باشد.<sup>۱</sup>

**ث-پرسشنامه شناسنامه دار باشد:**

بدین معنا که تنظیم کننده آن مشخص باشد، چه کسی آن را ابداع کرده است، مشخص باشد. در چه سالی تدوین شده است، تعداد پرسش ها مشخص باشد، در پرسشنامه مشخص باشد چه مطلبی مورد ارزیابی قرار می گیرد.<sup>۲</sup>

به طور کلی استفاده از پرسشنامه استاندارد به دلایل زیر ترجیح دارد:

- روایی و ویژگی های روان سنجی این سوالات مستدل تر است. روان سنجی به مجموعه شیوه هایی اطلاق می شود که به محقق کمک می کند تا پدیده های روانی انسان را از حالت کیفی به حالت کمی (عددی) در آورد. اهمیت روانسنجی در این است که وسایل علمی لازم را برای شناخت و طبقه بندی در اختیار جامعه و متخصصان قرار می دهد.

- دوم آنکه امکان مقایسه نتایج با یافته های سایر پژوهشگران فراهم می شود .

- پایایی قابل توجهی دارد .

- روایی آن قابل اعتناست.

- دقیق و حساس است

- قدرت عینی ساختن پاسخ ها را دارد

- بعضی از پرسشنامه های استاندارد دارای نرم یا هنجار هستند که با استفاده از آن می توان اعداد و داده های خام را تبدیل به رتبه یا مفهوم کرد. نرم، یک چارچوب داوری است که نمره خام آزمودنی بر اساس آن تفسیر و در باره وی قضاوت می شود.<sup>۳</sup>

**۱-۱۰- طبقه بندی پرسشنامه****الف- طبقه بندی بر اساس ماهیت پرسشنامه**

- پرسشنامه باز

- پرسشنامه بسته

<sup>۱</sup> - <https://www.akharinnews.com/akharinkhabar/item/۱۴۸۹۳۰>

<sup>۲</sup> - <https://vista.ir/n/illtr۴۶>

<sup>۳</sup> - <https://analysisacademy.com/۲۹۴۶>



در پرسشنامه باز با سوالات باز روبرو هستیم. در اینجا پاسخگو می تواند بدون محدودیت هر پاسخی را که مد نظرش باشد در مورد آن پرسش بنویسد و یا در آن زمینه توضیح دهد. در اینگونه سوالات، اطلاعات دقیق تر، کامل تر و دارای ارزش بیشتر هستند ولی طبقه بندی و نتیجه گیری از آنها مشکل تر و به تجربه زیاد نیازمند دارد.

در پرسشنامه بسته با پرسش های بسته مواجه هستیم. برای هر پرسش تعدادی گزینه و پاسخ انتخاب شده است که فرد پاسخ دهنده باید یکی از آنها را به عنوان پاسخ بگزیند. هر یک از پاسخ ها به گونه ای تنظیم شده است که در عین منطقی بودن برای آن سوال از پاسخ مربوط به دیگر سوالات مجزا باشد. در اینجا پاسخ ها را می توان به سرعت نوشت و تجزیه و تحلیل و طبقه بندی پاسخ ها نیز ساده تر است اما اطلاعات به دقت و کاملی پرسش نامه باز نیست.

### ب- انواع پرسشنامه از لحاظ اجرا عبارتند از:

- پرسشنامه به طریق رو در رو
- پرسشنامه تلفنی
- پرسشنامه پستی
- پرسشنامه رایانه ای
- پرسشنامه پست الکترونیکی
- پرسشنامه اینترنتی یا صفحات وب

### پ- انواع پرسشنامه از لحاظ محتوای سنجش شده عبارتند از:

- پرسشنامه آگاهی سنجی<sup>۱</sup>
- پرسشنامه نگرش سنجی<sup>۲</sup>
- پرسشنامه عملکرد سنجی<sup>۳</sup>

### ت- هدف از طراحی پرسشنامه

- تهیه فهرستی از هدف هایی است که پژوهشگر قصد دارد به کمک پرسشنامه به آنها برسد.
- داشتن درک روشنی از آنچه که باید حاصل شود
- به چه نوع اطلاعاتی نیاز داریم
- با این اطلاعات چه کارهایی می توانیم انجام دهیم

<sup>۱</sup> - Survey of Knowledge

<sup>۲</sup> - Survey of Attitude

<sup>۳</sup> - Survey of practice

- چگونه هر سؤالی در پرسشنامه در رسیدن به این هدف به ما کمک می کند
- روش های تجزیه و تحلیل اطلاعاتی که پس از اجرای پرسشنامه جمع آوری می شوند چیست؟

### ث- برحسب نوع مساله

- به دنبال چه هستید؟
- توصیف رفتار یا
- طرز تفکر یا
- یک احساس ویژه یا
- آزمون رابطه بین دو یا چند متغیر

### ۱-۱- اصول تدوین پرسشنامه

در پژوهش هایی که از پرسشنامه استفاده می شود اعضا نمونه یا جامعه با پر کردن پرسشنامه و بازگرداندن آن به پژوهشگر در مصاحبه ای که خود آن را بر عهده داشته اند شرکت می کنند؛ به همین دلیل سؤال ها و راهنمایی های مربوط به آن باید به اندازه کافی روشن و قابل فهم باشد تا پاسخگو نقش مصاحبه کننده را نیز اجرا کند و بتواند افراد مورد نظر را در مشارکت ترغیب کند. دستورالعمل، سؤال ها و راهنمایی آن باید به گونه ای طرح شود که افراد مورد نظر را به ادامه همکاری و برگرداندن پرسشنامه علاقه مند نماید؛ این امر به خاطر عدم حضور مصاحبه گر واقعی برای توضیح بیشتر و تشویق پاسخ دهنده است.

بیشتر پرسشنامه ها حاوی مطالبی هستند که به منظور اندازه گیری متغیرهای وابسته و مستقل و ویژگی های موردنیاز تهیه و تدوین می شود دستورالعمل هایی که در تنظیم پرسشنامه الزامی هستند به شرح ذیل است:

-- سؤال های پرسشنامه باید ساده، روشن و دقیق باشند؛ زیرا هنگام پاسخگویی به آنها کسی جهت تعریف و توضیح حضور ندارد.

-- سؤالات پرسشنامه باید به صورت پاسخ بسته نوشته شود (یک گزینه از بین چند گزینه انتخاب شود) و بهتر است تعداد سؤال های پاسخ باز به حداقل ممکن برسد ولی حذف نشود. امکان دارد پاسخ هایی که به سؤالات باز داده می شود ناتمام و بی ربط باشند. ناخوانایی، غلط املائی و تفسیر پاسخ های باز از دیگر مشکلات سؤال های پاسخ باز می باشند.

-- به صورت اضافی و به خاطر جلوگیری از اشتباه از سؤالات گزیده استفاده می شود. سؤال های گزیده به پرسش هایی گفته می شوند که گروه معینی از پاسخ دهندگان به آن پاسخ می دهند. برای مثال با

مطرح کردن سؤالی درباره وضعیت تأهل در پرسشنامه می توان پاسخ دهندگان متأهل را شناسایی کرد و سپس پرسش های مربوط به فرزند، یا فرزندان، همسر و سایر موارد را مطرح نمود. هر سؤال گزیده به راهنمایی خاص خود نیاز دارد.

-- سؤال های مربوط به گذشته را در یک محدوده زمانی مشخص مطرح کنید در صورتی که قصد دارید درباره رفتار گذشته افراد اطلاعاتی کسب کنید، زمان مورد نظر را مشخص کنید. برای مثال این سؤال که چند بار مرتکب تخلفات رانندگی شده اید بسیار مهم است. عدم وجود محدوده زمانی مشخص در چنین سؤال هایی موجب می شود که افراد پاسخ های خود را به زمان های متفاوت نسبت دهند. لذا اطلاعاتی که در این گونه موارد بدست می آید در بهترین حالات فاقد انسجام خواهند بود و در بدترین شرایط به قدری مبهم اند که نمی توان بر اساس آنها دست به تحلیل زد. در محدوده های زمانی که چنین سؤال هایی به کار می روند به صورت زیر باید عمل شود که به صورت عبارت هایی همچون: در ۵ سال گذشته، در یک سال گذشته، در یک ماه گذشته و یا اینکه اساساً سؤال کرد چه موقع برای اندازه گیری تعداد دفعاتی که رفتار افراد در آن ارتباط انجام شده است، اغلب محدوده زمانی کوتاه تر مناسب است زیرا پاسخ دهندگان نمی توانند وقوع رفتارهای خود را در زمان های طولانی به یاد آورند.

-- برای سؤال های حساس چارچوب مناسبی فراهم سازید گاهی اوقات پرسش هایی مطرح می شوند که ممکن است مغایر عقیده، باور، نگرش و مکاتب فکری باشند.

-- تعدادی از سؤال های پرسشنامه را به ویژگی های فردی و جمعیتی اختصاص دهید. این نوع سؤال ها که بر ویژگی هایی فردی تأکید دارند در قالب پرسشنامه ها مطرح می شود این پرسش ها از مواردی به این شرح تشکیل شده اند: سن، جنس، وضعیت تأهل، قوم و نژاد، تحصیلات، شغل، درآمد و گاهی اوقات مذهب، نوع مالکیت محل مسکونی، ترکیب خانوادگی.

-- سؤال های پرسشنامه باید یکی از جنبه های هدف و یا فرضیه صورت بندی شده را اندازه گیری کند به منظور تهیه و تنظیم پرسشنامه ای مناسب باید هر یک از سؤال های پرسشنامه هدفی را اندازه گیری کند؛ به عبارت دیگر سؤال باید به شیوه ای تنظیم شود که به کمک آنها بتوان اطلاعات لازم برای پاسخ دادن به سؤال های تحقیق یا آزمون فرضیه های صورت بندی شده جمع آوری کرد.

-- سؤال های پرسشنامه را با توجه به موضوع پژوهش در ارتباط با خصوصیت جامعه ای که پرسشنامه در آن اجرا می شود تعیین کنید. نظم و ترتیبی که سؤال های پرسشنامه بر اساس آن طرح می شود متفاوت است. ولی در اینکه جای هر سؤالی کجا باشد اتفاق نظری وجود ندارد. بعضی ترجیح می دهند

که نکات مربوط به ویژگی های فردی و خانوادگی در ابتدای پرسشنامه و سؤال های حساس در آخر آورده شود و برخی عکس این عمل را انجام می دهند در واقع این پژوهشگر است که باید با توجه به بینشی که در مورد موضوع و جامعه ی پژوهشی خود دارد جای هر سؤال یا نظم و ترتیب آنها را تعیین نماید. چنانچه موضوع اهمیت قابل توجهی داشته باشد بهترین شیوه آن است که پرسش های مربوط به موضوع اصلی را در ابتدا بیاوریم تا بالاترین نسبت پاسخ دهی بدست آید.

-- صفحه اول پرسشنامه بایستی مربوط به نحوه ی پاسخگویی به سؤال ها باشد. و در آن به پرسش شونده اطمینان دهید که پاسخ های وی و اطلاعاتی که در اختیار شما قرار می دهد محرمانه تلقی خواهد شد.

-- هیچگاه در یک پرسش دو موضوع را مورد پرسش قرار ندهید زیرا پرسش شونده ممکن است پاسخ متفاوتی به هر یک از سوال ها داشته باشد.

-- در طراحی سوال ایده خودتان و یا به عبارتی پاسخ خودتان را به پرسش شونده دیکته نکنید. بعضی سوالات طوری طراحی میشوند که پاسخ مشخصی دارند که مفید نیست.

-- از صفحه آرائی، چیدمان شکیل و فونت های مناسب و درشت برای طراحی پرسشنامه استفاده کنید.

-- در پرسش های بسته می توانید از طیف لیکرت برای پاسخگویی استفاده کنید.

-- پرسشنامه را جذاب کنید. یکی از راه های رسیدن به این هدف چاپ پرسشنامه است.

-- پرسشنامه را صفحه بندی کنید.

-- سؤال های پرسشنامه را تا حد ممکن به شکل ساده طرح کنید به نحوی که پاسخگویی به آنها آسان باشد.

-- در ابتدا و انتهای پرسشنامه، نام و نام خانوادگی و آدرسی را که پرسشنامه به آنجا فرستاده شود ذکر کنید.

-- نحوه پاسخگویی به سؤال ها را خیلی ساده و با حروف درشت ذکر کنید.

-- در ابتدای هر نوع سؤال یک مثال مطرح و نحوه پاسخگویی به آن را مشخص کنید.

-- سؤال های پرسشنامه را براساس نظم منطقی مطرح کنید.

-- در ابتدای پرسشنامه سؤال هایی را مطرح کنید که جالب هستند.

-- در پرسشنامه هایی که خیلی طولانی هستند سؤالات مهم را در آخر پرسشنامه بیاورید.

-- از به کاربردن کلماتی که پاسخ دهندگان نسبت به آنها حساس هستند خودداری نمایید.

--در هر سؤال اطلاعات را به طور کامل بیان کنید به نحوی که سؤال برای پاسخ دهنده معنی دار باشد.  
 --طول پرسشنامه بر دقت پاسخگویی تأثیر دارد بنابراین در صورت امکان پرسشنامه را مختصر مطرح کنید. به عبارت دیگر در پرسشنامه فقط سؤال هایی را مطرح کنید که در جهت رسیدن به هدف های پژوهش مورد نیاز هستند.

### ۱-۱۲- توزیع مقدماتی پرسشنامه

پس از تدوین پرسشنامه و قبل از سنجش گسترده نخستین مرحله ارزیابی مقدماتی پرسشنامه است. زیرا ممکن است پرسشنامه نیاز به بررسی مجدد، حذف از تعدادی از سوالات و یا افزودن سوالات جدید بر مبنای اطلاعات دریافتی از پرسش های باز باشد.

پس لازم است پیش نویس پرسشنامه قبل از اینکه به صورت نهایی تهیه و تنظیم شود چندین بار و از دیدگاه های مختلف بررسی شود. "دیلی من" پیشنهاد می کند که پرسشنامه قبل از اجرا به صورت آزمایشی برای سه گروه زیر اجرا گردد:

-- گروهی از افراد جامعه که قصد دارید که یافته های پژوهش را به آنها تعمیم دهید.  
 -- کسانی که نتایج بررسی بوسیله آنها مورد استفاده قرار می گیرند مانند نهادهای اجرایی، مدیران سازمان ها و ....

-- صاحب نظران و متخصصانی که در تهیه و تنظیم پرسشنامه تبحر و تجربه دارند  
 معمولاً در این مرحله پرسشنامه بین خبرگان و یا نمایندگان اقشار مختلف نمونه آماری صورت می پذیرد. و بر اساس تجربه بایستی حداقل ۱۰ الی ۱۵ درصد نمونه آماری را پوشش دهد.

### ۱-۱۲-۱- کنترل کیفیت پرسشنامه

موضوع کنترل کیفیت نتایج یک پرسشنامه دامنه وسیعی از موضوعات مختلف را در بر می گیرد. اگر پرسشنامه را مانند یک آزمون فرض کنیم، به طور کلی می توان گفت یک آزمون خوب باید از ویژگی های مطلوبی مانند عینیت، سهولت اجرا، عملی بودن، سهولت تعبیر و تفسیر، روایی و پایایی برخوردار باشد تا به نتایج درستی منجر شود. در بین این ویژگی ها روایی و پایایی از اهمیت بیشتری برخوردارند.

#### ۱-۱۲-۱-۱- اعتباردرونی یا روایی<sup>۱</sup>

روایی پرسشنامه عبارت است از توانایی ابزار مورد نظر در اندازه گیری صفتی که پرسشنامه برای اندازه گیری آن طراحی شده است و شامل روایی صوری، روایی محتوی، روایی سازه، روایی پیش بینی و .... می باشد. در حقیقت پرسشنامه یک ابزار اندازه گیری است که قرار است ویژگی هایی از یک جمعیت

<sup>۱</sup> - Validity

را اندازه گیری کند. سوال این است که آیا این ابزار اندازه گیری که برای ارزیابی یک ویژگی در جامعه (مانند تعهد سازمانی) طراحی شده است به چه میزان می تواند این ویژگی را اندازه گیری کند. هر قدر سوالات پرسشنامه ویژگی های مورد نظر را بهتر بسنجند، پرسشنامه دارای روایی بیشتری است. به طور کلی آزمونی دارای روایی است که برای اندازه گیری یک ویژگی کافی و مناسب باشد.

#### ۱-۱۲-۱- اعتبار بیرونی یا پایائی<sup>۱</sup>

یک سوال اساسی دیگر در مورد پرسشنامه یا هر آزمون دیگری این است که این ابزار اندازه گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی بدست می دهد؟ به عبارتی اگر آزمونی را در شرایط یکسان چند بار تکرار کنیم، تقریباً نتایج یکسانی داشته باشد. به طور کلی پایائی یک وسیله اندازه گیری، عمدتاً به دقت و کیفیت نتایج حاصل از آن اشاره می کند. یا می توان گفت پایائی به دقت، اعتماد پذیری، ثبات یا تکرار پذیری نتایج آزمون اشاره دارد. برای اندازه گیری پایائی یک پرسشنامه شاخصی به نام ضریب پایائی وجود دارد. این ضریب به اشکال مختلفی محاسبه می شود و مقدار آن بین صفر و یک در نوسان است. این ضریب هر مقدار به یک نزدیک تر باشد، پرسشنامه از پایایی بیشتری برخوردار است.

#### ۱-۱۲-۲- رابطه روایی و پایائی<sup>۲</sup>

رابطه بین روایی و پایائی را می توان چنین بیان کرد که یک آزمون باید پایا باشد تا بتواند روا باشد. اگر آزمونی در هر بار اجرا روی تعدادی نمونه نتایج مختلفی بدست دهد، آن آزمون یک آزمون پایا نخواهد بود و در واقع هیچ چیز را به درستی اندازه نخواهد گرفت و اگر یک آزمون چیزی را به درستی اندازه گیری نکند، هیچ اطلاعات مفیدی به ما نخواهد داد. برای مثال یک آزمون ریاضی برای اندازه گیری محتوا و هدف های درس تاریخ، روا (مناسب) نیست. اما این آزمون می تواند مطالب ریاضی را که اندازه می گیرد با دقت (به طور پایا) اندازه گیری کند. پس برای این که یک آزمون روا باشد باید نخست پایا باشد. یعنی پایایی شرط روایی است اما روایی برای پایایی ضروری نیست.

#### ۱-۱۲-۳- روش های تعیین پایایی

روش های تعیین پایایی متنوع اند که به پاره ای از آنها در زیر اشاره می شود:  
الف- روش آلفای کرونباخ، برای مشاهده روش همبستگی درونی در پایایی یک پرسشنامه است و به روش های زیر قابل انجام می باشد:

<sup>۱</sup> -Validity

<sup>۲</sup> -Reliability

-- روش بازآزمایی، که فرض بر این است که نمونه اجمالی پس از مدتی (مثلا دو هفته) تکرار می شود.  
 -- روش دو نیمه کردن<sup>۱</sup>، از نرم افزار خواسته می شود که تعداد نمونه اجمالی را به صورت تصادفی به دو قسمت تقسیم نماید و فرض بر این است که نیمه دوم مانند تکرار آزمون اجمالی است.

ب- روش گاتمن<sup>۲</sup> برای مشاهده حدود پائین و بالای روائی

پ- روش موازی<sup>۳</sup>، برای مشاهده پایایی دو فرم موازی از یک آزمون

ت- روش موازی اکید<sup>۴</sup>، در این روش برآورد اعتبار علاوه بر فرض یکسان بودن واریانس های دو آزمایش، تحت فرض یکسان بودن میانگین ها نیز صورت می گیرد.

در استفاده از روش آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی پرسشنامه محدوده مقادیر قابل قبول آلفا: بین ۰,۷ تا ۱ عالی، بین ۰,۴ تا ۰,۷ خوب و کمتر از ۰,۴ ضعیف محسوب می شود.

#### ۱-۱۲-۱-۴- روش های تعیین روائی

برای تعیین روائی محتوای یک آزمون از روش های نظری استفاده می شود که بیشتر آنها بر تجربه و نظر خبرگان استوار است. برای ارزیابی روائی سازه، از روش تحلیل عاملی استفاده می شود.<sup>۵</sup> روش تحلیل عاملی تاییدی نیازمند تعریف فرضیه هایی برای ترکیب شاخص ها و یا متغیرهای همسو برای سنجش یک مولفه مورد نظر است.

روایی جنبه های مختلفی دارد. برای سنجش روایی محتوایی می توان از روش لاوشه<sup>۶</sup> استفاده نمود. در این روش از خبرگان در قالب یک پرسشنامه سوال می شود که شاخص های مناسب برای سنجش یک متغیر اصلی کدام هستند.

<sup>۱</sup> - Split half

<sup>۲</sup> - Guttman

<sup>۳</sup> - Parallel

<sup>۴</sup> - Strict Parallel

<sup>۵</sup> - <https://onlineforms.tebyan.net/post/۱۲>

<sup>۶</sup> - Lawshe

## ۱-۱۳- منابع وماخذ

### الف- منابع فارسی

۱. رفیع پور، فرامرز، تکنیک های خاص تحقیق در علوم اجتماعی، تهران: انتشارات سهامی انتشار، ۱۳۸۱.
۲. سیلورمن، دیوید، روش تحقیق کیفی در جامعه شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: ۱۳۸۱.
۳. فکوهی، ناصر، تاریخ اندیشه و نظریه های انسان شناسی، تهران: نشر نی، ۱۳۸۱.
۴. مارشال، کاترین و گرچن ب. راسمن، روش تحقیق کیفی، ترجمه علی پارساییان و سیدمحمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی، ۱۳۸۱.
۵. مک نیل، پاتریک، روش های تحقیق، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات آگاه، ۱۳۷۸.
۶. ادیب حاج باقری، محسن، پرویزی، سرور و صلصالی، مهوش. (۱۳۹۰). روش های تحقیق کیفی. تهران: بشری.
۷. ایزاک، استفان. (۱۳۸۶). راهنمای تحقیق و ارزشیابی در روان شناسی و علوم تربیتی (ترجمه علی دلاور). تهران: ارسباران.
۸. سرمد، زهره، بازرگان، عباس و حجازی، الهه. (۱۳۸۸). روش های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: آگه.
۹. سیف، علی اکبر. (۱۳۸۹). اندازه گیری، سنجش و ارزشیابی آموزشی. تهران: دوران.
۱۰. دلاور، علی (۱۳۹۰). مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی. تهران: رشد.
۱۱. محمودی، فیروز، فتحی آذر، اسکندر، اسفندیاری، رجب. (۱۳۸۸). ارزیابی تدریس دبیران متوسطه بر اساس عوامل دهگانه فلندرز. دانشور رفتار، (۳۶) ویژه مقالات علوم تربیتی (۱۲)، ۴۰-۲۳.
۱۲. گال، مردیت، بورگ، والتر و گال، جویس. (۱۳۸۹). روشهای تحقیق کمی و کیفی در علوم
۱۳. تربیتی و روانشناسی (ترجمه احمد رضا نصر و همکاران). تهران: سمت. (تاریخ انتشار به زبان اصلی ۱۹۹۶).

### ب- منابع لاتین

۱. Mellenbergh, G.J. (۲۰۰۸). Chapter ۱۰: Tests and Questionnaires: Construction and administration. In H.J. Adèr & G.J. Mellenbergh (Eds.) (with contributions by D.J. Hand), Advising on Research Methods: A consultant's companion (pp. ۲۳۶--۲۱۱). Huizen, The Netherlands: Johannes van Kessel Publishing.
۲. Burns, A. C. , & Bush, R. F. (۲۰۱۰). Marketing Research. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.