





Design-ul chestionarului

Măsurare și scalare

Planul zilei



Pas 1: <i>Înainte de a începe</i>	Prerechizite în construirea chestionarului;
Pas 2: <i>Pași de urmat</i>	Procedura de construire a chestionarului;
Pas 3: <i>Tehnici de adresare a întrebărilor</i>	Criterii de validare, ordine, format;
Pas 4: <i>Scalare - preliminarii</i>	Introducere în teoria măsurării;
Pas 5: <i>Tipologia scalelor</i>	4 tipuri de scale;
Pas 6: <i>Tehnici de scalare</i>	Exemple;



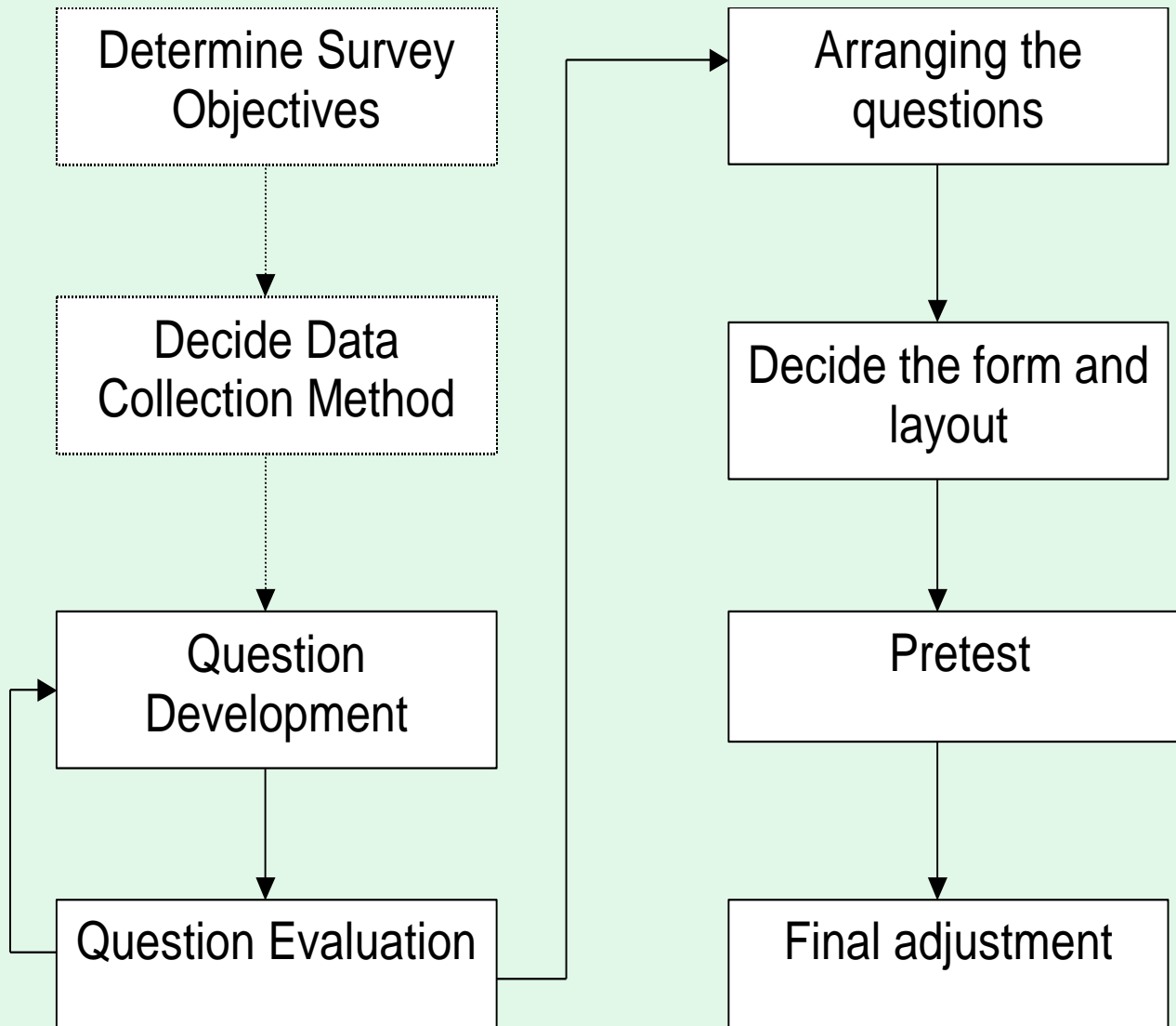
Ancheta de piață nu poate fi mai bună decât chestionarul pe care se bazează.
(**Stefan PRUTIANU**)

Când ești capabil să măsoari un lucru și să îl exprimi în cifre poți afirma că îl cunoști.
(Lordul **KELVIN**)

Înainte de a începe..

- Un **bun chestionar** motivează și încurajează implicarea respondentului în studiul de piață, într-o manieră onestă;
- Un **bun chestionar** e un instrument de culegere, nu un instrument de influențare;
- Maniera de colectare a datelor contează;
- Chestionarul nu e un instrument singular în ancheta de piață. Avem de-a face cu proceduri de culegere, maniere de recompensare a respondenților, materiale ajutătoare.

Pași de urmat..



Formularea întrebărilor

! Sugestii

- **Folosește vocabularul populației cercetate!!**

Ex: Sunteți un heavy user de grăsimi vegetale?

Ref

- **Fii succint!**

Ex: Când ai fost ultima oară la oară la doctor pentru o consultație de rutină sau pentru că ți s-a recomandat în mod expres asta?

Ref

Formularea întrebărilor

- **Fii focalizat! (1: “tehnica celor 6 W”)**

Ex: Ce părere aveți despre oamenii care fumează?

Ref.....

De asemenea,

- **Evită cuvintele ambigue!**

Ex: Într-o lună obișnuită, cât de des mergeți la cumpărături în magazinul de cartier?

• *Niciodată* • *Ocazional* • *Uneori* • *Deseori* • *Regulat*

Ref.....

Formularea întrebărilor

- **Fii focalizat! (2: pe definirea unui singur aspect)**

Ex: Ce părere aveți despre abilitatea sa de lucra cu oamenii și despre cunoștințele pe care le are?

Ref.....

**Toate acestea înseamnă să fii
“INTELIGIBIL”**

Formularea întrebărilor

- **evită întrebările de tip “leading” sau “loaded”!**

Ex: Credeți că profesorii ar trebui să aibă un cuvânt de spus în politică având în vedere credibilitatea înaltă de care se bucură în rândul cetățenilor?

Ref.....

- **evită exagerările!**

Ex: Ați fi de acord cu mărirea taxelor pentru a face față crizei fiscale actuale?

Ref.....

Formularea întrebărilor

- **Atenție la presuposițiile implicite!**

Ex: Sunteți de acord cu mărirea salariilor în firma dumneavoastră?

Ref.....

- **Atenție la alternativele implicite!**

Ex: Preferați să zburați când călătoriți pe distanțe scurte?

Ref.....

**Toate acestea înseamnă să fii
“NEUTRU”**

Formularea întrebărilor

- **Evitați să solicitați estimări respondentului!**

Ex: Care este volumul de cheltuială anuală pe produse alimentare pe cap de membru de familie în gospodăria dumneavoastră?

Ref.....

- **Evitați “agresarea” memoriei respondentului!**

Ex: Ce emisiuni TV ați privit în ultimele 10 zile?

Ref.....

**Toate acestea înseamnă
“CAPABILITATE”**

Formularea întrebărilor

Pentru întrebările sensibile nu solicita răspunsuri punctuale!

Ex: Care e salariul dumneavoastră pe luna în curs?

Ref.....

“Persoana a treia” poate reprezenta o tehnică utilă!

Ex: Ce credeți despre Tudor JIJIE?

Ref.....

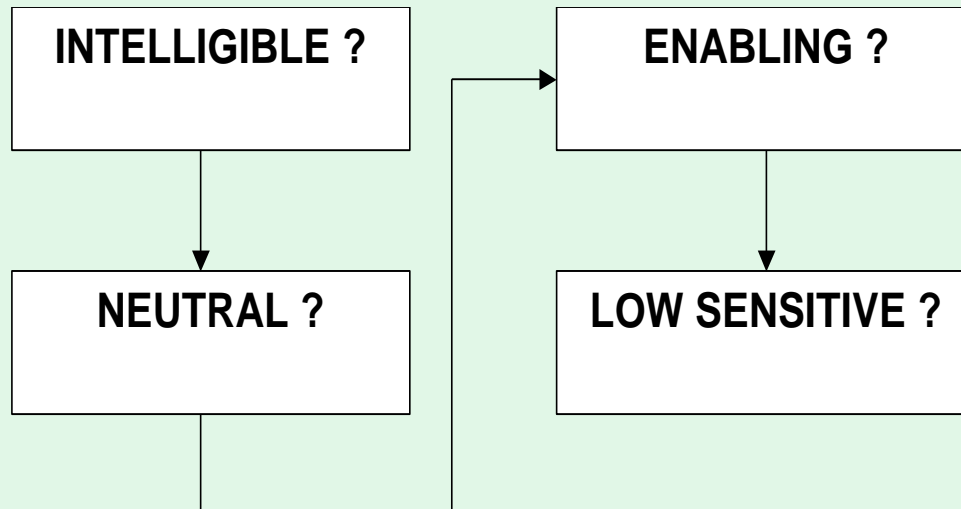
“Ascunderea” în spatele tendinței generale deasemenea!

Ex: Câte pahare de țuică ați băut înainte de a veni la școală?

Ref.....

Toate acestea înseamnă
“REDUCEREA SENZITIVITĂȚII”

Formularea întrebărilor



Ordonarea întrebărilor

INTRODUCERE

- Introduce firma de cercetare;
- Pune în temă cu privire la tema cercetării;
- Explică respondentului cum s-a ajuns la el și de ce;
- Solicită cooperarea respondentului.

2. ÎNTREBĂRI FILTRU

- Filtrează și “capacitează”

Ordonarea întrebărilor

3. (OPȚIONAL) ÎNTREBAREA DE DESCHIDERE

- Atrage clientul, îl face interesat
- Demonstrează ușurința răspunderii la întrebări

4. CONȚINUTUL

- Logic
- Cu întrebări de control

5. ÎNTREBĂRI DE CLASIFICARE

Formatul chestionarului

Diferența face diferența! Fii diferit!

Sfatul specialistului:

Să fie scurt;

Să pară scurt;

Adaptat populației cercetate.

Pretestarea chestionarului

Pre-testarea = aplicarea chestionarului pe un eșantion mic (30-50 respondenți) din populația analizată.

Pretestarea ajută la:

- Evaluarea și ajustarea “fină” a chestionarului;
- Permite calculul timpului necesar completării;
- Evidențiază probleme de formulare, scoate la suprafață răspunsuri neluate în calcul;

Măsurare și scalare - Preliminarii

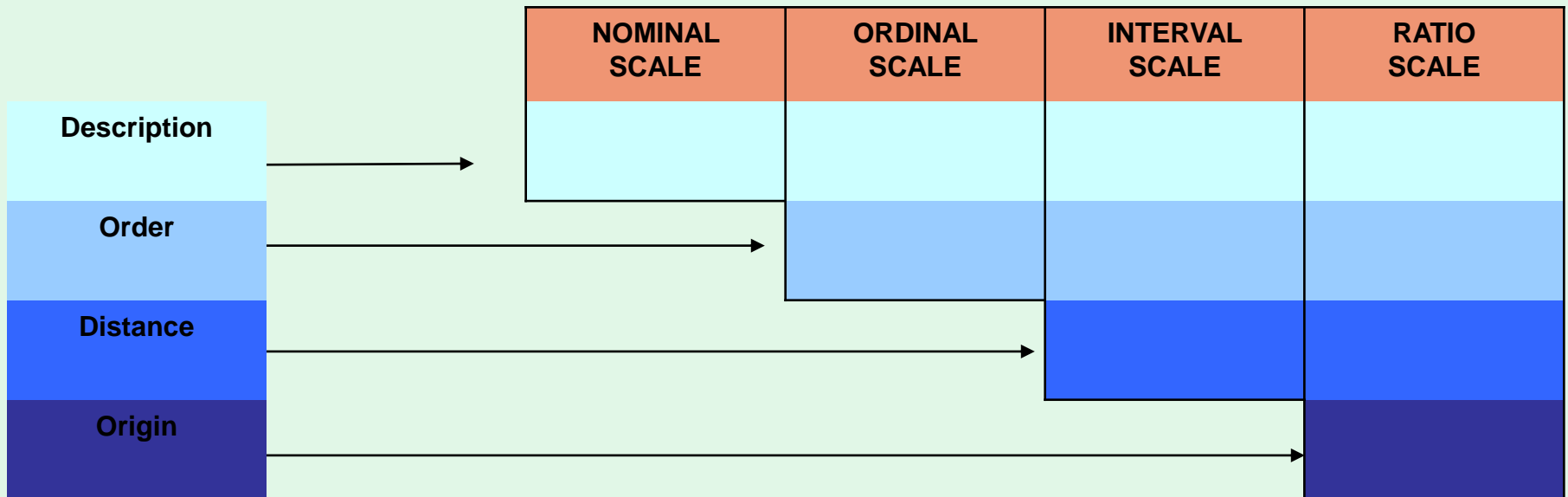
A măsura – alocarea de numere caracteristicilor unui obiect conform cu o regulă definită;

Scalare – generarea unui “continuu” pe care sunt localizate obiectele măsurate.

Alocarea de numere permite analize statistice și interpretări.

Scale de măsură fundamentale (**primary** scales of measurment) - tipologie

Sau cum îmi va permite **tipul de măsurare** (nivelul de profunzime al măsurării / **“level of measurement”**) utilizat să scalez obiectele măsurate funcție de caracteristica avută în vedere.



Scale de măsură fundamentale (**primary** scales of measurment) - tipologie

Obiectele măsurate pe o scală de tip **nominal**, vor putea fi scalate doar sub forma **etichetărilor** / **descrierilor** în raport cu proprietatea măsurată;

Obiectele măsurate pe o scală de tip **ordinal**, vor putea fi scalate nu doar sub forma **etichetărilor** / **descrierilor** ci vor putea fi și **ordonate** în raport cu proprietatea măsurată;

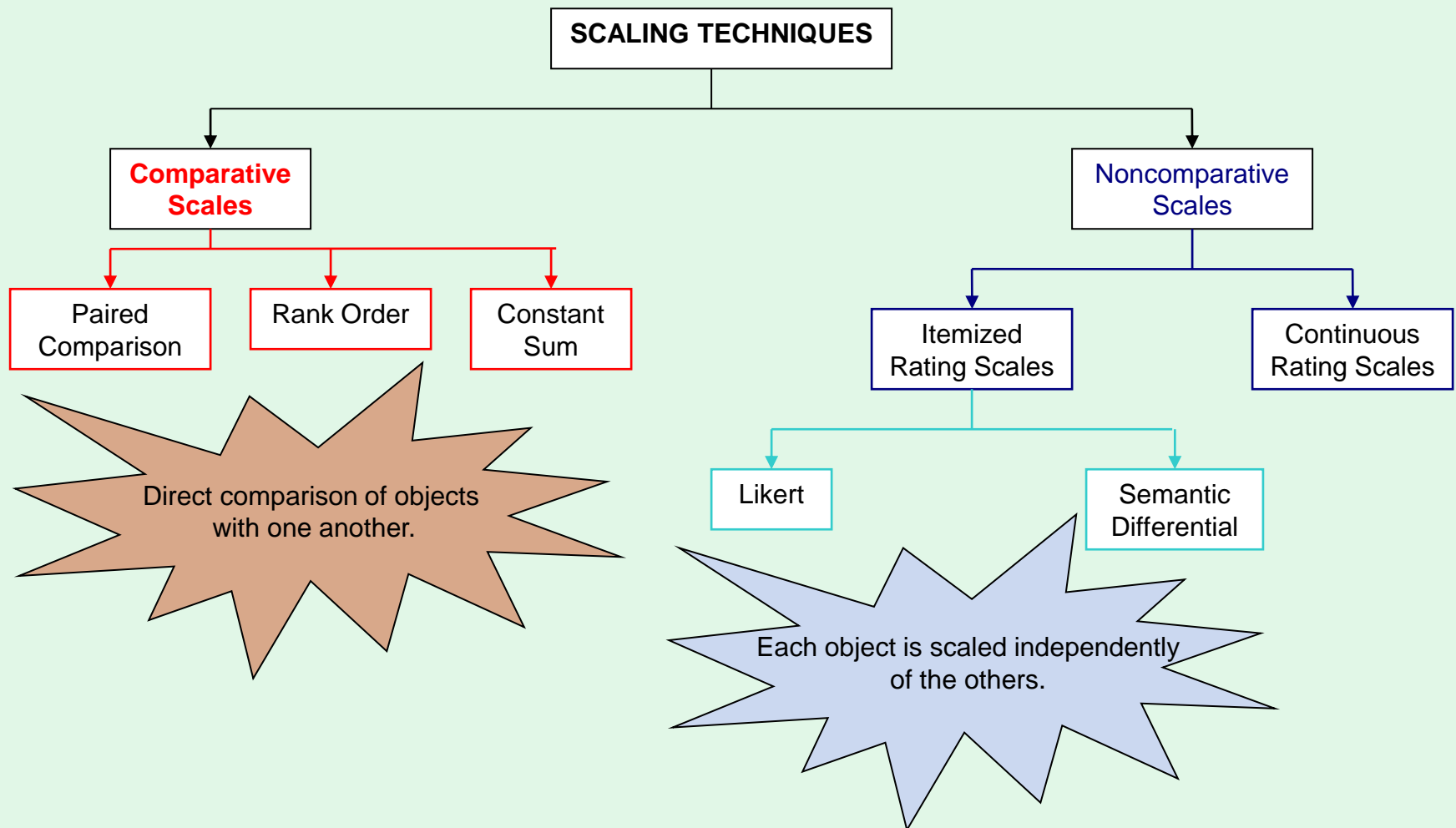
Obiectele măsurate pe o scală de tip **interval**, vor putea fi nu doar **etichetate** / **descrie** și **ordonate** în raport cu proprietatea măsurată ci scalate și din perspectiva **distanței** dintre ele. Punctul reper / origine / **zero al scalei este unul convențional**;

Obiectele măsurate pe o scală de tip **raport**, vor putea fi scalate **identic** unei măsurări de tip **interval**. În schimb, punctul reper / origine / **zero al scalei este unul real**. Adică, atunci când proprietatea măsurată are valoarea zero, înseamnă că acea proprietate nu există. Prin urmare, raportul distanțelor dintre diferite obiecte are valoare reală, nu convențională, de asemenea ;

Scale de măsură fundamentale (primary scales of measurement) - tipologie

	NOMINAL SCALE	ORDINAL SCALE	INTERVAL SCALE	RATIO SCALE
<u>Main characteristic</u>	Numbers identify and classify objects.	Numbers indicates the relative position of the objects but not the magnitude of differences between them.	Difference between objects can be compared but zero point is arbitrary.	Zero point is fixed; ratios of scale values can be computed.
<u>Examples</u>	Brand numbers, store types...	Preference rankings, market position...	Attitudes, opinions...	Age, income...
<u>Descriptive statistic</u>	Percentages, mode;	Percentile, median;	Range, mean, standard deviation;	Geometric mean, harmonic mean;
<u>Inferential statistic</u>	Chi square, binomial test;	Rank order, correlation, ANOVA;	T, ANOVA, regression, factor analysis;	Coefficient of variation.

Tehnici / proceduri de scalare – câteva exemple



Tehnici de scalere comparativă

Comparații perechi – respondenților li se solicită să compare obiecte două câte două, în conformitate cu un anumit criteriu.

e.g. Vă prezentăm 6 perechi ale caracteristicilor unui parfum. Pentru fiecare pereche, nominalizați care dintre caracteristici este mai importantă pentru dumneavoastră în decizia de cumpărare:

	Miros	Preț	Persistență	Ambalaj	TOTAL
Miros	-	0	1	1	2
Preț	1	-	1	1	3
Persistență	0	0	-	1	1
Ambalaj	0	0	0	-	0

Este utilă atunci când se compară un număr limitat de obiecte.

Tehnici de scalare comparativă

Scala ierarhiei – respondenților li se solicită să ierarhizeze obiectele prezentate într-o listă conform unui criteriu;

e.g. Ierarhizați următoarele caracteristici ale unui parfum funcție de importanța pe care le-o acordați în decizia de cumpărare:

<i>Caracteristica</i>	<i>Locul</i>
Miros
Preț	
Persistență	
Ambalaj	

Este utilizată preponderent pentru a măsura preferințe în raport cu mărci și attribute. E mai simplu de gestionat de către respondent și analist.

Tehnici de scalare comparativă

Scala cu sumă constantă – respondenților li se solicită să împartă un număr de puncte unui set de obiecte sau atribute, în conformitate cu un anumit criteriu.

e.g. Iată patru atribute ale unui parfum. Vă rugăm să alocați 100 de puncte în conformitate cu importanța pe care o acordați fiecăruia dintre acestea în decizia de cumpărare.

miros..... preț..... persistență..... ambalaj.....

Este utilizat în situațiile în care se dorește o mai fină “discriminare” între atributele măsurate.

Tehnici de scalare necomparativă

Scala de evaluare continuă – respondenții poziționează un reper în dreptul poziției considerate a fi corecte, pe o linie continuă între două attribute extreme.

e.g. Cum apreciați importanța persistenței parfumului în decizia dumneavoastră de cumpărare?

Foarte puțin importantă...xx xxx...xxx.....xx.....xx Foarte importantă

Este utilizat în multe dintre cazuri cu asistență computerizată.

Tehnici de scalare necomparativă

Scale de evaluare discretă – o scală cu “descriptori” text sau cifre, pe fiecare variantă de răspuns ordonată, definită.

- **Likert** – o scală cu 5 categorii de răspuns de la “*dezacord total*” la “*acord total*”.

Persistența parfumul joacă un rol foarte important pentru mine în decizia de cumpărare.

<i>Dezacord total</i>	<i>Dezacord</i>	<i>Nici acord nici dezacord</i>	<i>Acord</i>	<i>Acord total</i>
-2	-1	0	1	2

Este utilizată preponderent pentru a măsura atitudini.

Tehnici de scalare necomparativă

- **Diferențiala semantică** – o scală cu 7 categorii, la “capete” termenii fiind antonimi.

e.g. În decizia de cumpărare, persistența parfumului joacă pentru mine un rol:

1 2 3 4 5 6 7
foarte puțin important □□□□□□□ *foarte important*

Este utilizată în special în analiza conținutului de imagine.

Tehnici de scalare necomparativă

- **Stapel** – o scală unipolară cu 10 categorii de răspuns, de la -5 la +5, fără punct neutru (0). De obicei, se prezintă vizual pe verticală. Respondentului i se solicită să explice în ce măsură consideră termenul din mijlocul scalei potrivit pentru obiectul măsurat.

e.g. *Kaufland...*

+5
+4
+3
+2
+1
diversitate
-1
-2
-3
-4
-5

Tehnici de scalare necomparativă

- ***Scalele de evaluare discretă pot fi:***
 - Simetrice sau nesimetrice;
 - Cu număr par sau impar de categorii de răspuns;
 - Cu posibilitate de a non-răspunde sau nu;
- Scala Likert cunoaște o varietate de adaptări posibile, intitulate “Likert modificat”.

Tehnici de scalare necomparativă

- **Scala multiitem** – măsoară un construct cu mai multe dimensiuni.

Ex. – scala reacției emoționale la stimuli vizuali.

Pentru fiecare din propozițiile de mai jos, vă rugăm să exprimați gradul dvs. de acord, pe o scală de la 1 la 5.
(1 = dezacord total, 2 = dezacord, 3 = nici / nici, 4 = acord, 5 = acord total)

Designul acestui ambalaj...

1. mi se pare foarte atractiv.	1	2	3	4	5
2. e unul pe care, cel mai probabil, nici nu l-aș băga în seamă în magazin.	1	2	3	4	5
3. "îmi merge la inimă".	1	2	3	4	5
4. mă determină cu siguranță să încerc produsul pe care îl conține.	1	2	3	4	5
5. nu prezintă pentru mine nici cel mai mic interes.	1	2	3	4	5
6. îmi displace pur și simplu.	1	2	3	4	5
7. mă face să mă simt foarte bine.	1	2	3	4	5
8. este minunat.	1	2	3	4	5
9. este unul pe care îl uiți foarte repede.	1	2	3	4	5
10. este unul fascinant.	1	2	3	4	5
11. este unul absolut plictisitor.	1	2	3	4	5
12. pur și simplu mă lasă rece.	1	2	3	4	5