

## Metode de cercetare

Curs stud.AMP –master

# CHESTIONARUL

ISAIC- MANIU ALEXANDRU  
 web [www.amaniu.ase.ro](http://www.amaniu.ase.ro)  
 e-mail AL.ISAIC-MANIU@CSIE.ASE.RO

<http://www.amaniu.ase.ro/studenti/masterAMP/masterAMP.htm>

11/11/2013

1

### Clasificarea metodelor de cercetare

#### ❖ metode cantitative

#### ❖ metode calitative

- Sunt cele mai frecvente și cele mai cunoscute modalități de obținere a unor volume mari de date din mediul social pentru o ulterioară prelucrare și analiză statistică.
  - Metoda de bază este **ancheta sociologică**, iar **instrumentul principal este chestionarul** (pot fi, de asemenea: ghidul de interviu structurat, fișa de observație).
- Toate instrumentele de studiu sunt administrate și aplicate ( de regula )on-line, iar culegerea și centralizarea datelor se face automat și securizat.
- **Sondajul, recensământul**

11/11/2013

2

- **Etapile unei cercetări sociologice** prin metoda anchetei (pe teren)
- Interviewarea (completarea chestionarelor).
- Verificarea chestionarelor (de către operatori si sefii de echipe ).
- Codificarea răspunsurilor (după necesitate).
- Introducerea datelor
- Verificarea datelor si corectarea erorilor de introducere
- Prelucrarea primară a datelor si analiza preliminară a rezultatelor
- Introducerea de corectii (după necesitate)
- Elaborarea rezultatelor si a raportului final.
- Prezentarea rezultatelor cercetării.

11/11/2013

3

o Anchetes

- Anchetes s
- Anchetes po
- Interuiului
- Interuiului
- Chestionari

**Un chestionar bun** trebuie să fie bine formulat:

- să fie sintetic, cât se poate de concis
- întrebările să fie scurte, simple și formulate clar.
- să înceapă cu întrebări demografice pentru a ajuta respondentul să se simtă confortabil
- să fie utilizate întrebări dihotomice și cu răspunsuri multiple.
- întrebările deschise să fie utilizate cu atenție.
- să fie evitate întrebările prea sugestive.
- este utilă pre-testarea chestionarului.
- este bine să fie gândit modul de utilizare a datelor colectate atunci când este pregătit chestionarul.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

11/11/2013

4

### Dimensiunea chestionarului

Numărul de întrebări se determină astfel :

- problema principală **A** se descompune în **k dimensiuni** : **A1, A2,...,Ak**, care generează câte **m întrebări**
  - se introduc **r factori complecși B, C, D,..., necesari** pentru explicarea lui **A**, sau care prezintă interes pentru cercetare, fiecare având **s dimensiuni** a câte **t indicatori**; întrebări;
  - se adaugă **v întrebări de identificare** (variabile personale): sex, vârstă, naționalitate, ocupație, localitate de reședință etc.
  - Astfel, numărul de întrebări **n = k × m + r × s × t + v**
  - De exemplu: pentru **k = m = r = s = t = 5** și **v = 10** rezulta **n ≈ 160**
- (normal pentru o cercetare serioasă)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

11/11/2013

5

### Tipuri de întrebări

- **factice** (elemente de comportament ale indivizilor, calități fizice etc.)
- **de cunoștințe** (despre cunoștințele indivizilor)
- **de opinie** (despre părerile indivizilor)
- **de control** (pentru verificarea acuratetei răspunsurilor).

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

11/11/2013

6

## Intrebari si variabile

- **întrebări ce generează o singură variabilă** (sunt întrebările ce necesită o singură variantă de răspuns)
- **întrebări ce generează mai multe variabile** (sunt întrebările ce permit mai multe variante de răspuns, fiecare variantă generând o variabilă).

11/11/2013

7

---

---

---

---

---

---

---

---

## CHESTIONARUL

- Un **chestionar** este un **instrument** de cercetare constând dintr-o serie de întrebări și a altor solicitări în scopul de a aduna informații de la persoane
- Frecvent sint concepute pentru a analiza statistică a răspunsurilor
- Chestionarul a fost inventat de Sir Francis Galton.

11/11/2013

8

---

---

---

---

---

---

---

---

## Avantaje :

- sunt ieftine
- nu au nevoie de fel de mult efort din partea celui ce chestioneaza ca ancheta verbala sau prin telefon
- au adesea raspunsuri standardizate care il face simplu pentru a compila date

11/11/2013

9

---

---

---

---

---

---

---

---

- Cu toate acestea, acest tip de răspunsuri standardizate pot zădărnici unii utilizatori
- Chestionarele sunt, de asemenea, drastic limitate de faptul că respondenții trebuie să fie capabili să citească și să răspundă la întrebările lor
- Astfel, pentru anumite grupuri demografice efectuarea unui studiu realizat de chestionar nu pot fi practic.

11/11/2013

10

- De obicei, un chestionar format dintr-un număr de întrebări că respondentul trebuie să răspundă într-un format fix
- Se face o distincție între întrebări deschise și închise.
- O **întrebare deschisă** solicită respondentului să își formuleze răspunsul propriu, în timp ce
- In cazul unei **întrebări de tip închis** respondentul alege un răspuns dintr-un anumit număr de opțiuni. Opțiunile de răspuns pentru o întrebare de tip închis ar trebui să fie **exhaustive** și **exclusive reciproc**

11/11/2013

11

## Scale pentru întrebările închise

- Patru tipuri de scale :
- ✓ **Dihotomică** - respondentul are două opțiuni
- ✓ **Nominală-politomă** -respondentul are mai mult de două opțiuni
- ✓ **Ordinală-politomă** -mai mult de două opțiuni comandate
- ✓ **(Mărginit) continuă**, în cazul în care respondentului îi este oferită o scală continuă

11/11/2013

12

### Recomandari :

- Un răspuns la o întrebare deschisă este ulterior codat într-o scară
- Un exemplu de întrebare deschisă este o problemă în cazul în care cel testat trebuie să completeze o propoziție
- Întrebările ar trebui să decurgă în mod logic de la una la alta.
- Pentru a obține cele mai bune rate de răspuns, întrebările ar trebui să curgă de la cel puțin sensibile la cele mai sensibile, de la factuale și comportamentale la atitudine, și de la general la mai mult mai specifice.

11/11/2013

13

---

---

---

---

---

---

---

---

### Reguli de construcție

- Folositi propozitii care sunt interpretate în același mod de către membrii populației de interes
- Folositi declarații pozitive sau negative și pentru a evita dubla negativă
- Nu face presupuneri despre respondent
- Utilizat o formulare clară și ușor de înțeles, ușor de înțeles pentru toate nivelurile de educație
- Utilizarea corectă ortografie, gramatică și punctuație
- Evitati elementele care conțin mai mult de o întrebare pe articol (de exemplu, vă place căpșuni și cartofi?).

11/11/2013

14

---

---

---

---

---

---

---

---

### Principalele moduri de administrare a chestionarului sunt:

- Față în față, în cazul în care într-un interviu prezintă elementele oral
- Administrarea chestionarului pe suport de hârtie
- Administrare (chestionar) computerizată
- Administrarea adaptivă computerizată

11/11/2013

15

---

---

---

---

---

---

---

---

## Ce tipuri de intrebari se pot include intr-un chestionar?

10 tipuri de intrebari din categorii diferite:

- **intrebari inchise** de tipurile: - raspuns unic (cu butoane radio sau meniu)
- **intrebari matrice** de tipurile:- raspuns unic  
- raspuns multiplu
- **intrebari deschise** de tipurile:- raspuns pe un camp,  
- raspuns pe mai multe campuri  
- raspuns liber de tip eseu  
- raspuns numeric
- **intrebari cu notare** de tipurile: - clasament  
- suma constanta.

11/11/2013

16

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Intrebari inchise

Intrebarea ofera doua sau mai multe variante de raspuns din care se poate alege o singura varianta din cele posibile

Lucrul dvs. de munca este temporar, cu durata fixa sau cu durata nedeterminata?

--Selectati--  
 Temporar  
 Durata determinata  
 Durata nedeterminata

De cât timp lucrați pentru companie?

Mai puțin de 1 an  
 1 - 2 ani  
 2 - 5 ani  
 5 - 10 ani  
 Mai mult de 10 ani.

De ce ati ales produsele noastre?

Pret  
 Calitate  
 Reputatia marcii  
 Altfceva

Exemplu meniu

Exemplu butoane radio

Raspuns multiplu (checkbox box)

11/11/2013

17

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Intrebari matrice

### Raspuns unic

Intrebarea permite respondentului sa aprecieze mai multe aspecte conform aceluasi set de raspunsuri. Se poate alege un singur raspuns pentru un

### Intrebari matrice

	foarte buna	buna	medie	proasta
prezentarea teoriei	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
asistenta la rezolvarea exercitiilor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
receptivitatea la intrebari si explicatii suplimentare	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tratarea echitabila a cursantilor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11/11/2013

18

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Raspuns multiplu

Intrebarea permite respondentului sa aprecieze mai multe aspecte conform celuiasi set de raspunsuri.  
Se pot alege mai multe raspunsuri pentru un aspect.

**Cine ar fi mai potrivit, in opinia dv, sa discute cu managerul despre urmatoarele probleme:**

	Eu	Seful de departament	Sindicatul
Negocierea salariului	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inaintarea unei plangeri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Masuri disciplinare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11/11/2013

19

---

---

---

---

---

---

---

---

### Intrebări deschise

#### Raspuns pe un camp

Ati participat la cursuri de HTML la scoala sau in afara ei?

Raspunsul acestei intrebari este liber si implica completarea unui camp cu lungime restrictiata

#### Raspuns pe mai multe campuri

Precizati 3 lucruri pe care ati fi vrut sa le aflati si nu le-ati aflati din curs?

1

2

3

Raspunsul acestei intrebari este liber si implica completarea mai multor campuri cu lungimea restrictiata.

11/11/2013

20

---

---

---

---

---

---

---

---

#### Raspuns liber de tip eseu

Propuneti cel puțin 5 teme pt cursurile următoare de perfecționare.

Raspunsul acestei intrebari este liber putand fi oricat de lung si completat pe mai multe randuri.

#### Raspuns numeric

Cate intrebari suplimentare ati pus legate de subiectul cursului?

Raspunsul acestei intrebari este o valoare numerica.

11/11/2013

21

---

---

---

---

---

---

---

---

## Intrebari notare

### Clasament

Raspunsul acestei intrebari presupune ierarhizarea unor itemi, pe baza unor valori numerice.

**Realizati un clasament pentru urmatoarele marci de automobile:**

BMW	<input type="text"/>
VW	<input type="text"/>
Mercedes	<input type="text"/>
Audi	<input type="text"/>

### Suma constanta

Raspunsul acestei intrebari presupune ierarhizarea unor itemi, pe baza unui numar de puncte. Suma punctajelor obtinute de itemi trebuie sa fie egala cu o valoare stabilita.

**Impartiti 100 de puncte intre urmatoarele marci de automobile:**

BMW	<input type="text"/>
Mercedes	<input type="text"/>
Audi	<input type="text"/>
VW	<input type="text"/>
<b>Total:</b>	<b>0</b>

11/11/2013

22

## Sugestii generale pentru chestionare online

- Specialistii estimeaza ca aproximativ 40% din totalul persoanelor contactate pentru a completa un chestionar refuza participarea
- Acest rezultat negativ se datoreaza, in majoritatea cazurilor, unor chestionare derutante, lungi, plictisitoare
- Un chestionar de succes este concis, interesant, clar si are o succesiune logica a intrebarilor
- Datele colectate trebuie sa fie relevante, pentru ca apoi sa poata fi utilizate in scopul decis anterior lansarii chestionarului

11/11/2013

23

## Sugestii in constructia chestionarului

**1. Decideti obiectivele studiului** pe care doriti sa il realizati. Asigurati-va apoi ca puteti pune intrebari sau defini masuratori cu privire la aceste obiective. Numai in acest caz veti putea concepe un chestionar pentru a va atinge obiectivele. In caz contrar, incercati sa apelati la alte metode de obtinere a informatiilor care va intereseaza. Incercati sa raspundeti la intrebarile:

- ✓ Ce incerc sa descopar?
- ✓ Ce decizii doresc sa iau pe baza rezultatelor sondajului?
- ✓ Cum va arata raportul care va analiza rezultatele sondajului?
- ✓ Care sunt datele de care am nevoie pentru a asigura succesul actiunilor ulterioare sondajului?

**2. Ierarhizati subiectele**, in ordinea descrescatoare a importantei. Incercati sa decideti cat de dificil va fi pentru respondenti sa furnizeze datele corespunzatoare fiecarui subiect. Incercati sa inlocuiti subiectele dificile cu unele mai simple.

11/11/2013

24



### Sugestii – continuare.1

**3. Atentie la succesiunea subiectelor** atinse in chestionar!  
Raspunsul la intrebari nu trebuie sa fie influentat de intrebarile anterioare, iar dezvaluirea scopului studiului poate influenta raspunsurile si, implicit, rezultatele finale ale sondajului.

**4. Determinati tipul intrebarilor** pe care doriti sa le puneti, tinand cont de cerintele analizei rezultatelor sondajului.

**5. Evitati chestionarul cu exces de intrebari.**

Grupati intrebarile pe pagini diferite. Chestionarele lungi pot deveni plictisitoare si vor fi abandonate de respondentii grabiti.

11/11/2013

25

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Sugestii – continuare.2

**6. Nu folositi abuziv** comentarii de genul: "Daca ati raspuns 'Nu' la intrebarea 2, nu raspundeti la intrebarea 7" deoarece sunt frustrante pentru cel care completeaza chestionarul. In cazuri similare utilizati intrebarile cu afisare conditionata, care vor fi afisate numai in anumite conditii stabilite de dumneavoastra, iar respondentul nu va observa diferenta.

**7. Scrieti cateva intrebari pentru fiecare subiect** pe care l-ati stabilit anterior, apoi alegeti cea mai buna intrebare pentru fiecare subiect al chestionarului. Alegeti o secventa potrivita a intrebarilor, care sa nu influenteze raspunsurile.

**8. Acordati atentie prezentarii chestionarului.** Este bine sa aveti o parte introductiva a chestionarului cu un scurt text care sa explice respondentului cerintele completarii chestionarului. De asemenea, este un semn de profesionalism daca la sfarsitul chestionarului exista un text de multumire, precum si informatii asupra locului unde se vor gasi rezultatele sondajului, in cazul in care acestea vor fi facute publice.

11/11/2013

26

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Sugestii – continuare.3

**8. Determinati cat timp dureaza completarea chestionarului.**  
Completarea unui chestionar online trebuie sa dureze mai putin de 5-10 minute pentru a nu descuraja respondentul. Limitati numarul de intrebari pentru ca respondentul sa se poata incadra

**9. Testati chestionarul pe un grup** de cateva persoane si incercati sa obtineti cat mai multe informatii:

Ce nu a fost destul de clar?

Au avut intrebari?

Au avut probleme de intelegere?

Sunt intrebari suplimentare care ar putea fi incluse in chestionar?

Pentru a usura munca, redactati un mic chestionar aditional pentru acest grup de test.

**11. Utilizati testul anterior pentru a imbunatati chestionarul.**

11/11/2013

27

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Sugestii pentru cresterea ratei de raspuns a unui chestionar online**

- 1. Popularizati cercetarea ,pentru a creste rata de raspuns**
- 2. Personalizati mesajele de invitare.** Folositi o formula de adresare de tipul "Domnule Ionescu" si nu "Stimat Respondent". S-a observat ca personalizarea mesajilor de invitare creste simitor rata de raspuns a chestionarului. E-mailul de invitare trebuie sa fie scurt si sa contina informatii cu privire la scopul studiului, lungimea chestionarului, precum si cateva randuri referitoare la confidentialitatea informatiilor.
- 3. Atentie la prima pagina.** Prima pagina este esentiala in momentul in care respondentul decide sa raspunda . Prima pagina trebuie sa fie simpla, sa contina cat mai putine instructiuni, sa contina informatii legate de anonimitatea si confidentialitatea raspunsurilor.
- 4. Durata de completare a chestionarului** nu trebuie sa depaseasca 5-10 minute, insemand un chestionar de maxim 15-20 intrebari. Chestionarele lungi descurajeaza respondentii, acestia renuntand la completarea raspunsurilor in totalitate.
- Folositi **ultima pagina pentru a multumi respondentului** pentru timpul dedicat completarii chestionarului. Aceasta ultima pagina mai poate contine informatii despre locul unde vor fi afisate rezultatele studiului
- 6. Trimitemi email-uri de reamintire** celor care nu au raspuns chestionarului. E bine sa nu exagerati trimitand mai mult de 2 email-uri, in caz contrar ar fi posibil ca acea persoana sa nu mai doreasca sa fie contactata de catre dumneavoastra

11/11/2013

28

Nota: Rezultatele sunt prezentate in functie de fiecare intrebare si varianta de raspuns, in functie de categoria de genuri sau de orice alt atribut, in functie de optiunile de afisare.

**Care dintre urmatoarele domenii descre cel mai mult datorita nivelului de activitate?**

	No. raspunsuri	Altegen (%)
Relatii client	100	89,97%
Finante/ Contabilitate	72	39,77%
Vanzari/ Marketing	135	80,88%
Resurse umane	78	80,88%
Alte	0	0,00%

Analiza de Statistica      Raspunsuri Individuale

**Intrebari similare de acest tip descre sau cresc datorita nivelului de activitate?**

	Altegen total	Altegen	Finante	Resurse umane	Intrebari total
Pe ce tip de activitate trebuie sa se concentreze?	8,8%	1,9%	0,0%	0,0%	0
Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai mult?	49,34%	29,30%	3,93%	9,02%	3,87%
Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai puțin?	3,26%	4,57%	7,6%	0,0%	3,0%
Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai puțin din punct de vedere al activității?	30,42%	39,95%	3,03%	0,05%	2,99%
Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai puțin din punct de vedere al activității?	18,7%	4,9%	0,0%	0,0%	4
Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai puțin din punct de vedere al activității?	37,86%	37,06%	3,93%	0,02%	0,96%
Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai puțin din punct de vedere al activității?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai puțin din punct de vedere al activității?	23,88%	23,48%	24,88%	3,93%	0,37%
Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai puțin din punct de vedere al activității?	0,0%	4,4%	4,57%	4,0%	4,4%
Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai puțin din punct de vedere al activității?	20,57%	22,72%	20,00%	10,77%	4,55%
Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai puțin din punct de vedere al activității?	4,92%	4,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai puțin din punct de vedere al activității?	31,90%	30,73%	30,44%	6,46%	11,47%

Raspunsuri Individuale

**Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai puțin din punct de vedere al activității?**

	Significativitate (chi-p)	Genuri	Varianza total	Max. var. din punct de vedere al activității	Minimul din punct de vedere al activității
Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai puțin din punct de vedere al activității?	24,14%	0,0	0,0	0,0	4,4
Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai puțin din punct de vedere al activității?	0,0	0,00%	3,034%	0,00%	14,05%
Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai puțin din punct de vedere al activității?	0,0	3,4	0,0	7,9	5,0
Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai puțin din punct de vedere al activității?	20,93%	27,27%	21,25%	18,00%	11,00%
Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai puțin din punct de vedere al activității?	7,8	3,1	9,3	9,0	3,6
Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai puțin din punct de vedere al activității?	19,08%	20,00%	22,22%	24,00%	0,00%
Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai puțin din punct de vedere al activității?	7,6	0,0	7,9	9,9	0,4
Pe ce activitate trebuie sa se concentreze cel mai puțin din punct de vedere al activității?	19,13%	19,14%	19,90%	22,00%	20,00%

Raspunsuri Individuale

11/11/2013

29

Nota: Permite analiza rezultatelor la o intrebare in functie de rezultatele unei alte intrebări. URI pentru analiza de genuri: "Care este structura pe sexe a categoriilor de activitate?"

Se pot crea filtre doar daca chestionarul contine intrebari cu raspunsuri multiple.

Intrebare linii

Intrebare coloane

Filtru curent

	Mai puțin de 6 luni	6 luni - 1 an	1 an - 3 ani	3 - 5 ani	Mai mult de 5 ani	TOTAL
<b>Relatii client</b>	26	16	22	15	21	100
	26,00%	16,00%	22,00%	15,00%	21,00%	
	33,77%	22,22%	20,37%	25,00%	30,88%	
<b>Finante/ Contabilitate</b>	13	20	10	0	13	72
	18,06%	27,78%	25,00%	11,11%	16,06%	
	16,88%	27,78%	16,67%	13,33%	19,12%	
<b>Vanzari/ Marketing</b>	21	23	53	21	17	135
	15,56%	17,04%	39,26%	15,56%	12,59%	
	27,27%	31,94%	49,07%	35,00%	25,00%	
<b>Resurse umane</b>	17	13	15	16	17	78
	21,79%	16,67%	19,23%	20,51%	21,79%	
	22,08%	18,06%	13,89%	26,67%	25,00%	
<b>TOTAL</b>	<b>77</b>	<b>72</b>	<b>108</b>	<b>60</b>	<b>68</b>	

Numarule din colute reprezinta, in ordine: - numar de raspunsuri - procentaj pe linie - procentaj pe coloana

11/11/2013

30

## Exemple de chestionare



viewform.htm

- [http://www.insse.ro/cms/files/chestionare/ancheta%20FORPRO/CHESTIONAR\\_FORPRO.doc](http://www.insse.ro/cms/files/chestionare/ancheta%20FORPRO/CHESTIONAR_FORPRO.doc)
- <http://www.insse.ro/cms/files/chestionare/statistica%20utilitatilor%20publice/AC%202012.DOC>
- <http://www.insse.ro/cms/ro/content/statistici-privind-castigurile-salariale>

11/11/2013

31

---

---

---

---

---

---

---

---