



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΜΣ: ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ
Ειδίκευση: Πολιτισμική Αγωγή

Κατασκευή ερωτηματολογίου

Ελένη Αν. Ζενάκου, Ph. D.

Καλλιθέα, 16/04/2024

Ερωτήματα της Εισήγησης @ΜΕΡΟΣ Α

- ✓ Είδη ερωτηματολογίων
- ✓ Σχεδιασμός δομημένου ερωτηματολογίου
- ✓ Καθορισμός του περιεχομένου των ερωτήσεων
- ✓ Είδη ερωτήσεων - κλίμακες
- ✓ Στοιχεία ερωτηματολογίου
- ✓ Τύποι ερωτήσεων
- ✓ Οδηγίες για την αποφυγή σφαλμάτων κατά την κατασκευή ερωτήσεων
- ✓ Ο ρόλος του/της συνεντευκτή/-τριας
- ✓ Κλίμακες
- ✓ Γραφικές κλίμακες
- ✓ Κλίμακες σταθερού αθροίσματος
- ✓ Κλίμακες μοναδικού θέματος και συγκριτικές κλίμακες
- ✓ Ευρύτερες διακρίσεις των κλιμάκων
- ✓ Ισόρροπες και μη ισόρροπες κλίμακες
- ✓ Σύνθετες κλίμακες
- ✓ Κλίμακες για τη μέτρηση συμπεριφορικής διάθεσης
- ✓ Θέματα προς επίλυση πριν την επιλογή κλιμάκων

Δομημένα @ερωτηματολόγια

- Έχουν **αυστηρά καθορισμένη σειρά** των γραπτών ερωτήσεων, συνήθως κλειστών, και δεν επιτρέπει στον/στην ερευνητή/-τρια να την υπερβαίνει και να ρωτά τις ερωτήσεις με διαφορετική σειρά.
- Είναι φανερό ότι δομημένα ερωτηματολόγια χρησιμοποιούνται σε ποσοτικές έρευνες **πρόσωπο με πρόσωπο** (face to face) καθώς και σε τηλεφωνικές έρευνες, ταχυδρομικές και Διαδικτυακές.

Σχεδιασμός @δομημένο ερωτηματολόγιο

- ✓ Εισαγωγικό κείμενο.
- ✓ Κυρίως ερωτηματολόγιο: το **κυρίως ερωτηματολόγιο** γενικά αποτελείται από τρία τμήματα:
 1. Από μια **σειρά εισαγωγικών ερωτήσεων** που είναι σχετικές με το θέμα της έρευνας αλλά μελετούν **γενικότερα χαρακτηριστικά** του ερωτώμενου και όχι αυτό καθαυτό το αντικείμενο της έρευνας.
 2. Από μια σειρά ερωτήσεων που αποτελούν τον πυρήνα του ερωτηματολογίου και έχουν **άμεση σχέση με το υπό διερεύνηση θέμα**.
 3. **Δημογραφικά στοιχεία** του ερωτώμενου.

Καθορισμός @περιεχόμενο ερωτήσεων

- ✓ Έμπνευση ιδεών (Brainstorming)
- ✓ Διερευνητικές προσπάθειες
- ✓ Ομάδες εστίασης
- ✓ Τράπεζες ερωτήσεων – προηγούμενες έρευνες

Συχνά λάθη @σχεδιασμός ερωτήσεων

- ✓ Το ερωτηματολόγιο αρχίζει με τα βιογραφικά στοιχεία.
- ✓ Πολλές **διχοτομικές ερωτήσεις** του τύπου «Συμφωνείτε με το ...;» & απαντήσεις «Ναι» «Όχι».
- ✓ Οι **σύνθετες έννοιες** εμφανίζονται ως απλές, σε μια ερώτηση, αντί για ένα σύνολο ερωτήσεων για τη μέτρηση
- ✓ **Ασαφείς εκφράσεις** στις ερωτήσεις
- ✓ **Σύμπτυξη περιεχόμενου** ώστε να μειωθεί ο όγκος του, για παράδειγμα χρησιμοποιώντας μικρό μέγεθος γραμματοσειρών.

Στοιχεία @ερωτηματολόγιο

- ✓ Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από **στοιχεία (items)**.
- ✓ Ερωτήσεις που επιδέχονται **μοναδική απάντηση** ή **πολλαπλές απαντήσεις**.
- ✓ Προτάσεις με δήλωση **βαθμού συμφωνίας**
- ✓ **Αριθμητικά πεδία** για να καταγραφούν ποσοτικές πληροφορίες.

Τύποι @ερωτήσεων

- ✓ **Ανοιχτού τύπου** (ανοιχτές ερωτήσεις)
- ✓ **Κλειστού τύπου** (κλειστές ερωτήσεις)
 - μια σειρά τιμών (πιθανών απαντήσεων) με δυνατότητα επιλογής **μίας ή περισσότερων απαντήσεων** που επιτρέπουν την **ποσοτική ανάλυση**.
 - σημαντικός ο **σωστός σχεδιασμός των ερωτήσεων**.
 - το σύνολο των τιμών τους μπορεί **να μην εκφράζει το σύνολο των πιθανών απαντήσεων** που θα ήθελαν να δώσουν οι ερωτώμενοι/-ες.
 - οι ερευνητές/-τριες χρησιμοποιούν την κατηγορία **«άλλο»**, για να αντιπαρέλθουν αυτήν τη δυσκολία
 - οι τιμές τους θα πρέπει να είναι αμοιβαία αποκλειόμενες και να καλύπτουν και να εξαντλούν το **σύνολο των δυνατών απαντήσεων**.

Κατηγορίες @ερωτήσεων

- ✓ Ερωτήσεις **συνάφειας**
- ✓ **Ευαίσθητες** ερωτήσεις
- ✓ **Σύνθετες** ερωτήσεις
- ✓ **Διφορούμενες** ερωτήσεις
- ✓ Ερωτήσεις αποσαφήνισης-**διευκρινιστικές** ερωτήσεις

Ευαίσθητες @ερωτήσεις

Οι ερευνητές/-τριες θα πρέπει να αναρωτηθούν:

- ✓ Αν θα πρέπει να εισάγουν μια ευαίσθητη ερώτηση.
- ✓ Πώς θα ερωτηθεί ο/η ερωτώμενος/-η;
- ✓ Σε ποιο σημείο του ερωτηματολογίου θα πρέπει αυτή να τοποθετηθεί;

Οδηγίες @αποφυγή σφαλμάτων

- ✓ Οι ερωτήσεις πρέπει να είναι **σαφείς**.
- ✓ Όχι **διφορούμενες** ερωτήσεις.
- ✓ Οι ερωτώμενοι/-ες πρέπει να είναι **ικανοί/-ές & διατεθειμένοι/-ες** να απαντήσουν.
- ✓ Οι ερωτήσεις πρέπει να είναι **σχετικές & σύντομες**.
- ✓ **Αποφύγετε** τις **αρνητικές** ερωτήσεις.
- ✓ **Αποφύγετε** **μεροληπτικές** ερωτήσεις & όρους.
- ✓ Το ερωτηματολόγιο πρέπει να είναι **τακτοποιημένο & ξεκάθαρο**.
- ✓ **Αποφύγετε** φορτωμένες ερωτήσεις που υποδεικνύουν «**τη σωστή απάντηση**».

Οδηγίες @αποφυγή σφαλμάτων

- ✓ Αποφύγετε τη χρήση φορτισμένων λέξεων.
- ✓ Γράψτε απλές φυσιολογικές προτάσεις.
- ✓ Αποφύγετε φράσεις του συρμού, αλλά και τεχνικούς όρους.
- ✓ Οι ερωτήσεις θα πρέπει να είναι κατανοητές.
- ✓ Να είστε συγκεκριμένοι/-ες και να μην μιλάτε αόριστα.
- ✓ Χρησιμοποιήστε κατάλληλους ποσοτικούς και χρονικούς προσδιορισμούς.
- ✓ Τα γεγονότα που περιγράφετε στην ερώτηση θα πρέπει να είναι ακριβή.
- ✓ Μην προϋποθέτετε κάποια προηγούμενη γνώση ή συμπεριφορά του ερωτώμενου.
- ✓ Αποφύγετε διπλές αρνήσεις ή μονοσήμαντα φορτισμένες εκφράσεις.
- ✓ Μην ζητάτε από τους/τις ερωτώμενους/-ες να αξιολογήσουν ταυτόχρονα δύο ζητήματα.

Οδηγίες @κατασκευή ερωτηματολογίου

- ✓ Επιλέξτε την **κατάλληλη μορφή** ερωτήσεων.
- ✓ Δημιουργήστε στοιχεία ερωτηματολογίου που **με απλό τρόπο** ρωτούν.
- ✓ Τα στοιχεία θα πρέπει να είναι όσο το δυνατό **απλούστερα διατυπωμένα**.
- ✓ Προτιμήστε **ερωτήσεις κλειστού τύπου** (κλειστές ερωτήσεις).
- ✓ Αν συμπεριλάβετε **ερωτήσεις ανοιχτού τύπου** να θυμάστε ότι συνήθως αυτές αναλύονται στο τέλος **με ποιοτικό τρόπο**.

Οδηγίες @κατασκευή ερωτηματολογίου

- ✓ Πριν δοθεί το ερωτηματολόγιο προς την τελική συμπλήρωση προτείνεται ένας **προέλεγχος του ερωτηματολογίου**.
- ✓ Ο προέλεγχος γίνεται αρχικά με την **πειραματική εφαρμογή** τους και πρόβα ανάμεσα στους/στις ερευνητές/-τριες.
- ✓ Στη συνέχεια μπορεί να γίνει μια **πilotική έρευνα (έρευνα πιλότος)**, όπου σε **δείγμα μη πιθανοτικό** συμπληρώνονται **20 με 30 ερωτηματολόγια** ώστε να αναδειχτούν πιθανές δυσκολίες ενώ τα δεδομένα που προκύπτουν αναλύονται για να εξαχθούν **αρχικοί δείκτες αξιοπιστίας & εγκυρότητας**.

Ο ρόλος @συνεντευκτής/-κτρια

- ✓ Η παρουσία του/της συνεντευκτή/-κτριας **μειώνει** γενικά τον αριθμό των «**Δεν γνωρίζω**» και «**Δεν απαντώ**» και ελαττώνει τις παρερμηνείες.
- ✓ Οι συνεντευκτές/-κτρίες μπορούν να **παρατηρούν** τους/τις ερωτώμενους/-ες την ώρα που **συμπληρώνουν το ερωτηματολόγιο**.
- ✓ **Εκπαιδεύονται** για τον τρόπο που θα πρέπει να προσεγγίζουν τους/τις ερωτώμενους/-ες.
- ✓ Παραλαμβάνουν **γενικές οδηγίες για τις συνεντεύξεις**, πρέπει να έχουν εξοικείωση με το ερωτηματολόγιο και να αναπαράγουν **πιστά τις ερωτήσεις**.

Ο ρόλος @συνεντευκτής/-κτρια

- ✓ Για τις περιπτώσεις που κατά τη διεξαγωγή των συνεντεύξεων υπάρξουν ερωτήσεις οι συνεντευκτές/-κτρίες πρέπει να έχουν **σαφείς οδηγίες** τις οποίες και πρέπει να τηρούν για το πώς πρέπει να υποβοηθούν τους/τις ερωτώμενους/-ες
- ✓ Θα πρέπει να κάνουν **ακριβή καταγραφή των απαντήσεων** των ερωτώμενων και να ζητούν διευκρινήσεις από τους/τις ερωτώμενους /-ες.
- ✓ **Ελέγχονται** και εποπτεύονται από τους/τις επόπτες/-τριες της έρευνας.

Κλίμακες

- ✓ Διχοτομικές κλίμακες
- ✓ Κλίμακες απλής επιλογής
- ✓ Κλίμακες πολλαπλής επιλογής
- ✓ Κλίμακες αξιολόγησης
- ✓ Κλίμακες Likert
- ✓ Κλίμακες τύπου Likert
- ✓ Σημαντικός διαφορισμός
- ✓ Κλίμακες Stapel
- ✓ Κλίμακες Grid του Kelly

Διχοτομικές @κλίμακες

- Πρόκειται για ερωτήσεις που επιδέχονται ως **απάντηση μία από δύο δυνατές τιμές**

Χρησιμοποιείται η πρακτική του Διαδικτύου στην επιχείρησή σας;

☐ Ναι

☐ Όχι

Έχετε δημιουργήσει δική σας ιστοσελίδα;

☐ ναι

☐ Όχι

Γνωρίζετε τι είναι οι εταιρείες ανθρωπιστικού χαρακτήρα;

☐ Ναι

☐ Όχι

Ερωτήσεις @συνάφεια

- ✓ Μια ειδική περίπτωση χρήσης διχοτομικών κλιμάκων είναι **μαζί με ερωτήσεις συνάφειας**.
- ✓ Η διχοτομική ερώτηση **προηγείται μια άλλης ερώτησης** για να περιορίσει τους/τις ερωτώμενους/-ες στους/στις κατάλληλες να απαντήσουν στην παρακάτω ερώτηση.
 - ✓ Για παράδειγμα, αν θέλουμε να δούμε πόσο συχνά διαβάζουν εφημερίδα , θα πρέπει πρώτα να δούμε αν όντως διαβάζουν εφημερίδα. Η ερώτηση του αν διαβάζουν μπαίνει πρώτη και είναι διχοτομική και ακολουθεί η ερώτηση συνάφειας που μας ενδιαφέρει.
- ✓ Γενικά, οι διχοτομικές ερωτήσεις χρησιμοποιούνται για να **μετρήσουμε υφιστάμενες συμπεριφορές**, όχι απόψεις.

Παράδειγμα

Χρησιμοποιείτε το Διαδίκτυο;

☐ Ναι

☐ Όχι

Λόγοι για τους οποίους δεν χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες απαντήσεις)

Θεωρείται ακριβό

☐

Δεν είναι αρκετά δημοφιλές

☐

Πρόβλημα στην ενημέρωση

☐

Ανησυχία για λόγους ασφαλείας

☐

Άλλοι

☐

Παράδειγμα

Είστε συνδρομητής/-τρια σε κάποια εταιρεία ανθρωπιστικού χαρακτήρα;

☐

Ναι

☐

Όχι

Αν είστε συνδρομητής/-τρια για ποιο λόγο το έχετε κάνει;

Για να τα έχω καλά με τη συνείδηση μου ☐

Γιατί αγαπάω τα παιδιά ☐

Γιατί έχω πολλά χρήματα και θέλω κάπου να τα ξοδέψω ☐

Για να μεγαλώσουν τα παιδιά μου σε έναν καλύτερο κόσμο ☐

Γιατί δεν πρέπει να χαθεί ο έλεγχος ☐

Γιατί επιτέλους κάποιος/-α πρέπει να αντιδράσει ☐

Κλίμακες @απλή επιλογή

Πρόκειται για ερωτήσεις που επιδέχονται **μόνο μία από μια σειρά προτεινόμενων απαντήσεων**

Βαθμός μηχανοργάνωσης

☐ Πλήρης ☐ Μερικώς ☐ Δεν έχει ξεκινήσει ακόμα

Παρακαλώ δηλώστε τον αριθμό επισκέψεων στην ιστοσελίδα σας
κάθε μήνα

- ☐ Λιγότερο από 50
- ☐ 51-250
- ☐ 251-450
- ☐ 451-650
- ☐ Περισσότερες από 651

Κλίμακες @πολλαπλή επιλογή

- ✓ Πρόκειται για ερωτήσεις που επιδέχονται **μία ή περισσότερες απαντήσεις** από μια σειρά προτεινόμενων απαντήσεων.
- ✓ Γενικότερα, ο/η ερωτώμενος/-η μπορεί να επιλέξει από **καμία έως όλες** τις προτεινόμενες απαντήσεις.
- ✓ Στις περιπτώσεις αυτές θα πρέπει να διατυπώνεται στο τέλος της ερώτησης η φράση «Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις».

Παράδειγμα

Ποιες από τις παρακάτω εταιρείες ανθρωπιστικού χαρακτήρα γνωρίζετε;
(μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

Γιατροί χωρίς σύνορα ☐

Γιατροί του κόσμου ☐

Διεθνής αμνηστία ☐

Ελπίδα ☐

Unesco ☐

Unicef ☐

Greenpeace ☐

Κλίμακες @αξιολόγηση

- ✓ Στις ερωτήσεις αυτές ο/η ερωτώμενος/-η καλείται να βαθμολογήσει **μια σειρά από προτάσεις** ή λόγους, ή άλλα στοιχεία, **με σειρά σπουδαιότητας**, βάζοντας 1 στη σπουδαιότερη, 2 στην αμέσως λιγότερο σπουδαία πρόταση, κ.ο.κ.
- ✓ Μπορεί ο/η ερωτώμενος/-η να αξιολογήσει όλους τους λόγους-προτάσεις ή να του/της ζητηθεί να αξιολογήσει ένα υποσύνολό τους.

Παράδειγμα

Επιλέξτε και κατατάξτε τα τρία σημαντικότερα μειονεκτήματα χρήσης του διαδικτύου σαν κανάλι μάρκετινγκ επικοινωνίας με τη σειρά από το 1 έως το 3 όπου το 1 δηλώνει το πιο μεγάλο μειονέκτημα και το 3 το μικρότερο μειονέκτημα.

- ☐ Ανησυχία του/της πελάτη/-ισσας για θέματα ασφαλείας (πχ δεν είναι πρόθυμοι/-ες να γράψουν τα στοιχεία της πιστωτικής τους κάρτας).
- ☐ Η ανεπάρκεια της εσωτερικής δομής του διαδικτύου στην Ελλάδα
- ☐ Η μη-εμπειρία των ατόμων στην Ελλάδα για την ανάπτυξη των τεχνολογιών των Η/Υ
- ☐ Οι χρήστες του διαδικτύου θεωρούν ότι είναι ακριβό
- ☐ Ανεπάρκεια το διαδικτύου να ικανοποιήσει την έντονη ανάγκη των Ελλήνων να μιλούν και να συμφωνούν πρόσωπο με πρόσωπο
- ☐ Το υψηλό κόστος το οποίο σχετίζεται με την εγκατάσταση του υλικού (hardware)

Προβλήματα

Η χρήση κλιμάκων αξιολόγησης παρουσιάζει σημαντικά προβλήματα που προέρχονται από τη **δυσκολία** που παρουσιάζεται για τους **χρήστες/-τριες** να χειριστούν άνετα τέτοιες κλίμακες:

- Οι ερωτώμενοι/-ες **δεν αξιολογούν όλες τις τιμές.**
- Οι ερωτώμενοι/-ες χρησιμοποιούν **ίδιους βαθμούς αξιολόγησης για πάνω από μία τιμές.**
- Οι ερωτώμενοι/-ες **απλώς τσεκάρουν** τις επιλογές που θεωρούν **σημαντικές**, αφήνοντας έξω τιμές που δεν θεωρούν σημαντικές. Τις αντιμετωπίζουν δηλαδή σαν να είναι πολλαπλής επιλογής.
- Συχνά τα παραπάνω προβλήματα γίνονται εντονότερα όταν οι τιμές **(οι απαντήσεις της ερώτησης)** που θα πρέπει **να αξιολογηθούν είναι πολλές.**

Κλίμακες @Likert

- Είναι κλίμακες συμφωνίας του/της ερωτώμενου/-ης με μία άποψη.
- Για να κατασκευάσουμε μία τέτοια κλίμακα διατυπώνουμε καταφατικά μια πρόταση και ζητάμε από τον/την ερωτώμενο/-η να δηλώσει το βαθμό συμφωνίας του στην πρόταση που διατυπώσαμε.
- Τα σημεία κλειδιά για τη δημιουργία κλίμακας τύπου Likert είναι:
 1. Η διατύπωση μια καταφατικής πρότασης (όχι ερώτησης)
 2. Το αίτημα προς τον/την ερωτώμενο/-η να δηλώσει το βαθμό συμφωνίας του προς τη διατυπωμένη άποψη
 3. Η χρήση μιας κλιμάκωσης τιμών, συνήθως από το «διαφωνώ απόλυτα» έως το «συμφωνώ απόλυτα».

Κλίμακες @Likert

- ✓ Οι κλίμακες Likert έχουν συνήθως **πέντε τιμές απαντήσεων**: «διαφωνώ απόλυτα», «διαφωνώ», «ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ», «συμφωνώ», «συμφωνώ απόλυτα».
- ✓ Συχνές επίσης είναι στο μάρκετινγκ οι **επταβάθμιες μορφές απαντήσεων** και πολύ πιο σπάνιες οι κλίμακες με τρεις βαθμίδες απαντήσεων.
- ✓ Γενικά, καλό είναι να γνωρίζουμε ότι όσο **πιο πολλές τιμές – βαθμίδες απαντήσεων** έχουμε, τόσο περισσότερο ικανοποιούνται κάποιες συνθήκες σύμφωνα με τις οποίες η στατιστική ανάλυση των απαντήσεων μπορεί να γίνει **με όρους ποσοτικών μεταβλητών**.
- ✓ Στις κλίμακες με άρτιο αριθμό θέσεων **δεν υπάρχει μεσαίο σημείο** οπότε έμμεσα πιέζεται ο/η ερωτώμενος/-η να επιλέξει από **τη μία ή την άλλη πλευρά της κλίμακας**.

Παράδειγμα

Παρακαλούμε δηλώστε τον βαθμό συμφωνίας σας στο αν η κυβέρνηση οφείλει

	Συμφωνώ απόλυτα	Συμφωνώ	Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ	Διαφωνώ απόλυτα
Να βρει σε όλους δουλειά	☐	☐	☐	☐	☐
Να διατηρεί τις τιμές των αγαθών υπό έλεγχο	☐	☐	☐	☐	☐
Να ενισχύει τη βιομηχανία	☐	☐	☐	☐	☐
Να μειώνει τις κοινωνικές ανισότητες	☐	☐	☐	☐	☐
Να προσφέρει κατοικία σε όλους	☐	☐	☐	☐	☐
Να προστατεύει το περιβάλλον	☐	☐	☐	☐	☐
Να ενισχύει το εισόδημα των αγροτών όταν δεν επαρκεί	☐	☐	☐	☐	☐
Να ενισχύει το εισόδημα των βιοτεχνών-εμπόρων όταν δεν επαρκεί	☐	☐	☐	☐	☐
Να μειώσει τη φορολογία	☐	☐	☐	☐	☐

Κλίμακες @τύπου Likert

- ✓ Οι κλίμακες αυτές είναι **κλίμακες διάταξης**, δηλαδή οι τιμές τους παρουσιάζουν **διάταξη-κλιμάκωση** από το **ελάχιστο** προς το **πάρα πολύ** και μετρούν *ποιότητα, σημαντικότητα, ενδιαφέρον, ικανοποίηση, συχνότητα, το βαθμό που κάτι ισχύει, κ.ά.*

Παράδειγμα @Ποιότητα

Το επίπεδο ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών από την Τράπεζά σας είναι:

- χαμηλό
- μέτριο
- υψηλό
- πολύ υψηλό
- Εξαιρετικό

Το επίπεδο ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών από την Τράπεζά σας είναι:

- εξαιρετικά χαμηλό
- κάτω του μετρίου average
- μέτριο
- άνω του μετρίου
- εξαιρετικό

Παράδειγμα @Σημαντικότητα

Πόσο σημαντικό είναι για εσάς να λαμβάνετε ειδοποιήσεις για έκδοση του λογαριασμού του κινητού σας τηλεφώνου;

- Καθόλου σημαντικό
- Λίγο σημαντικό
- Αδιάφορο
- Αρκετά σημαντικό
- Πολύ σημαντικό

Παρακαλούμε δηλώστε πόσο σημαντική ιδιότητα θεωρείτε, το να είναι ένα Πληροφοριακό Σύστημα ηλεκτρονικής διακυβέρνησης, εύκολο στη χρήση.

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

Παράδειγμα @Σημαντικότητα

Στην κλίμακα από το 1 έως το 7, όπου το 1 δηλώνει το απολύτως μη σημαντικό και το 7 το απολύτως σημαντικό, σας παρακαλώ βαθμολογήστε πόσο σημαντικό είναι για εσάς να λαμβάνετε ειδοποιήσεις για έκδοση του λογαριασμού του κινητού σας τηλεφώνου.

- 1 απολύτως μη σημαντικό
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 απολύτως σημαντικό

Παράδειγμα @Ποιότητα

Το επίπεδο ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών από την Τράπεζά σας είναι:

- χαμηλό
- μέτριο
- υψηλό
- πολύ υψηλό
- Εξαιρετικό

Το επίπεδο ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών από την Τράπεζά σας είναι:

- εξαιρετικά χαμηλό
- κάτω του μετρίου average
- μέτριο
- άνω του μετρίου
- εξαιρετικό

Παράδειγμα @Ενδιαφέρον

Πόσο ενδιαφέρεστε για την πολιτική;

- | | |
|---------|--------------------------|
| Πολύ | ☐ |
| Αρκετά | ☐ |
| Λίγο | ☐ |
| Καθόλου | ☐ |

Παράδειγμα @Ικανοποίηση

Παρακαλώ δηλώστε πόσο ικανοποιημένος/-η είστε από την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών

- Καθόλου ικανοποιημένος/-η
- Ελάχιστα ικανοποιημένος/-η
- Μέτρια ικανοποιημένος/-η
- Πολύ ικανοποιημένος/-η
- Απόλυτα ικανοποιημένος/-η

Παρακαλώ δηλώστε πόσο ευχαριστημένος/-η είστε από την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών

- Απόλυτα δυσαρεστημένος/-η
- Αρκετά δυσαρεστημένος/-η
- Λίγο δυσαρεστημένος/-η
- Ούτε ευχαριστημένος/-η ούτε δυσαρεστημένος/-η
- Λίγο ευχαριστημένος/-η
- Αρκετά ευχαριστημένος/-η
- Απόλυτα ευχαριστημένος/-η

Παράδειγμα @Ικανοποίηση

Ο παρακάτω κατάλογος περιλαμβάνει θέματα με τα οποία ασχολείται η κυβέρνηση. Παρακαλούμε δηλώστε τον βαθμό ικανοποίησής σας από τον τρόπο που τα αντιμετωπίζει:

	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου
Περιβάλλον	☐	☐	☐	☐
Υγεία	☐	☐	☐	☐
Αστυνομία και ασφάλεια των πολιτών	☐	☐	☐	☐
Εκπαίδευση	☐	☐	☐	☐
Άμυνα	☐	☐	☐	☐
Εξωτερική πολιτική	☐	☐	☐	☐
Συντάξεις	☐	☐	☐	☐
Ανεργία	☐	☐	☐	☐
Πολιτισμός	☐	☐	☐	☐

Παράδειγμα @Συχνότητα

Πόσο συχνά συμμετέχετε σε πολιτικές συζητήσεις

- ποτέ
- σπάνια
- μερικές φορές
- συχνά
- πολύ συχνά

Πόσο συχνά ενημερώνεστε για ειδήσεις στο διαδίκτυο;

- ποτέ
- Μια φορά ή δύο φορές το εξάμηνο
- Μια ή δυο φορές το μήνα
- Μια φορά ή δυο φορές την εβδομάδα
- Περισσότερο από δυο φορές την εβδομάδα

Συχνότητα

Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την κάρτα μέλους όταν ψωνίζετε από το σούπερ μάρκετ;

- ποτέ
- σπάνια, σε περίπου 10% των αγορών μου
- περιστασιακά, σε περίπου 30% των αγορών μου
- μερικές φορές, σε περίπου 50% των αγορών μου
- συχνά, σε περίπου 70% των αγορών μου
- συνήθως, σε περίπου 90% των αγορών μου
- Κάθε φορά

Παράδειγμα @Αλήθεια/ισχύει κάτι

Παρακαλούμε απαντήστε κατά πόσο ισχύει το παρακάτω:
Κατά τη διάρκεια των αγορών μου επηρεάζομαι από τη συμπεριφορά του/της πωλητή/-τριας

- Δεν ισχύει
- Δεν ισχύει και πολύ
- Μερικές φορές ισχύει
- Ισχύει

Ή

- Σχεδόν πάντα ισχύει
- Συνήθως ισχύει
- Περιστασιακά ισχύει
- Συνήθως δεν ισχύει
- Σχεδόν ποτέ δεν ισχύει

Σημαντικός @διαφορισμός

- ✓ Καταγράφει την **απάντηση** του/της ερωτώμενου/-ης σε ένα σημείο μιας **πενταβάθμιας** ή **επταβάθμιας** συνήθως **κλίμακας**, σπανιότερα δεκαβάθμιας. Τα δύο άκρα της κλίμακας τοποθετούνται οι δύο αντίθετοι όροι ενός δίπολου, που συνδέονται με μια υπό μελέτη ιδιότητα.
- ✓ Συχνά αποδίδεται **σκορ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7** ή **-3, -2, -1, 0, 1, 2, 3**. Ένας βαθμός αποδίδεται σε κάθε θέση της κλίμακας. Ο σημαντικός διαφορισμός χρησιμοποιείται για:
 - ✓ **Αξιολόγηση**
(καλό-κακό, θετικό-αρνητικό, ευχάριστο-δυσάρεστο, άχρηστο-πολύτιμο, βρόμικο-καθαρό)
 - ✓ **Αντοχή-δύναμη**
(ανθεκτικό-μη ανθεκτικό, βαρύ-ελαφρύ, σκληρό-μαλακό, απλό-σύνθετο, εύκολο-δύσκολο)
 - ✓ **Δραστηριότητα**
(ενεργητικό-παθητικό, ανήσυχο-ήσυχο, γρήγορο-αργό, απαλό-έντονο, ήσυχο-θορυβώδες)

Παράδειγμα @Σημαντικός διαφορισμός

Πώς θα περιγράφατε την εμπειρία σας από την πλοήγηση στον δικτυακό μας τόπο;

- συναρπαστική ___ : ___ : ___ : ___ : ___ : ___ : ___ ανούσια
- ενδιαφέρουσα ___ : ___ : ___ : ___ : ___ : ___ : ___ βαρετή
- απλή ___ : ___ : ___ : ___ : ___ : ___ : ___ πολύπλοκη
- παθητική ___ : ___ : ___ : ___ : ___ : ___ : ___ ενεργητική

Κλίμακες @Stapel

- Συχνά αντικαθιστά το σημαντικό διαφορισμό.
- Η κλίμακα αυτή δίνει τη δυνατότητα να επιλέξει ο/η ερωτώμενος/-η ανάμεσα από μια σειρά θέσεων που κυμαίνονται **από το απόλυτα αρνητικό μέχρι το απόλυτα θετικό**.
- Πρόκειται για μια **μονοπολική κλίμακα** με κατηγορίες διαβαθμισμένες από το -3 έως το +3 ή από το -5 έως το +5 : -3 -2 -1 +1 +2 +3 ή -5 -4 -3 -2 -1 +1 +2 +3 +4 +5.
- Επιτρέπονται βεβαίως **όλες οι ενδιάμεσες τιμές**. Συχνά χρησιμοποιούνται κλίμακες από το -2 έως το 2.
- Η τιμή 0 συχνά παραλείπεται.

Παράδειγμα @Κλίμακα Stapel

Παρακαλούμε δήλωσε πόσο ακριβείς είναι οι παρακάτω προτάσεις

3

2

1

Η ποιότητα παρεχόμενων
υπηρεσιών ήταν καλή

-1

-2

-3

Παράδειγμα @Κλίμακα Stapel

+5
+4
+3
+2
+1

Το κατάστημα Α – ή το μάθημα Α – ή η βιβλιοθήκη Α έχει υψηλή
ποιότητα

-1
-2
-3
-4
-5

Παράδειγμα @Κλίμακα Stapel

Εάν αγοράζεις επώνυμα προϊόντα, πιστεύεις ότι μ' αυτόν τον τρόπο:

3	3	3	3	3
2	2	2	2	2
1	1	1	1	1
Γίνεσαι αποδεκτός από τους φίλους σου	Δείχνεις την προσωπικότητ ά σου	Αισθάνεσαι καλά με τον εαυτό σου	Τραβάς τα βλέμματα γύρω σου	Ανεβάζεις το γόητρό σου
-1	-1	-1	-1	-1
-2	-2	-2	-2	-2
-3	-3	-3	-3	-3

Τεχνική Grid του Kelly

- ✓ Προσφέρει τη δυνατότητα στον/στην ερωτώμενο/-η να επιλέξει βάζοντας **ένα x ή να μην επιλέξει αφήνοντας κενό**, αν ένα θέμα παρουσιάζει κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά.
- ✓ Δημιουργεί έτσι ένα χάρτη με επιμέρους χαρακτηριστικά.
- ✓ Η κλίμακα-πλέγμα του Kelly χρησιμοποιείται αρκετά όταν θέλουμε να **συγκρίνουμε** μεταξύ τους **προϊόντα διαφορετικών - ανταγωνιστικών εταιριών** ή συμπληρωματικών παραγόντων ως προς μια σειρά από ιδιότητες.

Παράδειγμα @Τεχνική Grid του Kelly

Πώς αντιδρούν οι γονείς σου όταν ζητάς να αγοράσεις ένα προϊόν για δική σου χρήση;

Πατέρας

Μητέρα

- Δέχονται να πληρώσουν ένα μέρος του ποσού
- Σου αγοράζουν το προϊόν ως ανταμοιβή της καλής συμπεριφοράς σου
- Σου προτείνουν εναλλακτικά προϊόντα
- Εκφράζουν τα θετικά και τα αρνητικά της επιθυμίας σου
- Σε αγνοούν
- Αρνούνται γιατί δεν διαθέτουν χρήματα
- Σου απαντούν με ένα ΝΑΙ ή ΟΧΙ χωρίς αιτιολογία
- Σε παροτρύνουν να ενημερωθείς για το προϊόν

Γραφικές @κλίμακες

πολύ ευχαριστημένος/η ευχαριστημένος/η ουδέτερη τοποθέτηση δυσαρεστημένος/η πολύ δυσαρεστημένος/η



Κλίμακες @σταθερό άθροισμα

Θέλουμε να δούμε **ποια χαρακτηριστικά θεωρείτε σημαντικότερα** όταν εξυπηρετήστε από μια εταιρία παροχής υπηρεσιών.

Παρακάτω περιγράφονται **τέσσερις άξονες** που αφορούν την εξυπηρέτηση των πελατών από μια εταιρία.

Αν έχετε 100 βαθμούς να τους μοιράσετε στα παρακάτω τέσσερα χαρακτηριστικά, με τρόπο ώστε τα πιο σημαντικά να παίρνουν **μεγαλύτερη βαθμολογία**, πώς θα τους μοιράζατε;

Υλική υποδομή

Ευγένεια προσωπικού

Προσπάθεια κατανόησης των προβλημάτων σας

Αξιοπιστία

Σύνολο

100

Παράδειγμα @Κλίμακες με σταθερό άθροισμα

Υποδιαιρέστε 100 πόντους ανάμεσα στις παρακάτω μάρκες ρούχων, ανάλογα με την προτίμηση σας σε κάθε μάρκα:

- Maximo Tuti _____
- Zaza _____
- Freshka _____
- Bull & Pears _____

Αν είχατε 100 Ευρώ για να τα διαθέσετε για τη διασκέδαση σας, πόσα θα ξοδεύατε σε:

- Εστιατόρια
- Καφέ
- Κινηματογράφο
- Θέατρο

Κλίμακες @μοναδικό θέμα

Μια κλίμακα μοναδικού θέματος ρωτά για **ένα θέμα μόνο** του.

Πόσο ικανοποιημένος/-η είστε από την οικονομική πολιτική της κυβέρνησης

- Απολύτως ικανοποιημένος /-η
- Πολύ ικανοποιημένος /-η
- Αρκετά ικανοποιημένους /-η
- Κάπως δυσαρεστημένος /-η
- Απολύτως δυσαρεστημένος /-η

Κλίμακες @συγκριτικές

- Μια Συγκριτική κλίμακα ζητά από τους/τις ερωτώμενους/-ες να αξιολογήσουν **ένα θέμα σε σύγκριση με ένα άλλο**:

Πόσο καλό είναι το εκπαιδευτικό ίδρυμα που φοιτάτε σε σχέση με το ιδανικό που έχετε στο μυαλό σας;

- Χειρότερο περίπου το ίδιο Καλύτερο

Ευρύτερες διακρίσεις @Κλίμακες

- *Ισόρροπες και μη ισόρροπες κλίμακες*
- Έχει να κάνει με τη συμμετρία των τιμών που προτείνονται για απαντήσεις.

Πόσο ικανοποιημένος/-η είστε από την οικονομική πολιτική της κυβέρνησης;
(ισόρροπη)

- Απολύτως ικανοποιημένος/-η
- ικανοποιημένος /-η
- ούτε ικανοποιημένος /-η, ούτε δυσαρεστημένος /-η
- δυσαρεστημένος/-η
- Απολύτως δυσαρεστημένος/-η

(μη ισόρροπη)

- Απολύτως ικανοποιημένος/-η
- Αρκετά ικανοποιημένος/-η
- Λίγο ικανοποιημένος/-η
- Καθόλου ικανοποιημένος/-η

Σύνθετες κλίμακες

- Οι κλίμακες αυτές ζητούν από τον/την ερωτώμενο/-η να τοποθετηθεί σε ένα θέμα ως προς το **πόσο αρνητικός/-ή ή θετικός/-ή** είναι γι' αυτό. Αντί να του/της προτείνεται μια κλίμακα βαθμολόγησης, του/της προτείνεται μια σειρά προτάσεων από την πιο αρνητική προς την πιο θετική και του/της ζητιέται να επιλέξει εκείνη την πρόταση που τον/την εκφράζει περισσότερο.
- Δεν είναι σαφώς προσδιορισμένος ο αριθμός των προτάσεων που θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν. Συχνά τρεις έως πέντε προτάσεις θεωρούνται ικανοποιητικός αριθμός επιλογών.

Γενικά πόσο καλά ή άσχημα λειτουργεί σήμερα η δημοκρατία στην Ελλάδα;

Λειτουργεί καλά και δεν χρειάζεται αλλαγές

Λειτουργεί καλά αλλά χρειάζεται κάποιες αλλαγές

Δεν λειτουργεί καλά και χρειάζεται πολλές αλλαγές

Δεν λειτουργεί καθόλου καλά και χρειάζεται ριζική αλλαγή

Κλίμακες @μέτρηση συμπεριφορικής διάθεσης

Θα χρησιμοποιούσα έναν ιστότοπο ηλεκτρονικής διακυβέρνησης

- Δεν θα το κάνω
- Είναι απίθανο να το κάνω
- Μάλλον δεν θα το κάνω
- Δίνω μια πιθανότητα 50-50 να το κάνω
- Μάλλον θα το κάνω
- Είναι πολύ πιθανό να το κάνω
- Θα το κάνω σίγουρα

Επιλογή @κλίμακες

- ✓ Κλίμακες διάταξης, απόδοσης ποσοστού, ή επιλογής (απλής ή πολλαπλής επιλογής);
- ✓ Μοναδικού θέματος ή συγκριτικές;
- ✓ Με ετικέτες ή όχι;
- ✓ Ισόρροπες ή μη ισόρροπες;
- ✓ Πόσες κατηγορίες απαντήσεων θα έχει κάθε κλίμακα;
- ✓ Μονός ή ζυγός αριθμός κατηγοριών;
- ✓ Θα επιτρέπεται η κατηγορία «δεν έχω άποψη»;
- ✓ Μία ερώτηση ή μία ομάδα ερωτήσεων;

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ζαφειρόπουλος, Κ. (2015). *Πως γίνεται μία επιστημονική εργασία; Επιστημονική έρευνα και συγγραφή εργασιών* (2η έκδοση). Αθήνα: Κριτική.

Σας ευχαριστώ πολύ