



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

روش تحقیق زمینہ یابی

استاد: سرکار خانم صلاحے

ارائہ دہندہ: بهروز دھقان

آخر ماہ ۱۳۹۲

روش تحقیق زمینہ یابی یا پیمائشی

تعاریف:

واژه بررسی، پیمایشی یا زمینه یابی، برای توصیف تحقیقی به کار می رود که در آن از پرسشنامه یا مصاحبه استفاده می شود. زمینه یابی عبارت است از مشاهده پدیده ها به منظور معنا دادن به جنبه های مختلف اطلاعات جمع آوری شده. (دلاور، ۱۳۷۴: ۱۳۷)

شکلی از تحقیق توصیفی است که در علوم رفتاری بطور فراوان مورد استفاده قرار می گیرد. این تحقیق عبارت است از یک فرایند پژوهشی که به منظور جمع آوری اطلاعات درباره این موضوع که گروهی از مردم چه می دانند، چه فکر می کنند و یا چه کاری انجام می دهند. یعنی نگرشها، باورها، عقاید و روابط موجود را مطالعه می کند.

تحقیق زمینه یابی براین اساس استوار است که اگر قصد دارید عقیده مردم را نسبت به موضوعی بدانید بهترین روش این است که از آنها سوال کنید. (دلاور - روش تحقیق)

تحقیق پیمایشی فرایندی است مستلزم خلاقیت، قدرت تخیل، مهارت، مصالحه و یافتن راه حل های مناسبی برای مشکلات.

تحقیق پیمایشی فرآیندی است که در آن کنش و واکنش مستمری میان نظریه و داده ها و نیز میان تحلیل مقدماتی و تحلیل های بعدی وجود دارد.

روش پیمایشی به معنای فن خاصی برای جمع آوری اطلاعات نیست.

تحقیق پیمایشی مکمل یافته های پژوهش آزمایشی هستند. (کازبی، ۱۳۸۶: ۱۴۵).

روایی بیرونی در این پژوهش بسیار مهم است. هر چند اغلب تصور می شود که داده های پیمایشی، نمایی از چگونگی تفکر و رفتار افراد در مقطع زمانی معین فراهم می آورند. اما روش پیمایشی شیوه مهمی نیز برای پژوهشگران در بررسی روابط میان متغیرها و طرز تغییر نگرش ها و رفتارها در طول زمان است. مثلاً می توان رابطه بین تعداد ساعات کار دانش آموزان دبیرستانی و متغیرهایی مانند معدل کلاسی، مصرف دارو و الکل و آشفتگی های روان تنی آن ها را بررسی کرد.

این تحقیق از دو مرحله تشکیل شده است:

- ۱) مشاهده دقیق و نزدیک پارامترهای مورد پژوهش در جامعه.
- ۲) جمع آوری اطلاعات و معنا دادن به آنچه که مورد مشاهده قرار گرفته است.

چند نمونه تحقیق زمینه یابی :

- ۱- بررسی میزان رضایت زندگی ساکنان یک شهر
- ۲- بررسی علل اعتیاد نوجوانان و جوانان از دیدگاه کارشناسان و متخصصان
- ۳- بررسی نگرش مردم در مورد ضرورت تأسیس مراکز آموزش فنی و حرفه ای

اهداف تحقیق زمینه یابی:

۱- توصیف (Description)

۲- تبیین (Explanation)

۳- کشف (Exploration)

۱- توصیف (Description):

معمولاً تحقیق زمینه یابی به منظور کشف واقعیت های موجود یا آنچه که هست انجام می شود به عبارت دیگر این روش پژوهش به منظور توصیف یک جامعه تحقیقی در زمینه ی توزیع یک پدیده ی معین انجام می شود. به همین دلیل محقق در مورد علت وجودی توزیع بحث نمی کند بلکه تنها به چگونگی آن در جامعه ی مورد پژوهش می پردازد و آن را توصیف می کند. پرسشهایی مثل چگونه، چه کسی، چه چیزی، کجا، چه مقدار، چه تعداد؟ از جمله مهمترین مولفه های مطرح شده در پیمایشهای توصیفی است.

برای مثال مرکز آمار توزیع سن و جنس را در کشور، وزارت کشور درصد آراء مردم در انتخابات یا وزارت کار میزان بیکاری را در بین کارگران نشان می دهند و این توزیع را در نقاط مختلف کشور توصیف می کند. که توصیف می تواند در سطح جامعه، با انجام سرشماری یا در سطح نمونه و تعمیم آن به جامعه از طریق نمونه گیری انجام گیرد.

۲- تبیین (Explanation):

در حوزه تبیین، علاوه بر توصیف و چگونگی پدیده‌ها، به تفسیر و بیان علل احتمالی و همچنین تبیین علت‌ها و دلایل رفتارها و تشریح علت‌انگیزه‌های افراد نیز پرداخته می‌شود. در این نوع مطالعات (پیمایش‌های تبیینی) به چرایی رفتارها پرداخته می‌شود. تبیین عبارت از برقراری رابطه‌ای درونی و متقابل بین متغیرهای مختلف پژوهش است. اما چگونه می‌توان به طور عینی این رابطه را برقرار کرد؛ این فرآیند از طریق استدلال استقرایی و آزمون نتایج نظریه‌ها، میسر است. درپیمایش‌های تبیینی، پرسش‌هایی مثل: چرا؟ به چه دلیل؟ برای چه؟ از جمله مهمترین مولفه‌های مطرح شده به شمار می‌روند.

گرچه قالب تحقیقات زمینه‌یابی دارای هدف توصیفی هستند اما برخی از آنها هدف تبیینی هم دارند به عنوان مثال در نمونه‌گیری رای دهندگان انتخاباتی می‌توان تبیین کرد که چرا برخی از رای دهندگان یکی از کاندیداها را بر بقیه ترجیح داده‌اند یا در مثال آمارگیری بیکاری، محقق می‌تواند بر این مساله که چرا برخی کارگران، کار پیدا کرده‌اند و عده‌ی دیگر هنوز بیکارند تاکید نماید.

نکته:

تحقیق توصیفی با چگونگی امور و تحقیق تبیینی با چرایی امور سروکار دارد. تحقیقات توصیفی دامنه گسترده‌ای دارند مانند تحقیقات بازاریابی، بررسی افکار عمومی، مطالعه رسانه‌ها، سنجش میزان رضایتمندی کارکنان و مشتریان، بررسی گرایش‌های رأی‌دهندگان و امثال آن.

توصیف اهمیت زیادی دارد. چنانچه نتوانیم پدیده‌ها را به نحوه مناسب و مطلوب توصیف کنیم، قطعاً نمی‌توانیم به نحو مناسب نیز آنرا در گام‌های بعدی تبیین کنیم. اگر چنانچه نتوانیم پدیده‌های اجتماعی را به نحو مناسب بشناسیم، بی‌شک تحلیل و تبیین آن نیز با محدودیت و نواقص روبرو خواهد شد. توصیف پدیده‌ها در برجسته ساختن، تشریح و وجود مسائل مختلف سازمانی و بیان ابعاد مختلف آن به منظور تصمیم‌گیری صحیح در جهت اقدامات اصلاحی بسیار ضروری و مهم به شمار می‌رود.

۳- کشف (Exploration):

این نوع مطالعات در حوزه تحقیقات پیمایشی از جمله مطالعات اکتشافی بشمار می روند و در حقیقت در جهت دستیابی به شناخت تکمیلی موضوع و کنجکاوی به منظور تهیه طرح تحقیق اصلی انجام می پذیرند. بطوریکه هدف از انجام اینگونه مطالعات، فراهم ساختن مقدمات و افزایش آگاهی و دانش پژوهشگر پیرامون موضوع تحقیق است.

هنگامی که پژوهشگر بخواهد موضوع خاصی را مورد پژوهش قرار دهد می تواند از روش های زمینه یابی به عنوان یک تدبیر پژوهشی استفاده نماید. برای مثال گروهی از پژوهشگران مطالعه جامعی را درباره ماهیت، منابع و پیامدها افراط گرایی دانشجویان در یک دانشگاه را برنامه ریزی و اجرا کردند.

پیش نیازهای روش تحقیق زمینه یابی :

۱- تعیین هدف تحقیق: به عقیده گودوین (۱۹۹۵) هدف اصلی تحقیق زمینه یابی تعمیم نتایج نمونه به جامعه است.

۲- جامعه مورد مطالعه

۳- تعیین منابع و امکانات مورد نیاز

توضیح اینکه در این تحقیق انتخاب نمونه بسار مهم است چرا که بعنوان نماینده جامعه می باشد .

مراحل مختلف تنظیم تحقیق پیمایشی:

- الف- انتخاب موضوع، به عبارت دیگر خصوصیتی را که قصد آشکار ساختن آن را دارید، مشخص نمائید.
- ب- مساله مورد تحقیق را از نظر مکان و زمان محدود و بیان کنید.
- ج- اهداف و سوال‌هایی برای مساله مورد تحقیق تدوین نمائید.
- د- به سؤالات ذیل پاسخ مناسبی ارائه نمائید.
 - (۱) چگونگی انتخاب جامعه آماری و جامعه نمونه؟
 - (۲) چگونگی و نوع جمع‌آوری اطلاعات؟
 - (۳) آیا افرادی که مامور جمع‌آوری اطلاعات می‌شوند، آموزش نیاز دارند؟
 - (۴) چگونگی استفاده از آمار توصیفی و آمار استنباطی
 - (۵) انتخاب واحد تحلیل، شاخص‌سازی مفاهیم و تعریف عملیاتی آنها
 - (۶) اعتبارسنجی ابزار جمع‌آوری اطلاعات
- هـ- اطلاعات جمع‌آوری شده را تجزیه و تحلیل و با یافته‌های ادبیات تحقیق مقایسه و نتیجه‌گیری کنید، پس از نتیجه‌گیری از یافته‌ها، گزارش تحقیق را تنظیم نمائید.

مزایای تحقیق زمینه یابی:

۱. یک مزیت این است که مشکل می توان از طریقی دیگر غیر از زمینه یابی اطلاعاتی را در مورد نگرش و باورهای تعداد زیادی از پاسخ گوها به دست آورد.
۲. از روشهای زمینه یابی می توان به منظور کسب اطلاعات پیرامون رویدادهایی که در گذشته رخ داده اند استفاده کرد.
۳. این روش وسیله خوبی برای سنجش نگرش ها و جهت گیری ها است. می توان از پیمایش ها برای هدف های توصیفی تبیینی و اکتشافی استفاده کرد.
۴. چهارمین مزیت این است که از طریق آنها می توان به آسانی در مدت زمان نسبتا کوتاه و با هزینه نسبتا اندک از تعداد بسیاری پاسخگو اطلاعات کسب کرد.
۵. و سرانجام اینکه به دلیل فراگیر بودن زمینه یابی عموما می توان به سادگی مردم را به شرکت در آن واداشت.

ایرادهای زمینه یابی:

۱. یکی از عیبهای اصلی روش زمینه یابی این است که در واقع نمی توان روابط علت و معلولی را از طریق آنها آزمود بنابراین در مقایسه با آزمایش زمینه یابی ها در مقام ابزارهایی برای تحلیل علت یا آزمون دقیق نظریه ضعیف هستند.
۲. علاوه بر آن عمق و ژرفای اطلاعات به دست آمده از این روش معمولاً هم پایه روش مشاهده توأم با مشارکت نیست.
۳. همچنین محقق احتمالاً نمی تواند چیز زیادی پیرامون عوامل مهم محیطی یا عواملی که بر رفتار پاسخگو اثر می گذارند فراگیرد.

انتقادات از تحقیق زمینه یابی:

الف - انتقادهای فلسفی:

- ۱) در روش پیمایشی نمی توان میان متغیرها روابط علی برقرار کرد.
- ۲) روش پیمایشی تنها به جنبه های خاصی از اعتقادات و رفتارهای فردی می پردازد و زمینه ای را که این اعتقادات و رفتارها در آن جریان دارد را در نظر نمی گیرد. بدون در نظر گرفتن زمینه رفتار نمی توان درک درستی از آن داشت.
- ۳) روش پیمایشی، جبرگرا است.
- ۴) اگر از تفکر خلاق در تحقیق پیمایشی استفاده نشود این روش، بی فایده، تشریفاتی و انعطاف ناپذیر است که بر محور « فرضیه آزمایشی » و « آزمون های معنی داری » متمرکز شده و هیچ تصور یا تفکر خلاق را نمی طلبد.
- ۵) اگر از نظریه در طراحی و اجرای تحقیق پیمایشی استفاده نشود، این روش اساساً تجربه گرا است (سی. رایت. میلز).
- ۶) بعضی چیزها را به ویژه با روش پیمایشی نمی توان اندازه گیری کرد.

ب- انتقادهای فنی:

- ۱) چون روش پیمایشی اغلب فقط بر پرسشنامه تکیه دارد، دستاوردهای بسیار محدودی دارد.
- ۲) روش پیمایشی بیش از حد بر آمار تکیه دارد و سئوالات جالب را به اعداد نامفهوم کلی تبدیل می کند.

ج- انتقادهای سیاسی:

روش پیمایشی ذاتاً امکان دستکاری و دخل و تصرف در نتایج را به محقق می دهد.

انواع طرحهای اساسی زمینه یابی:

۱- تحقیق طولی (تداومی)

۲- تحقیق عرضی (مقطعی)

۳- دلفی

۱- تحقیق طولی (تداومی):

تجزیه و تحلیل برخی از طرح های تحقیقی به صورت توصیفی یا تبیینی به محقق اجازه می دهد که اطلاعات جمع آوری شده از زمانهای مختلف (طول زمان) را مورد مطالعه قرار دهد.

در این تحقیق افراد یکسان و معین در طول یک دوره زمانی طولانی و مختلف مطالعه می شوند. این تحقیق ممکن است چند سال طول بکشد.

برای مثال «بررسی مشکلات اجتماعی یک نسل معین در مراحل مختلف عمر» که طی آن مسائل اجتماعی یک نسل مشخص در سنین مختلف مورد مطالعه قرار می گیرد یک تحقیق طولی می باشد.

سه نوع بررسی طولی را می توان مورد بررسی قرار داد:

۱) مطالعه روند فرایندها: (روند تغییرات در هر مقطع از جامعه متغیر: برای وقتی که افراد جامعه ها دچار تغییرات نسبی در طول زمان می شوند)

۲) مطالعه گروه های بزرگ: (تحقیقات هم دسته ای: نمونه متفاوت از جامعه ثابت)

۳) مطالعه یک گروه منتخب: (پانل: استفاده از یک نمونه ثابت در مراحل مختلف)

مزایای تحقیق طولی:

- ۱- مطالعه ویرگیها، تغییرات و رفتارها در طول زمان
- ۲- گردآوری اطلاعات جدید و واقعی
- ۳- ایجاد روابط علت و معلولی بین متغیرها
- ۴- طولانی بودن زمان تحقیق به محقق این امکان را می دهد که متغیرها و تغییرات آن را دقیقتر مطالعه کند

معایب تحقیق طولی:

- ۱- لزوم صرف زمان و هزینه بیشتر
- ۲- افت آزمودنیها در طول مطالعه ممکن است آزمودنیها ممکن تغییر در رفتار آنها اعمال شود
- ۳- مقید کردن محققان به دنبال کردن فرضیه یا شکلی از تحقیق که از زمان آنها گذشته است

۲- تحقیق عرضی (مقطعی):

به منظور توصیف جامعه ای که نمونه از آن انتخاب شده است اطلاعات در یک مقطع زمانی معین از نمونه جمع آوری می شوند. برای مثال، اگر به جای «بررسی مشکلات اجتماعی نسل معینی در مراحل مختلف عمر» که در روش طولی اشاره شد و در آن، مطالعه به درازای عمر یک نسل به طول می انجامد، تحقیق در قالب «بررسی مشکلات اجتماعی نسل های متفاوت» مطرح شود، در انجام آن، روش عرضی یا مقطعی در نظر خواهد بود. یا در مثالی دیگر برای بررسی علل طلاق در یک سال مشخص از این روش استفاده می شود.

۳- دلفی

زمانی که بخواهیم درباره اتفاق نظر یک جمع صاحب نظر درباره ی موضوع خاص به بررسی بپردازیم از روش دلفی استفاده می شود. روش دلفی در آینده پژوهی استفاده می شود. دلفی یک روش آماری سفت و سخت برای پیش بینی آینده نیست. فقدان نمونه گیری، نامشخص بودن وقایع آینده و عدم فرایندهای واضح تعریف شده برای انجام دادن مطالعات دلفی، تنها چند مورد از مواردی هستند که دلفی را از روشهای علمی کنترل شده متمایز می کند. برای مثال در بررسی نظر هیئت علمی دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی کشور درباره مسائل و مشکلات رشته های روان شناسی و علوم تربیتی در دانشگاه ها می توان از این روش استفاده کرد. اعتبار روش دلفی نه به تعداد شرکت کنندگان در تحقیق که به اعتبار علمی متخصصان شرکت کننده در پژوهش بستگی دارد. شرکت کنندگان در تحقیق دلفی از ۵ تا ۲۰ نفر را شامل می شوند.

ویژگی عمده آن دست یابی به هم رأیی درباره یک موضوع در میان صاحب نظران است و بیشتر برای پیش بینی روند تحولات در آینده درباره یک پدیده از آن استفاده می شود.

ابزارهای تحقیق زمینه یابی

۱- مصاحبه

۲- پرسشنامه

۳- تماس تلفنی

۱- مصاحبه:

این مصاحبه یک گفتگوی دو نفره است که می تواند با ساختار (سازمان یافته) باشد که در این مصاحبه سوالات از قبل تعیین شده اند و طرز سوالات برای پاسخگرها کاملاً یکسان است. یا مصاحبه بدون ساختار (سازمان نیافته) که نظم خاصی ندارد باشد.

ملاحظات اجرایی در روش مصاحبه:

- ۱) از روایی و پایایی ابزار سنجش مطمئن شود.
- ۲) شرایط مساوی را از هر حیث برای مصاحبه شوندگان رعایت نماید.
- ۳) سعی کند از ابزارهای کمکی برای ثبت و نگهداری اطلاعات استفاده کند.
- ۴) همانند روش پرسشنامه باید مصاحبه گران در دوره توجیهی شرکت نمایند.
- ۵) محقق بهتر است ابزار سنجش را قبلاً تست نماید.
- ۶) برای ورود به میدان و صحنه مصاحبه باید پیش بینی های لازم صورت پذیرد.

مزایای مصاحبه:

- ۱- از انعطاف پذیری مناسب برخوردار است. یعنی با موقعیتهای و پاسخگرهای مختلف سازگار است.
- ۲- از طریق مصاحبه می توان به حالات غیر کلامی، مانند خوشحالی و ناراحتی پاسخگر نسبت به موضوع های خاص پی برد.
- ۳- مصاحبه برای افرادی که در جامعه سواد لازم را ندارند بسیار مفید است.
- ۴- مصاحبه برای مطالعات عمیق، ژرفانگری و موردی روش مناسبی است. زیرا تعداد افراد مورد مطالعه محدودند ولی عمق مورد مطالعه بسیار زیاد است.
- ۵- مصاحبه باعث می شود که مصاحبه شونده یا پاسخگو بخوبی نسبت به اهداف و اغراض و مقاصد پرسشها و نیز تحقیق آگاه شود.
- ۶- محیط مناسب و فضای صمیمانه ای بین مصاحبه گر و مصاحبه شونده فراهم می شود.
- ۷- مصاحبه باعث می شود که پاسخگو یا مصاحبه شونده اندیشه اش را با آزادی و علاقه زیادتری بیان کند.

معایب مصاحبه :

- ۱- مصاحبه گر ممکن است پاسخ را تحت تاثیر قرار دهد که ممکن است بر پاسخگر اثر گذارد و پاسخ او را هدایت کند.
- ۲- نیاز به زمان زیادی دارد و پرهزینه و دشوار است.
- ۳- مرتب و تنظیم کردن آن دشوار است و امکان مقایسه افراد با یکدیگر محدود است.
- ۴- به مصاحبه گران مجرب و کار آزموده نیاز است؛ زیرا مصاحبه امری است فنی و تخصصی و از عهده هر کس بر نمی آید.
- ۵- اطلاعات بدست آمده از طریق روش مصاحبه را نمی توان همانند روش پرسش نامه به جامعه بزرگتری تعمیم داد؛ زیرا این اطلاعات بر پایه تعداد محدود و موردی جمع آوری می شود و تنها می توان به افراد مشابه تعمیم داد.
- ۶- قابلیت تعبیر و تفسیر اطلاعات بویژه در مصاحبه آزاد پایین است.
- ۷- تماسهای شخصی که بین مصاحبه کننده و مصاحبه شونده برقرار می شود باعث توسعه روابط عاطفی می گردد.

۲- پرسشنامه

پرسش‌ها عناصر اساسی پیمایش هستند. کیفیت آنها در جذب اطلاعات مورد نظر، تاثیری بیشتر از سایر بخش‌های فرایند پیمایش دارد. در پرسش نامه ها موضوع سوالات پرسشنامه می تواند گسترده و مشتمل بر دانش و نگرشها، رفتار، ویژگی های شخصی و یا موقعیتهای محیطی افراد باشد و چارچوب جملات یا سوالات از نظر شکل و محتوا می تواند از دو نوع ذیل باشد:

الف) سوالات باز پاسخ:

یعنی اینکه هر چقدر می خواهد پاسخ دهد، مثل پاسخ های کوتاه یا توضیح و تشریح.

پرسش های باز نیز دارای اهمیت و ارزش خاصی هستند پرسشهای باز یا پرسشهای بدون ساختار از پاسخ دهندگان می خواهند هر طور که می خواهند و به زبان خود به پرسش ها پاسخ دهند. یکی از بزرگترین مزایای پرسشهای باز آن است که به پاسخ دهندگان امکان می دهند تا با استفاده از الگوی مورد قبول خود و بدون اینکه نا خواسته تحت تاثیر گزینه های از پیش تعیین شده قرار بگیرند، به سوالات پاسخ دهند. پرسشهای باز به بهترین شکل نظرات واقعی پاسخ دهندگان را منعکس می کنند. از سویی دیگر، پرسش های باز دارای معایبی هستند، از جمله بزرگترین ضعف پرسشهای باز، زمان و انرژی زیادی است که باید صرف پردازش و تجزیه و تحلیل پاسخ های ارائه شده به این پرسش ها شود.

ب) سوالات بسته پاسخ:

مثل سوالات با پاسخ چند گزینه ای یا با جواب بلی یا خیر.

استفاده از پرسش های بسته در پیمایش های تربیتی بسیار مطلوب و جذاب هستند. پاسخ دهندگان به سرعت و به راحتی می توانند به پرسش های بسته پاسخ دهند و در زمان صرفه جویی کنند و از طرفی دامنه پاسخ های مربوط به اهداف پیمایش را محدود کرده و الگوی واحدی را در اختیار همه قرار می دهند. پرسش های بسته به پاسخگویان این امکان را می دهد تا به خوبی پرسشها را تفسیر کنند و به آنها پاسخ دهند.

برای توزیع پرسشنامه و گرد آوری آن دو روش مرسوم است:

۱) تحویل پرسشنامه بصورت مستقیم:

وقتی پاسخگرها بصورت مستقیم و گروهی زندگی می کنند ارسال مستقیم مفید تر است.

۲) ارسال پرسشنامه از طریق پست:

از طریق پست زمانی استفاده می شود که پاسخگرها در یک منطقه وسیع جغرافیایی پراکنده هستند.

برای مقابله با مشکل عدم بازگشت درصدی از پرسشنامه ها روشهای زیر پیشنهاد می شود:

- ۱) سوالات را تا حد امکان کوتاه، آسان و بسته پاسخ طرح کنید.
- ۲) با ارسال نامه مجدد یا تماس تلفنی اهمیت موضوع را دوباره یاد آور شوید.
- ۳) پاداش تقدی در داخل پاکت پرسشنامه قرار دهید.
- ۴) در هنگام ارسال پرسشنامه پاکتی با تمبر و آدرس برگشت در داخل پاکت بگذارید.

محاسن پرسشنامه :

- ۱- اطلاعات وسیعی با سرعت زیاد جمع آوری می شود.
- ۲- زمان کمتری برای پاسخگویی و تکمیل نیاز دارد.
- ۳- هزینه بسیار پایین دارد.
- ۴- افراد زیاد تری را می توان را می توان مورد پرسش قرار داد.
- ۵- امکان تبدیل داده ها به کمیت و سپس تجزیه تحلیل و سنجش همبستگی گوناگون بین آنها را فراهم می سازد.

معایب پرسشنامه :

- ۱- تهیه سوالات در باره موضوع حساس و پیچیده دشوار است.
- ۲- سوالات پرسشنامه ممکن است به اندازه کافی موضوع مورد نظر را تحت پوشش قرار ندهد.
- ۳- در سوالات باز پاسخ تحلیل و مقایسه پاسخها دشوار است.

۳- تماس تلفنی:

مزایای تماس تلفنی:

- ۱- نسبت به پرسشنامه و مصاحبه از نظر هزینه، زمان و نیروی انسانی مقرون به صرفه است.
- ۲- هم کارآمدی پرسشنامه پستی و هم کارآمدی مصاحبه ای را دارد زیرا زمان مسافرت یا رفتن به سراغ آنها حذف می شود.
- ۳- از خطرات احتمالی مصون است زیرا در مصاحبه های میدانی احتمال خطر برای مصاحبه کننده وجود دارد.
- ۴- برای افرادی که حوصله پاسخدهی به پرسشنامه یا مصاحبه را ندارند یا افراد پر مشغله کاربرد دارد.
- ۵- با پاسخگران حرفه ای از طریق تلفن بهتر می توان ارتباط برقرار کرد.

معایب تماس تلفنی:

- ۱- باید کوتاه و مختصر باشد زیرا ممکن است پاسخگر شکیبایی لازم را نداشته باشد و تلفن قطع شود.
- ۲- در مقایسه با مصاحبه پرسشنامه ای میزان پاسخ کمتر است و احتمال سوگیری در آن وجود دارد.
- ۳- ممکن است مصاحبه کننده بعد از تماس فراوان با شماره تلفن انتخاب شده موقعیتی کسب نکند.
- ۴- زمان تماس با آزمودنیها ممکن است زمان مناسب برای پاسخگویی آنها نباشد. برای مثال ممکن است زمان استراحت، خواب باشد.
- ۵- نمونه گیری ممکن است سودار باشد زیرا همه مردم دارای تلفن نیستند.

با تشکر از صبر و عنایتی که مبذول فرمودید

پیروز باشید