

- Les types de questions d'une enquête par questionnaire



APERÇU

INTRODUCTION	3
LES QUESTIONS QUALITATIVES	4
LES QUESTIONS QUALITATIVES À RÉPONSES UNIQUES	4
LES QUESTIONS QUALITATIVES À RÉPONSES MULTIPLES	6
LES QUESTIONS QUALITATIVES ORDONNÉES	6
LES QUESTIONS QUALITATIVES EN TABLEAU	6
MISE EN PAGE DES QUESTIONS QUALITATIVES	7
LES QUESTIONS NUMÉRIQUES	8
LES QUESTIONS TEXTUELLES	9
L'ENRICHISSEMENT	10
LES QUESTIONS DE TYPES DATE ET HEURE	11
QUESTIONS DE TYPE DATE	11
QUESTIONS DE TYPE HEURE	11
LES QUESTIONS CALCULÉES	12

INTRODUCTION

● **L'enquête par questionnaire a pour but de récolter des informations claires et précises.**

Ces informations peuvent être de natures différentes, se rapportant à des goûts et préférences, des avis, des sentiments ou des renseignements spécifiques à chaque individu.

Pour capter ce flux d'informations très distinctes, le questionnaire peut comporter différents types de questions.

- **Les questions fermées** proposent au répondant un choix de réponses préalablement définies par l'enquêteur. Ces questions sont très utilisées dans les enquêtes par téléphone, internet ou sur terminaux mobile. Elles sont plus faciles à administrer et à traiter car elles permettent d'automatiser l'analyse des données.
- **Les questions ouvertes** laissent l'interviewé répondre librement. Ces questions conviennent bien aux interviews en face-à-face, seul ou en groupe. Elles nécessitent un travail de ressaisie et de traitement manuel.

LES QUESTIONS QUALITATIVES

LES QUESTIONS QUALITATIVES À RÉPONSES UNIQUES

Les questions de type qualitatif sont les plus courantes.

- Les questions qualitatives proposent une liste de modalités et permettent au répondant de **choisir une ou plusieurs réponses** lorsque la possibilité de choix multiple est autorisée.
- Le succès de ces questions qualitatives vient de leur **facilité de traitement**. L'utilisateur obtient en résultat des tableaux de répartition simples ou croisés et peut appliquer des traitements statistiques.
- Différents types de graphiques peuvent être créés afin d'améliorer la présentation des résultats :
 - Camemberts
 - Histogrammes,
 - Courbes,
 - Barres horizontales,
 - Box-plot V,
 - Escaliers,
 - Aires,
 - Etc.

- Les questions qualitatives à réponse unique multichotomiques se divisent en deux genres :

1. La question qualitative dichotomique accepte **une seule et unique réponse entre deux propositions** telles que oui/non, vrai/faux ou entre les deux modalités d'une question signalétique comme le sexe.

2. Les deux types de questions qualitatives à réponse unique multichotomiques sont :

- Les questions qualitatives nominales visent à sélectionner **une proposition parmi d'autres** (*par exemple : quelle est votre marque de chocolat préférée?*). Une rotation des réponses est généralement pratiquée pour que l'ordre n'influence pas les répondants.

- Les questions qualitatives ordinales sont des **échelles de mesure*** permettent de connaître l'intensité d'un sentiment, d'une opinion, d'un goût... Les réponses sont généralement ordonnées des plus positives au plus négatives (*par exemple : très satisfait, satisfait, peu satisfait, pas du tout satisfait*).

**Il existe plusieurs échelles de mesures :*

- *l'échelle de Likert est la plus connue et permet de qualifier l'intensité d'un sentiment, d'une attitude, d'un ressenti vis-à-vis de stimuli (produit, marque, publicité...) sur une échelle de réponses impaire permettant de n'exprimer aucun avis ou paires forçant à faire un choix,*
- *l'échelle à support sémantique de Thurstone insiste d'avantage sur l'intensité du ressenti,*
- *l'échelle sémantique différentielle d'Osgood oppose deux propositions contraires entre lesquelles le répondant doit se situer.*

LES QUESTIONS QUALITATIVES À RÉPONSES MULTIPLES

- Elles permettent une richesse de collecte et une certaine liberté pour le répondant.
- Il est important de préciser au répondant le nombre de réponses qu'il peut donner.

Classez ces styles musicaux par ordre de préférence (4 au maximum) :

	1	2	3	4
Chansons françaises	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rock'N'Roll	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Musique classique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Jazz	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Musique d'opéra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pop Rock	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hard Rock	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Métal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

LES QUESTIONS QUALITATIVES ORDONNÉES

- Il est possible d'**ordonner les réponses** d'une question qualitative à réponses multiples limitées pour donner un ordre de préférence ou d'importance en instaurant un minimum et un maximum de réponses à fournir.
- L'usage habituel est de classer les réponses de la meilleure à la moins bonne et d'empêcher les ex-aequo.

LES QUESTIONS QUALITATIVES EN TABLEAU

- Les questions qualitatives peuvent être regroupées dans un même tableau si leurs **libellés de réponses sont identiques**.
- Il est souvent utilisé lorsque l'on demande le degré de satisfaction sur une série de points distincts.

Quelle est votre satisfaction concernant :

	Très satisfaisant	Satisfaisant	Plutôt satisfaisant	Pas satisfaisant
L'accueil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'ambiance	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le choix des plats	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Le goût	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'attente	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le service	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

MISE EN PAGE DES QUESTIONS QUALITATIVES

Une présentation soignée des questions est importante pour la bonne saisie des réponses.

- Une question qualitative peut se présenter sous plusieurs formes :

La case à cocher est utilisée sur tous les supports d'enquêtes et est la seule méthode de réponses sur les formats papier pour les questions fermées,



La liste déroulante permet un gain de place conséquent lorsque la liste de réponses est importante comme pour les données signalétiques (*lieux, tranches d'âge, profession, etc.*),



Le curseur est généralement utilisé pour donner une évaluation ou une intensité d'opinion ou de sentiment. Dans ce cas-là, la réponse écrite n'apparaît pas forcément, il est donc important de choisir le curseur le mieux adapté à vos variables,



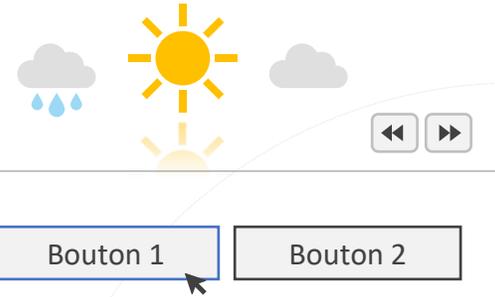
Les images peuvent être assimilées à des réponses pour personnaliser le questionnaire et le rendre plus ludique. Il sera beaucoup plus aisé de présenter un questionnaire à un enfant où les réponses sont des images.



Le **diaporama** est une sorte de liste déroulante avec des images.
On l'utilise lorsque l'on se trouve en présence de nombreuses réponses.

Le **bouton** permet d'incorporer dans un élément cliquable qui est une forme bien adaptée aux supports tactiles comme les smartphones et les tablettes numériques.

- D'autres présentations spécifiques à une catégorie de questions comme **les podiums** pour les classements hiérarchiques. Certains logiciels d'enquêtes permettent d'incorporer au questionnaire digital des **contenus audio ou vidéo** pour illustrer ou étayer la question.



LES QUESTIONS NUMÉRIQUES

Les questions numériques attendent une réponse chiffrée.

- Une réponse chiffrée peut représenter une quantité, un âge, un prix, une note, etc.
- Dans un questionnaire, il s'agit de bien indiquer l'unité attendue, l'utilisation ou non de décimales et, lorsqu'il s'agit d'une note, le sens retenu (1 pouvant être la meilleure note ou la moins bonne).
- Les questions numériques autorisent encore plus de traitements statistiques que les variables qualitatives (puisqu'on peut les traiter en numériques et les recodifier en qualitatives).

***Attention :** pour des questions comme l'âge, le revenu ou la fréquence d'un comportement, il est préférable de proposer des tranches. Il s'agira dans ce cas d'une question qualitative et non plus numérique.*

LES QUESTIONS TEXTUELLES

Les questions ouvertes permettent une réponse libre, d'une ou plusieurs phrases.

- Les questions textuelles sont très souvent employées par les utilisateurs occasionnels d'enquêtes, qui pensent ainsi capter plus d'éléments en laissant une liberté complète de réponse.
- L'usage des questions ouvertes présentent cependant des limites :
 - Elles peuvent révéler un manque de préparation de l'enquête et de précision dans les objectifs,
 - Elles diminuent la pertinence générale du questionnaire : les questions fermées sont traitées avec moins de soin et d'esprit d'exhaustivité que nécessaire, puisque la présence des questions ouvertes est censée ramener quand même l'information que l'on a oubliée d'aller chercher dans la partie fermée du questionnaire.
 - Elles rallongent l'administration du questionnaire en face à face ou au téléphone (écriture ou frappe des réponses) et les enquêteurs sont parfois tentés de raccourcir ou de résumer, pas toujours de manière pertinente, les réponses exprimées,
 - Elles compliquent la retranscription des réponses lorsque le questionnaire est rempli manuellement par un enquêteur ou en auto-administré par la personne interrogée en raison d'écritures parfois illisibles.
 - Elles présentent un taux de réponse généralement extrêmement faible (de l'ordre de 10%) puisque les réponses exprimées sont souvent hors sujet, mal formulées ou encore sans contenu (par exemple : «Rien à signaler»).
- En résumé, l'utilisation fréquente de questions ouvertes génère des pertes de temps importantes et peut se traduire par la perte d'informations du fait du manque de structure du questionnaire.

L'ENRICHISSEMENT

Les questions ouvertes ont pour objectif d'achever de structurer l'information.

- Dans une liste d'items (*marque utilisée, magasin fréquenté, caractéristique recherchée, pays d'origine*), les réponses « Autre, à préciser... » permettent de collecter des éléments complémentaires.
- La liste initiale de modalités de réponses est généralement incomplète car il est a priori impossible de balayer tout l'univers des réponses possibles. Dans ce cas, la question est semi-ouverte (ou semi-fermée).
- Des logiciels d'enquêtes comme Ethnos et NET-Survey permettent de **gérer l'ajout dynamique des nouvelles réponses** au travers de la fonctionnalité « Enrichissement ». Ainsi, une réponse ajoutée sera proposée lors de la saisie du questionnaire suivant et pourra être cochée.
- L'enrichissement **accélère la saisie** et évite de retaper des libellés identiques avec des orthographes différentes. Le codage se fait en quelque sorte en direct et les questions ainsi enrichies peuvent être traitées comme les autres questions fermées.
- Il est possible de revoir les réponses ajoutées pour procéder à un regroupement avant le traitement.

LES QUESTIONS DE TYPE DATE ET HEURE

LES QUESTIONS DE TYPE DATE

Ces questions sont utiles lors de la phase de traitement pour des tris inter-vagues.

- Des logiciels comme Ethnos ou Net-Survey permettent d'enregistrer la date automatiquement lors de la validation des réponses.
- Les questions Date peuvent prendre en compte la date précise avec une sélection à l'aide d'un calendrier. Il est également possible de sélectionner une année, un mois, un jour en particulier ou encore d'accepter des réponses comprises dans un intervalle précis.



LES QUESTIONS DE TYPE HEURE

- La question de type Heure peut :
 - Donner une information sur l'heure de saisie,
 - Indiquer le temps de saisie des répondants en plaçant deux questions Heure à chaque extrémité du questionnaire.

LES QUESTIONS CALCULÉES

Les valeurs des questions sont calculées des réponses données aux questions précédentes.

- Le type calculé est notamment utile dans le cas des questionnaires administrés et saisis en direct :
 - Au **téléphone**,
 - Sur **internet**,
 - Sur **les terminaux mobiles** comme les smartphones et tablettes numériques.
- En fonction des réponses, on peut demander à une personne qui a donné des évaluations très mauvaises à une série d'items plus de détail sur ce qui motive son appréciation très négative.
- Les questions Date et Heure peuvent être automatiques et cachées pour, par exemple, calculer la durée moyenne d'administration du questionnaire.

Retrouvez des ressources
complémentaires sur :

www.surveymag.eu

et consultez notre site dédié
à Ethnos Campus:

www.soft-concept.com/ethnos-campus/accueil.html