

και στη συνέχεια μια άλλη ερώτηση, η οποία θα μετρήσει την "ένταση" της γνώμης ή προτίμησης που εξέφρασε ο ερωτώμενος.

Παράδειγμα

Πόσο θετική είναι η γνώμη σας για το προϊόν Χ;

Πάρα πολύ θετική _____

Πολύ θετική _____

Αρκετά θετική _____

Λίγο θετική _____

Ένα συνηθισμένο λάθος που διαπράττουν ακόμη και έμπειροι ερευνητές στην προσπάθειά τους να εξασφαλίσουν τις πληροφορίες που θέλουν, είναι η **διπλή ερώτηση** (double-barreled question). Η διπλή ερώτηση ουσιαστικά είναι δύο ερωτήσεις σε μία πρόταση - ερώτηση. Για παράδειγμα, η ερώτηση:

Παράδειγμα

"Τι γνώμη έχετε για τις τιμές και το επίπεδο εξυπηρέτησης που προσφέρει το σούπερ μάρκετ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ;"

Αν η απάντηση στην ερώτηση αυτή είναι "πολύ καλή", τότε δημιουργείται ο προβληματισμός αν η απάντηση αφορά τις τιμές ή το επίπεδο εξυπηρέτησης, ή και τα δύο. Είναι όμως δυνατόν ο ερωτώμενος να έχει διαφορετική γνώμη για τις τιμές (θετική) και διαφορετική γνώμη για το επίπεδο εξυπηρέτησης (αρνητική). Μια τέτοια, λοιπόν, ερώτηση δεν μπορεί να θεωρηθεί ικανοποιητική / επαρκής όσον αφορά την ποιότητα των πληροφοριών που θα συλλεγούν. Αντίθετα, στην περίπτωση αυτή απαιτούνται δύο διαφορετικές ερωτήσεις. Η μία θα αφορά τις τιμές και η άλλη το επίπεδο εξυπηρέτησης.

9.3.3. Ο Ερωτώμενος δεν Γνωρίζει την Απάντηση

Οι ερωτώμενοι συχνά υποβάλλονται σε ερωτήσεις για θέματα για τα οποία δεν έχουν καμία πληροφόρηση. Αυτό σημαίνει ότι οι ερωτώμενοι απλά δεν γνωρίζουν την απάντηση στην ερώτηση που τους υποβάλλεται. Συνηθισμένα παραδείγματα αφορούν τη γνώμη των καταναλωτών για προϊόντα, μάρκες, διαφημίσεις ή καταστήματα για τα οποία δεν έχουν ακούσει ποτέ τίποτα.

Παράδειγμα

"Πόσα ξοδεύει η οικογένειά σας για τρόφιμα κατά μέσο όρο σε μία εβδομάδα;" _____

Αν η παραπάνω απάντηση είναι αυτή η οποία κάνει να απαντηθεί, μια καλή ερώτηση.

Αξιοσημείωτο όμως είναι ότι ο ερωτώμενος δεν απάντησε. Αυτό γίνεται γιατί ο ερωτώμενος δεν είναι σίγουρος ότι δεν είναι αυτό γίνεται περισσότερο της ερώτησης υποδοχή την απάντηση. Φυσικά, αν ο ερωτώμενος δεν έχει καμία γνώμη για την ύπαρξη σφάλματος στην απάντηση.

Στη βιβλιογραφία υπάρχουν πολλές μελέτες που δείχνουν ότι οι ερωτώμενοι δηλώνουν ότι έχουν καμία πληροφόρηση για το προϊόν που ρωτούν φανταστικά γεύματα. Η έδειξε ότι το 95% των ερωτώμενων γιατρών σε μια μελέτη γνώμη για ένα μη υγιεινό φαγητό που υπήρχε η δυνατότητα των δικηγόρων και των δικαστών.

Σε διάφορες μελέτες έχουν βρεθεί ότι οι ερωτώμενοι απαντούν σε ερωτήσεις που απλά δεν μπορούν να απαντήσουν.

- (α) τον τύπο και την ποσότητα των ερωτωμένων που απαντούν
- (β) τη φύση της ερώτησης
- (γ) τα δημογραφικά στοιχεία του ερωτώμενου
- (δ) την προσωπική του κατάσταση

Στις περιπτώσεις που ο ερωτώμενος είναι πιθανό να μην απαντήσει, ο ερευνητής πρέπει να χρησιμοποιήσει μεθόδους που να μην προκαλούν σφάλματα. Μια από αυτές τις μεθόδους είναι η χρήση **σεων φίλτρου** (filter questions), όπου το να μην απαντήσει ο ερωτώμενος μπορεί να διακριθεί από την απάντηση ως ακατάλληλη.