

questionnaire.

## प्रश्नावली तैयार करने के विभिन्न चरण

### (Steps in Designing a Questionnaire)

प्राथमिक विपणन शोध में अधिकतर सूचकों द्वारा या प्रगणकों की सहायता से प्रश्नावलियाँ भराकर आवश्यक सामग्री उपलब्ध की जाती है। प्रश्नावली तैयार करना कोई आसान कार्य नहीं है। अन्य शब्दों में, केवल प्रश्नों को एकत्रित कर लेने से ही प्रश्नावली तैयार करने का कार्य समाप्त नहीं हो जाता है। जिस विपणन समस्या के सम्बन्ध में आवश्यक तथ्य उपलब्ध करने हैं, उससे सम्बन्धित प्रश्नों को व्यवस्थित तथा क्रमबद्ध ढंग से तथा विषयपरक बनाना भी आवश्यक होता है।

संक्षेप में, प्रश्नावली संरचना हेतु अग्रलिखित चरणों को सम्मिलित किया जाता है—

(1) मुख्य बिन्दुओं की प्रारम्भिक सूची तैयार करना (Preparing Preliminary List of Important Points)—प्रश्नावली निर्माण कार्य का सर्वप्रथम कार्य यह ज्ञात करना होता है कि किन-किन सूचनाओं की आवश्यकता है। समस्या का सावधानीपूर्वक अध्ययन करने के बाद ही इस बात का ज्ञान किया जा सकता है। विषयन शोधकर्ता को प्रश्नावली तैयार करने से पूर्व सर्वेक्षण का उद्देश्य निश्चित कर लेना चाहिए। उदाहरणार्थ, कार का उत्पादन करने वाली निर्माता कम्पनी नयी कार के उत्पादन से पूर्व कार के सम्भावित बाजार का ज्ञान करने, ग्राहकों की सूचियों व प्राथमिकता का ज्ञान करने हेतु निम्न बिन्दुओं को सर्वेक्षण हेतु सम्मिलित कर सकती है। जैसे, किन-किन व्यक्तियों के पास कारें हैं? कार की कौनसी ब्रॉण्ड उनके पास है? क्या उनके पास एक से अधिक कारें हैं? किस कारण से उन्होंने वह कार खरीदी है? कितनी सीट की कार उनके पास है? कार का कैसा रंग उन्हे पसन्द है? कार उन्होंने किससे खरीदी है? वर्तमान कार में और किन-किन सुविधाओं की अपेक्षा करते हैं? क्या उन्होंने कार किराया क्रय पद्धति (hire-purchase system) द्वारा खरीदी है? क्या वे विक्रय के पश्चात् सेवा सम्बन्धी कार्य व्यवस्था पसन्द करते हैं? आदि।

इसी प्रकार, टूथपेस्ट (tooth-paste) का निर्माता नये टूथपेस्ट का उत्पादन करने से पूर्व वस्तु का सम्भावित बाजार, ग्राहकों की रुचियाँ, उनका जीवन स्तर, शिक्षा स्तर, आय स्तर तथा उनकी प्राथमिकताओं को ज्ञात करने हेतु निम्न बिन्दुओं को सर्वेक्षण हेतु सम्मिलित कर सकता है—कौन-कौन व्यक्ति टूथपेस्ट का प्रयोग करते हैं? किस ब्रॉण्ड की टूथपेस्ट का प्रयोग करते हैं? किस कारण से वे टूथपेस्ट विशेष का प्रयोग करते हैं? टूथपेस्ट का प्रयोग वे कब से कर रहे हैं? क्या उनके परिवार में सभी व्यक्ति टूथपेस्ट का प्रयोग करते हैं? वर्तमान टूथपेस्ट में उन्हें क्या कमी अनुभव होती है? इत्यादि।

इस प्रकार अनेक बिन्दुओं को विषयन शोधकर्ता नोट कर लेता है। इस प्रकार के प्रारम्भिक बिन्दुओं का ज्ञान करने हेतु शोधकर्ता को कम्पनी के वरिष्ठ अधिकारियों से वार्तालाप करना चाहिए ताकि उसे उन अधिकारियों के अनुभव का लाभ प्राप्त हो सके। इन्हीं अधिकारियों के माध्यम से उसे कुछ तकनीकी मुद्दों पर भी प्रश्न तैयार करने में सहायता मिलती है।

(2) अनौपचारिक साक्षात्कार (Informal Interviewing)—समस्या के सम्बन्ध में महत्वपूर्ण बिन्दुओं को एकत्रित करने के पश्चात् यह भी जानना आवश्यक हो जाता है कि क्या इन बिन्दुओं के माध्यम से समस्या से सम्बन्धित आवश्यक सूचनाएँ एकत्रित की जा सकती हैं। अतएव शोधकर्ता को इन बिन्दुओं का परीक्षण करना चाहिए। इस हेतु शोधकर्ता को अनौपचारिक साक्षात्कार करना चाहिए। इसके लिए कुछ ऐसे व्यक्तियों का चुनाव कर लेना चाहिए जिनसे समस्या से सम्बन्धित सूचनाएँ प्राप्त होने की आशा हो या जिन्हें समस्या के सम्बन्ध में गहन अनुभव हो। ऐसे साक्षात्कार से अनेक नये बिन्दुओं का भी ज्ञान हो जाता है। उदाहरणार्थ, उपरोक्त उदाहरण में साक्षात्कार के दौरान कार के टिकाऊपन तथा पेट्रोल के उपयोग के सम्बन्ध में प्रश्न नहीं किया है, किन्तु कार के क्रय में लोगों की अधिक उत्सुकता इस तथ्य के सम्बन्ध में हो सकती है। इसके अतिरिक्त, अनेक तकनीकी मुद्दों पर, जैसे गियर प्रणाली के सम्बन्ध में प्रश्न उपस्थित हो सकते हैं।

अनौपचारिक साक्षात्कार करने के पूर्व शोधकर्ता को सर्वप्रथम महत्वपूर्ण बिन्दुओं की सूची तैयार कर लेनी चाहिए। इसे जाँच-सूची (check list) भी कहते हैं। इस सूची से साक्षात्कार करने में मार्गदर्शन प्राप्त होता है। अनौपचारिक साक्षात्कार में शोधकर्ता व्यक्ति

के सम्मुख समस्या रख देता है तथा उत्तरदाता को यह सुविधा होती है कि वे चाहे जितने बिन्दुओं पर अपने मत एवं मनोवृत्ति को प्रकट करें। संक्षेप में, अनौपचारिक साक्षात्कार में असंरचनात्मक प्रश्नावली तैयार की जाती है।

(3) प्रश्नावली का मसौदा तैयार करना (Drafting the Questionnaire)—  
अनौपचारिक साक्षात्कार के पश्चात् शोधकर्ता को प्रश्नावली तैयार करने हेतु आवश्यक महत्वपूर्ण बिन्दु प्राप्त हो जाते हैं। इन बिन्दुओं के आधार पर वह प्रश्नावली तैयार कर सकता है। प्रश्नावली तैयार करने के कोई निश्चित नियम नहीं हैं। किन्तु निम्नलिखित बातों पर ध्यान देना जरूरी है—

(i) प्रश्न समस्या से सम्बन्धित, स्पष्ट तथा सूक्ष्म होने चाहिये।

(ii) प्रश्नों की संख्या कम होनी चाहिए ताकि उत्तरदाता उत्तर देते समय नीरसता महसूस न करे। प्रश्न इतने कम भी नहीं होने चाहिए कि पर्याप्त सूचनाएँ भी एकत्रित न की जा सकें।

(iii) एक प्रश्न एक ही बिन्दु से सम्बन्धित होना चाहिए। जैसे—टूथपेस्ट के सम्बन्ध में यह पूछा जाय कि आपने टूथपेस्ट क्यों खरीदा है? या कार के सम्बन्ध में यह पूछा जाय कि आपने कार क्यों खरीदी है? तो इस प्रकार के प्रश्नों का उत्तर प्राप्त करना कठिन है। टूथपेस्ट/कार खरीदने के अनेक कारण हो सकते हैं। इसी प्रकार यह पूछा जाय कि आपने 'बिनाका' टूथपेस्ट क्यों खरीदा है? या मारुति कार ही क्यों खरीदी है, तो इस प्रकार के प्रश्न के भी अनेक उत्तर हो सकते हैं। अतएव प्रश्नकर्ता को इस प्रकार का प्रश्न करना चाहिए कि प्रश्न का उत्तर सरलता से प्राप्त हो सके।

(iv) प्रश्नों के उत्तर देना सम्भव होना चाहिए। अन्य शब्दों में, प्रश्न इस तरह तैयार करना चाहिए कि उत्तरदाता प्रश्न की मूल भावना समझ जाय। जैसे, यह पूछा जाय कि क्या आप कार चलाते हैं? इससे उत्तरदाता यह समझ सकता है कि प्रश्नकर्ता यह पूछना चाहता है कि क्या उनके पास स्वयं की कार है या क्या वह उसे चलाना जानता है?

(v) एक साथ दो प्रश्न नहीं होने चाहिए। जैसे यह पूछा जाय कि क्या मारुति कार की किस्म तथा डिजाइन अच्छी है? यहाँ उत्तरदाता के लिए एक साथ दो प्रश्नों के उत्तर देने में कठिनाई हो जाती है।

(vi) प्रश्न ऐसा न हो कि वह उत्तर का सुझाव देता हो। जैसे यह पूछा जाय कि क्या आप सहमत हैं कि मारुति कार ही सर्वाधिक टिकाऊ है? ऐसे प्रश्न उत्तरदाता को स्पष्ट उत्तर देने में बाधक होते हैं।

(vii) प्रश्नों का उत्तर लिखने का ढंग क्रम से होना चाहिए, अर्थात् सही उत्तर के सामने ठीक (✓) का निशान तथा गलत उत्तर के सामने काटे जाने (✗) का निशान प्रयोग में लिया जाना चाहिए या प्रश्न का उत्तर संक्षिप्त हो।

(viii) प्रश्न ऐसे पूछे जाने चाहिए जिनका सामान्यतः उत्तरदाता को ज्ञान हो।

(ix) प्रश्न उत्तरदाता की भावना को ठेस पहुँचाने वाले नहीं होने चाहिए।

(x) प्रश्न एक दूसरे से सम्बन्धित होने चाहिये।

(xi) प्रश्नों की भाषा सरल होनी चाहिए।

(4) प्रश्नों का पूर्व परीक्षण करना (Pre-testing the Question)—प्रश्नावली का प्रारम्भिक मसौदा तैयार करने के पश्चात् इसका परीक्षण करना चाहिए। पूर्व परीक्षण का मुख्य उद्देश्य यह ज्ञात करना होता है कि सर्वेक्षण के लिए सभी आवश्यक बिन्दु सम्मिलित कर लिये गये हैं। पूर्व परीक्षण से निम्न बातों का ज्ञान होता है—

(i) आवश्यक सूचनाओं को प्राप्त करने हेतु सभी प्रश्न प्रश्नावली में सम्मिलित कर लिये गये हैं या नहीं।

(ii) प्रश्न क्रमबद्ध ढंग से रखे गये हैं या नहीं।

(iii) क्या उत्तरदाता प्रश्नों को आसानी से समझ सकता है।

(iv) क्या अतिरिक्त प्रश्नों की आवश्यकता है या कौन-कौन से अनावश्यक प्रश्न हैं ?

पूर्व परीक्षण हेतु कुछ व्यक्तियों का चुनाव किया जाता है जिन्हें समस्या के सम्बन्ध में ज्ञान होता है। इन व्यक्तियों से प्रारम्भिक प्रश्नावली के प्रश्नों को पूछा जाता है तथा प्राप्त उत्तरों को नोट कर लिया जाता है। इस समय उत्तरकर्ता के हाव-भाव, प्रतिक्रिया, व्यवहार आदि का भी ज्ञान हो जाता है।

(5) प्रश्नों का अन्तिम प्रारूप तैयार करना (Final form of a Questionnaire)—परीक्षण के आधार पर प्राप्त तथ्यों को ध्यान में रखते हुए प्रश्नों में काट-छाँट की जाती है या नये प्रश्न-जोड़े जाते हैं। पूर्व परीक्षण एक से अधिक बार भी किया जा सकता है। शोधकर्ता को जब इस बात का विश्वास हो जाता है कि समस्या से सम्बन्धित प्रश्न सम्मिलित कर लिये गये हैं तथा प्रश्नों का उत्तर आसानी से प्राप्त हो सकता है, तब वह प्रश्नावली को अन्तिम रूप देकर छपवा लेता है॥

प्रश्नावली की लम्बाई सर्वेक्षण की प्रकृति पर निर्भर करती है। सामान्यतः अच्छी प्रश्नावली व्यवस्थित व संक्षिप्त होती है। उसमें सभी बिन्दुओं से सम्बन्धित प्रश्न सम्मिलित कर लिये जाते हैं। प्रश्नावली को तैयार करते समय इस बात का ध्यान भी रखना चाहिए कि वह उत्तरदाता की उत्तर देने में रुचि भी जाग्रत करे।