

## یک نکته روش‌شناختی در مطالعات پرسشنامه‌ای: نقد و بررسی روش آزمون فرضیه‌ها در چند مطالعه منتشر شده

علی نصیری اقدم\*

تاریخ پذیرش: ۸۶/۱۰/۲۰

تاریخ دریافت: ۸۶/۹/۲۴

### چکیده

هدف از این نوشته تبیین یک نکته روش‌شناختی در نقد برخی مطالعات پرسشنامه‌ای متداول است. در سال‌های اخیر شاهد سیر نسبتاً فراینده‌ای از مطالعات اقتصادی، مدیریتی و جامعه‌شناختی بوده‌ایم که برای آزمون فرضیه‌های خود به روش تحقیق پرسشنامه‌ای متوسل شده‌اند. اما به دلیل عدم رعایت یک نکته روش‌شناختی نتایج آنها در جهت تأیید فرضیه‌ها تورش دارد و از این رو کاملاً غیر قابل اتکا است. مشکل اصلی این است که تحقیقات مورد نظر بدون تفکیک متغیر وابسته از متغیر توضیحی و در واقع بدون آزمون فرضیه‌ها به شکلی علی، آنها را به صورت گزاره‌هایی روشن در اختیار مخاطب قرار می‌دهند و از او تأییدی بر نکات بدیهی می‌گیرند. حال آنکه آزمون فرضیه‌ها به این طریق غیر قابل قبول است.

کلید واژه‌ها: روش تحقیق، مطالعات پرسشنامه‌ای، آزمون فرضیه.

### ۱. مقدمه

طی سال‌های اخیر محققان به درستی تشخیص داده‌اند که برای درک و تبیین بسیاری از مسایل نمی‌توان صرفاً به داده‌های کلان اقتصادی، اجتماعی و مدیریتی اتکا نمود و به ناچار باید برای آزمون فرضیه‌ها داده‌های جدیدی تولید شود. تشخیص این نیاز منجر به چندین تغییر شده است. اول اینکه بسیاری از نهادهای جمع‌آوری اطلاعات و آمار، مانند محققان منفرد به جمع‌آوری سایر انواع داده‌ها روی آورده‌اند. مثلاً بانک جهانی از سال ۲۰۰۴ پرسشنامه‌هایی برای سنجش وضع محیط کسب و کار در

\* عضو هیئت علمی جهاد دانشگاهی دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران

کشورهای مختلف دنیا تنظیم کرده و آنها را به طور مرتب روزآمد می‌کند و با استفاده از این اطلاعات تاکنون موفق شده است یک بانک اطلاعاتی مهیا کند که حاوی اطلاعات ۷ سال (۲۰۰۴ تا ۲۰۱۰) برای حدود ۱۸۰ کشور جهان در ده حوزه مربوط به محیط کسب و کار است. این بانک اطلاعاتی که هر روز بر غنای آن افزوده می‌شود منبعی غنی برای آزمون‌های تجربی فراهم کرده است.

دوم اینکه در روش‌ها و مدل‌های پردازش اطلاعات تحولی بس عظیم رخ داده است. مثلاً در اقتصاد سنجی که عموماً متکی به داده‌های رسمی خرد و کلان مراکز گردآوری آمار و اطلاعات است مدل‌هایی تعبیه شده که می‌تواند سایر اطلاعات را نیز پردازش کند. مثلاً مدل‌های دارای متغیر وابسته گسسته به خوبی توانایی پردازش اطلاعات مربوط به مطالعات پیمایشی را دارند و این انعطاف‌پذیری زیادی را به محققان می‌دهد.

سوم اینکه مطالعه بسیاری از حوزه‌ها امکان‌پذیر شده است که پیش از این امکان‌پذیر نبود. مثلاً بدون به‌کارگیری پرسشنامه، آزمون نظام‌مند عوامل مؤثر بر صادرات کشمش صرفاً از طریق داده‌های سرجمع شده (مثل صادرات کشمش، نرخ ارز، نرخ تورم و سایر متغیرهای کلانی که نظریه‌ها دیکته می‌کنند) امکان‌پذیر بود اما با استفاده از پرسشنامه می‌توان نقش قابلیت‌های درونی بنگاه بر میزان صادرات آن را برآورد و ارزیابی نمود. به‌طور طبیعی مطالعاتی از این دست مکمل نیرومند مطالعات قبلی هستند و لازم است برای درک بهتر موضوعات به آنها دامن زده شود.

اما این مزایا و فرصت‌های دیگری که یک مطالعه پرسشنامه‌ای می‌تواند مهیا کند زمانی قابل بهره‌برداری است که در طراحی پرسش‌ها و جمع‌آوری داده‌ها از این طریق برخی نکات کلیدی رعایت شود. تناسب پرسش‌ها با فرضیه‌های برآمده از یک مدل نظری، دو پهلو نبودن سؤال‌ها و اعتبار و روایی مجموعه پرسشنامه از جمله این معیارها است.

نکته‌ای که در بسیاری از مطالعات رعایت نمی‌شود و باعث غیر قابل اتکا شدن نتایج آنها می‌شود چگونگی آزمون فرضیه‌ها و چگونگی طراحی پرسش‌ها، متناسب با فرآیند آزمون فرضیه است. این مقاله به دنبال روشن کردن این نکته روش‌شناختی است. اهمیت فوق‌العاده این نکته روش‌شناختی آن است که این مشکل گریبانگیر اغلب قریب به اتفاق پایان‌نامه‌ها، رساله‌ها، و مقالات علمی پژوهشی‌ای است که در حوزه‌های اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی انجام و منتشر می‌شود و حل و فصل این مشکل می‌تواند مانع از به هدر رفتن وقت و انرژی بسیار زیادی شود که در این حوزه هزینه می‌شود.

این مقاله ابتدا با اشاره به روش کار و نتایج چند مقاله علمی پژوهشی از میان انبوه مقالات

و تحقیقات انجام شده مشکل مورد نظر را روشن می‌کند و سپس راه خروج از آن را به اختصار بیان می‌کند. قسمت پایانی مقاله به جمع‌بندی مطالب اختصاص دارد.

## ۲. مشکل آزمون در تحقیقات انجام شده

این مشکل در انبوهی از مقالات علمی پژوهشی، پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد، رساله‌های دکترا و طرح‌های پژوهشی قابل مشاهده است. در این قسمت روش کار سه تحقیق، از میان انبوه تحقیقات مرتبط، بیان می‌شود تا فحوای کلام روشن گردد. اولین مطالعه‌ای که در این قسمت بررسی می‌شود مقاله‌ای است با عنوان «بازاریابی صادراتی فرش دستباف ایران: بررسی عوامل مؤثر و آسیب‌شناسی» که در شماره ۴۳ پژوهشنامه بازرگانی در سال ۱۳۸۶، صفحات ۱-۳۴ منتشر شده است. این مطالعه "ضمن الگوگیری از بازاریابی فرایندی و هماهنگ، پنج عامل: مدیریت، محیط، استراتژی، بخش‌بندی و آمیخته بازاریابی [را] به عنوان مهمترین عوامل تأثیرگذار بر بازاریابی فرش دستباف ایران" شناسایی کرده و اثرگذاری این عوامل و اولویت تأثیرگذاری آنها را با مطالعه‌ای پیمایشی آزمون کرده است. طی مجموعه‌ای از مباحث نظری این ۵ عامل به ۱۵ متغیر اصلی و ۷۸ مؤلفه مرتبط تجزیه شده و در قالب ۷۸ سؤال ۵ گزینه‌ای با مقیاس لیکرت در پرسشنامه گنجانده شده است تا با استفاده از نظر کارشناسان، صادرکنندگان، واردکنندگان خارج کشور و فروشندگان فرضیه‌های ذیل را بیازماید:

۱. مهمترین عوامل مؤثر بر بازاریابی صادراتی فرش دستباف ایران عبارتند از: مدیریت، استراتژی، محیط، آمیخته بازاریابی و بخش‌بندی.
۲. اولویت عوامل مؤثر بر بازاریابی صادراتی فرش دستباف ایران به ترتیب شامل عواملی مدیریتی، محیطی، استراتژی، ... بخش‌بندی بازار و آمیخته‌های بازاریابی می‌باشد.
۳. بین عوامل مؤثر بر بازاریابی صادراتی فرش دستباف ایران به شرح ذیل در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنی‌دار وجود دارد:

- مدیریت صنعت فرش دستباف
- استراتژی بازاریابی فرش دستباف ایران
- عوامل محیطی فرش دستباف ایران
- عناصر آمیخته بازاریابی فرش دستباف ایران
- بخش‌بندی فرش دستباف ایران

برای مثال، فرضیه اول از طریق آزمون توزیع دوجمله‌ای بینومیل آزمون شده و با ۹۹

درصد اطمینان تأیید شده است. اما ایراد اصلی این کار در نوع طراحی پرسش‌ها برای آزمون فرضیه‌ها است.

این مقاله پرسشنامه اصلی خود را ارایه نکرده است ولی با توجه به جدول (۵) مقاله که در صفحات ۱۹ تا ۲۱ آمده روشن است که تفکیکی بین متغیر وابسته و توضیحی فرضیه‌ها وجود ندارد و مثلاً در ارزیابی اثر محیط بر بازاریابی صادرات گزاره‌هایی مانند «استفاده از دانش تجربی، مهارتها، انگیزه‌ها [در بازاریابی صادراتی فرش دستباف حایز اهمیت است]» یا «بستر ملی بر مزیت رقابتی تأثیر [دارد]» یا «محصولات جایگزین [در بازاریابی صادراتی فرش دستباف حایز اهمیت است]» مطرح شده است. در مورد سایر عوامل نیز گزاره‌هایی با این مضامین تهیه شده است: سطح تحصیل، شرایط زندگی و امکانات رفاهی، تنوع در رنگ‌بندی طرح و نقش، استفاده از روش‌های مؤثر بازاریابی، کاهش هزینه‌های تولید، سرمایه‌گذاری برای کسب اطلاعات، توجه به ابعاد روان‌شناختی مشتری، سرمایه‌گذاری مشتریان خارجی، تطابق با سلیق مشتری، وجود شناسنامه اطلاعات برای فرش، تخفیف‌های قیمتی، نمایش نقاط بارز کالا، کانال‌های توزیع الکترونیکی و ... [در بازاریابی صادراتی فرش دستباف حایز اهمیت است].

طبیعی است که اغلب پرسش‌شوندگان به این گزاره‌های نسبتاً بدیهی واکنش مثبت نشان می‌دهند و بالطبع با چنین گزاره‌هایی نتایجی مثل نتایج این مقاله که بخشی از آن در جدول ۱

جدول ۱. نتایج آزمون دو جمله‌ای گزارش شده در جدول (۷) مقاله

نام مؤلفه	میانگین نتایج	انحراف معیار نتایج	سطح معناداری
مدیریت	۴/۱۱	۰/۴۴	۰/۰۰
استراتژی	۴/۱۲	۰/۵۹	۰/۰۰
محیط	۳/۱۹	۰/۴۷	۰/۰۰
امیختگی	۴/۰۸	۰/۵۶	۰/۰۰
بازاریابی	۴/۰۵	۰/۶۹	۰/۰۰

منبع: ص ۲۳ از مقاله مورد بررسی

گزارش شده حاصل می‌آید. اما نکته اصلی این است که در همه این گزاره‌ها متغیر وابسته و توضیحی با هم حضور دارند. با این اوصاف تغییرات متغیر توضیحی چگونه می‌تواند تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهد.

جهت روشن شدن میزان شیوع این مشکل (عدم تفکیک متغیر وابسته و توضیحی) در مطالعات پرسشنامه‌ای جالب است به این نکته توجه شود که در همین شماره ۴۳ از پژوهشنامه بازرگانی دو مطالعه دیگر با روش پرسشنامه‌ای منتشر شده است که هر دو همین مشکل را دارند. اولی مقاله‌ای است با عنوان «بررسی نقش گمرک الکترونیک در تسهیل صادرات» که صفحات ۹۳-۱۲۰ فصلنامه را به خود اختصاص داده است. «این مقاله بخشی از یک تحقیق با عنوان «شناسایی تأثیرات بانکداری الکترونیکی، بیمه الکترونیکی و گمرکات الکترونیکی بر تسهیل صادرات» است که به سفارش مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی توسط مرکز مطالعات و مدیریت بهره‌وری ایران انجام شده است» (همان: ۹۳).

فرضیه اصلی این پژوهش این است که «گمرکات الکترونیکی بر تسهیل صادرات کالا و خدمات تأثیر دارد». این تحقیق همچنین مشتمل بر ۱۸ فرضیه فرعی است مبنی بر اینکه گمرک الکترونیک با الکترونیکی نمودن فرآیندهای روزمره، مستندسازی الکترونیکی، ایجاد ارتباط اینترنتی بین ادارات نظارتی، فراهم نمودن خدمات اطلاع‌رسانی جهت پیگیری محموله و ... صادرات کالا و خدمات را تسهیل می‌کند. (همان: ۱۰۸) این مقاله نیز مانند مقاله قبل از آزمون آماری دوجمله‌ای استفاده کرده و اغلب فرضیه‌ها تأیید شده است. (همان: ۱۱۱)

منتها گزاره‌هایی که برای اظهار نظر در پرسشنامه گنجانده شده به طور همزمان حاوی متغیر وابسته و توضیحی است و مثلاً مخاطبان با گزاره‌هایی نظیر این مواجهند: الکترونیکی شدن فرآیندهای روزمره گمرک در زمینه امور گمرکی صادرات کالا (یا خدمات)، انجام مستندسازی الکترونیکی در امور گمرکی مربوط به صادرات کالا (یا خدمات) با استفاده از ساختار مشترک و ... موجب تسهیل صادرات می‌شود. آنچه محل اشکال است این است که در گزاره‌ها بین متغیرهای توضیحی (یعنی ابعاد مختلف الکترونیکی شدن گمرک) و متغیر وابسته (یعنی سهولت صادرات) تمایز وجود ندارد. و به دلیل این که دو متغیر در یک گزاره مطرح شده اساساً امکان آزمون وجود ندارد و نمی‌توان ارزیابی نمود که آیا تغییرات متغیر توضیحی منجر به تغییری در متغیر وابسته شده است یا خیر.

عنوان مقاله سوم از همین شماره پژوهشنامه بازرگانی «بررسی تأثیر الگوی زنجیره تأمین بر بهبود کیفیت ارائه خدمات به مشتریان و تدوین مؤلفه‌های اصلی» است که در صفحات ۱۸۵-۲۲۳ منتشر شده است. در این مقاله ابتدا «پیشینه و مبانی نظری زنجیره تأمین و



اولین مطالعه مورد نظر «خودکشی» دورکیم است که یک تحقیق اساسی در علوم اجتماعی محسوب می‌شود. فرضیه دورکیم، به عنوان جامعه‌شناسی که معتقد بود ساختارهای اجتماعی و کله‌ها بر رفتارهای فردی تأثیر می‌گذارد، این بود که خودکشی متأثر از عوامل اجتماعی و به طور خاص ناشی از نبود پیوندهای اجتماعی است: هر چه پیوندهای اجتماعی میان افراد جامعه کمتر باشد احتمال خودکشی بیشتر است.

او برای آزمون این فرضیه ابتدا متغیر وابسته را شناسایی و اطلاعات مرتبط را جمع‌آوری کرد. یعنی میزان خودکشی را در جوامع مختلف محاسبه نمود. سپس در مورد هر یک از خودکشی‌ها اطلاعاتی جمع‌آوری نمود تا از آنها به عنوان متغیر توضیحی در آزمون فرضیه‌ها استفاده کند. فرض او این بود که پیوندهای اجتماعی در جوامع کاتولیک بیش از جوامع پروتستان است و در نتیجه فرضیه فرعی‌اش این بود که میزان خودکشی در جوامع پروتستان، با فرض ثبات سایر شرایط، بیش از جوامع کاتولیک است. لذا در این باره تحقیق کرد که افرادی که اقدام به خودکشی کرده‌اند کاتولیک بوده‌اند یا پروتستان. به این ترتیب متغیر وابسته او اقدام به خودکشی است و متغیر توضیحی او تعلق افراد به جوامع کاتولیک یا پروتستان. این تفکیک به او امکان می‌داد این سؤال را بررسی کند که آیا بیشتر افرادی که خودکشی کرده‌اند کاتولیک بوده‌اند یا پروتستان. اگر دورکیم می‌خواست مانند تحقیقات بالا عمل کند باید چنین گزاره‌ای مطرح می‌کرد: اگر مذهب فرد پروتستان باشد احتمال خودکشی او بیشتر است. اما او دو بخش این گزاره را تفکیک کرده و براساس شواهد، اطلاعات متغیر وابسته (خودکشی) و متغیر توضیحی (مذهب) را گردآوری نموده و بعد همبستگی این دو را آزموده است.

فرضیه فرعی دیگر او تعلق فردی که خودکشی کرده به جوامع خانوادگی است. در واقع او معتقد بود اگر فرد پیوندهای نزدیک خویشاوندی داشته باشد کمتر احتمال دارد خودکشی کند. لذا مجدداً در مورد هر فردی که اقدام به خودکشی کرده بود این پرسش را مطرح کرد که آیا روابط خویشاوندی نزدیکی داشته و روابط دوستانه‌ای برقرار می‌کرده است یا نه. سپس همبستگی این متغیر را با متغیر وابسته (خودکشی) آزمون کرده است. در حالی که اگر می‌خواست دچار خلط متغیر وابسته و توضیحی شود این گزاره را مطرح می‌کرد: هر چه فرد دوستان بیشتری داشته باشد احتمال خودکشی او کمتر است.

مطالعه دیگری که برای این قسمت انتخاب شده مطالعه مک ناتان و بل (۲۰۰۰) است. هدف این محققان بررسی این مسئله است که بنگاه‌های کوچکی که محصولات دانش‌بر تولید می‌کنند برای صادرات محصول خود به چه شیوه‌ای وارد بازار جهانی می‌شوند. این محققان از نظریه اقتصاد هزینه مبادله برای تبیین مسئله و استخراج فرضیه استفاده کرده‌اند.

مدیریت آن با هدف شناسایی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر «بهبود کیفیت ارائه خدمات» و «کاهش هزینه‌های موجودی» بررسی شده و ... داده‌های پژوهش با طراحی و تنظیم پرسشنامه بر مبنای طیف لیکرت ... در قالب ۵۰ مؤلفه در جامعه آماری نمونه، جمع‌آوری ... شده است.» این داده‌ها مؤید دو فرضیه این پژوهش بوده‌اند:

۱. اجرای الگوی زنجیره تأمین تأثیر معناداری بر بهبود کیفیت ارائه خدمات به متقاضیان کالا در شرکت تدارکات مناطق نفت خیز جنوب دارد.

۲. تأثیر اجرای الگوی SCM بر هزینه‌های موجودی چگونه است؟

۳. آیا مؤلفه‌های تأثیرگذار بر بهبود کیفیت و کاهش هزینه‌های موجودی قابلیت اولویت‌بندی دارند؟

اما گزاره‌های طراحی شده دچار همان مشکل پیش گفته است: میزان تطابق محصول یا خدمت با خواسته مشتریان، سطح سرویس دهی، روش تحویل یا توزیع کالا، ...، فرهنگ حذف اتلاف، توجه به فرهنگ نوآوری و خلاقیت، مشتری مداری، سرعت تبادل اطلاعات با مشتریان و تأمین کنندگان، تأمین وجوه مالی مورد نیاز، مشخص بودن استراتژی‌های تأمین کالا، واقعی بودن مقادیر تقاضا، محل استقرار انبارهای کالا و ... بر بهبود کیفیت ارائه خدمات به متقاضیان کالا در شرکت تدارکات مناطق نفت خیز جنوب تأثیر دارد. در این گزاره‌ها نیز به وضوح مشکل پیش گفته به چشم می‌خورد. (همان: ۲۰۴)

در این قسمت روش کار سه مقاله پرسشنامه‌ای گزارش شد که هر سه مقاله در یک شماره از یک نشریه علمی پژوهشی چاپ شده است. هر سه مقاله مورد نظر برای آزمون فرضیه‌های خود گزاره‌های چند گزینه‌ای در پرسشنامه گنجانده‌اند که این گزاره‌ها به طور همزمان حاوی متغیرهای وابسته و توضیحی مسئله مورد نظر است و منطقاً امکان آزمون فرضیه‌ها وجود ندارد و آزمون‌های صوری انجام شده غیر قابل اتکا است. این مشکل منحصر به این مقالات یا این نشریه خاص نیست و مبتلا به انبوهی از مطالعات است که کار خود را بر مبنای اطلاعات پرسشنامه‌ای پیش برده‌اند.

### ۳. روشن نمودن مشکل در پرتو چند کار اصیل

در این قسمت چند تحقیق پیمایشی معرفی می‌شود که به نحو موفقیت آمیزی مطالعه خود را اجرا کرده‌اند و به طور خاص در دام ادغام متغیر وابسته و توضیحی در درون یک گزاره نیفتاده‌اند. هدف از این کار روشن نمودن مشکلی است که گریبانگیر برخی مطالعات تجربی پرسشنامه‌ای در ایران است.

طبق این رویکرد نظری برای صادرات هر محصول روش‌های مختلفی وجود دارد. بنگاه می‌تواند محصولش را به یک واسطه صادراتی بفروشد تا آن واسطه محصول را صادر کند یا در سر دیگر طیف می‌تواند شعبه‌ای در خارج کشور تأسیس کند و محصولش را به طور مستقیم به دست مصرف‌کننده خارجی برساند. در حالت اول او کنترل کمی بر شیوه صادرات دارد در حالی که در حالت دوم کنترل نسبتاً کاملی بر صادرات دارد. اما هر یک از این شیوه‌ها زمانی تناسب دارد که بنگاه، بازار و محصول ویژگی‌های خاصی داشته باشند. در غیر این صورت، هزینه استفاده از این روش افزایش می‌یابد و استفاده از آن دیگر مقرون به صرفه نیست.

به این ترتیب، محققان با تأسی به رهنمودهای این نظریه فرضیه‌های آزمون‌پذیر مختلفی را مطرح نموده‌اند. برای نمونه یکی از فرضیه‌های آنها چنین است: هرچه نوسانات بازار<sup>۲</sup> (عدم اطمینان) بیشتر باشد از روش‌های با کنترل کمتر استفاده کمتری می‌شود. یعنی اگر عدم اطمینان بیشتر باشد بهتر است بنگاه کنترل بیشتری بر فرآیند صادرات داشته باشد. این محققان برای آزمون این فرضیه ابتدا از یک یک بنگاه‌های مورد بررسی پرسیده‌اند که به چه شیوه‌ای محصولشان را صادر می‌کنند (متغیر وابسته). سپس برای متغیر توضیحی شاخص‌هایی برای عدم اطمینان ساخته‌اند و آنها را به صورت گزاره در یک پرسشنامه گنجانده‌اند. گزاره مربوط به عدم اطمینان چنین است: «ما اغلب از واکنش مشتری‌ها به محصولا تمان متعجب می‌شویم» یا اینکه «کنش‌های رقبای ما اغلب غیرمنتظره است». به این ترتیب، این محققان به طور جداگانه متغیرهای توضیحی و وابسته را اندازه‌گیری کرده‌اند و جواب‌های مختلفی راجع به شیوه ورود و میزان عدم اطمینان گرفته‌اند و بعد از طریق آزمون‌های آماری این نکته را آزموده‌اند که آیا با تغییر متغیرهای توضیحی تغییر معناداری در متغیر وابسته ایجاد می‌شود یا خیر.

#### ۴. اشتباه در مشاهده

در انجام دادن یک تحقیق گام اول طراحی یک مسئله روشن است. مثل اینکه چه عواملی می‌توانند خودکشی را توضیح دهند؟ یا اینکه عوامل مؤثر بر بازاریابی و صادرات فرش دستباف چیست؟ پس از رفع ابهام از مسئله اولیه، گام بعدی انتخاب یک چارچوب نظری یا ساختن تلفیقی جدید از ساختارهای نظری از پیش موجود است. این نظریه به ما کمک می‌کند زاویه دید خود را نسبت به مسئله روشن کنیم و بگوییم از چه منظری می‌خواهیم به مسئله مورد نظر بنگریم. کاربرد این نظریه انتخابی در ایجاد بستری مناسب برای فرضیه‌های



قابل آزمون است؛ فرضیه‌هایی که در پاسخ به مسئله اولیه طرح شده‌اند.

برای مثال، اگر از منظری روان‌شناختی یا فردگرایانه به مسئله خودکشی بنگریم آنگاه فرضیه‌های ما عواملی را مسئول خودکشی خواهند دانست که ریشه در باورها و اعتقادات فردی دارد.<sup>۲</sup> در مقابل، اگر مانند دورکیم اعتقاد داشته باشیم که علاوه بر عوامل فردی ساختارهای اجتماعی هم بر تصمیم به خودکشی مؤثر است آنگاه فرضیه‌هایی را پیش می‌کشیم که ناظر بر این اثرگذاری باشد. مانند اینکه بگوییم پیوندهای اجتماعی قوی‌تر، به معنای میزان خودکشی کمتر است.

پس از طراحی روشن فرضیه گام بعدی تدقیق و روشن کردن ابعاد فرضیه اصلی و مؤلفه‌بندی آن است. برای مثال در مورد پیوندهای اجتماعی دو عامل مذهب و خانواده را می‌توان تفکیک کرد که هر یک از این ابعاد دارای مؤلفه‌های مختلفی است. مؤلفه‌ها در واقع معرف محورهایی در رابطه با یک مفهوم کلی هستند که با تمرکز بر آنها می‌توان شاخص‌هایی عینی برای سنجش مفهوم مورد نظر ساخت. برای مثال تعداد روحانی‌ها یا دفعات انجام مناسک مذهبی مؤلفه‌هایی هستند که دلالت بر مذهب می‌کنند، مذهبی که به نوبه خود معرف میزان پیوستگی‌های اجتماعی است. به این ترتیب یک مدل تحلیلی حاصل می‌شود که به روشنی انتظارات محقق را در رابطه با پاسخ مسئله اصلی بیان می‌کند. مثلاً انتظار محقق این است که اگر در جامعه‌ای مناسک مذهبی بیشتری انجام شود میزان خودکشی در آن کمتر خواهد بود.

به این ترتیب گام بعدی که تهیه داده‌های مناسب برای آزمون فرضیه است تسهیل می‌شود. زیرا یک سؤال اساسی در تهیه داده‌ها این است که چه چیزی را باید مشاهده کرد. پاسخ این سؤال را فرضیه تحقیق و مدل تحلیلی برآمده از آن روشن می‌کند. برای مثال در مورد مثال خودکشی از یک سو به داده‌هایی نیاز است که نشان دهد میزان خودکشی در کشورهای که غیر از موضوع مذهب به هم شباهت دارند چقدر است و از سوی دیگر به داده‌هایی نیاز است که به هم پیوستگی دینی را نشان دهد. چون به هم پیوستگی دینی مستقیماً قابل مشاهده نیست، دورکیم مشاهداتی را بر روی شاخص‌هایی مثل تعداد نسبی روحانیون، تعداد مناسک مذهبی و میزان اعتقادات مشترک انجام داد. (کیوی و کامپنهود، ۱۳۷۷ [۱۹۸۸]، ص ۱۴۹-۱۵۰).

نکته اصلی این است که در یک تحقیق اقتصادی یا اجتماعی یا مدیریتی باید در گردآوری مشاهدات دقت کرد. اینکه چه داده‌هایی باید گردآوری شود توسط فرضیه‌ها تحقیق و طرح نظری تحقیق روشن می‌شود. و چون در تحقیقاتی از این دست نوعاً به دنبال آزمون فرضیه‌هایی

هستیم که می‌گویند مجموعه‌ای از عوامل در شکل‌گیری و تحول مجموعه‌ای دیگر از متغیرها مؤثرند، داده‌های مربوط به توضیح‌دهنده‌ها و توضیح‌شونده‌ها باید جدای از هم گردآوری شود و خلط آنها منجر به تقلیل پژوهش به یک طرح نظر سنجی (اشتباه) می‌شود و آزمون آنها بی‌مسمما خواهد شد.

### ۵. جمع‌بندی

هدف از این نوشته نقدی بود بر شیوه متداولی که مطالعات پرسشنامه‌ای در ایران اجرا می‌شود. نکته اصلی این نقد این بود که مسیر اصلی رسیدن از فرضیه به گزاره، گویه یا سؤالی که باید در پرسشنامه گنجانده شود مخدوش است. تحقیقاتی که در این بررسی مرور شدند و ده‌ها تحقیق دیگر، مستقیماً فرضیه تحقیق را به عنوان گزاره‌ای که پاسخ دهنده باید در مورد آن اظهار نظر کند در پرسشنامه گنجانده شده و با درجه‌های بالایی از اطمینان تأیید شده است. در حالی که برای رسیدن به گزاره، گویه یا سؤالی که باید در پرسشنامه گنجانده شود باید مراحل طی شود. برای مثال، سرمد، بازرگان و حجازی (۱۳۸۳) در چاپ نهم کتاب خود با عنوان «روش‌های تحقیق در علوم رفتاری» مراحلی برای رسیدن از فرضیه به گویه مطرح کرده‌اند.

"به منظور ساختن یک پرسشنامه جهت گردآوری داده‌های لازم برای یک طرح پژوهشی، توصیه می‌شود که سؤال‌های پرسشنامه طبق جدول (۵-۱) در رابطه با فرضیه یا سؤال‌های پژوهش تدوین شود.

بنابراین برحسب اینکه گزاره‌های پژوهش فرضیه یا سؤال پژوهشی باشد باید برای هر

### جدول ۵-۱ نحوه استخراج سؤال‌های پرسشنامه از گزاره‌های تحقیق

ردیف	گزاره فرضیه یا سؤال	داده‌های مورد نیاز	متغیرهای مورد اندازه‌گیری	شیع داده‌ها	سؤال پرسشنامه در رابطه با فرضیه
۱	آیا فرصت‌های آموزش عالی به نسبت برابری میان دختران و پسران توزیع شده است؟	۱-۱ نسبت دانشجویان بر حسب جنسیت ۲-۱ نسبت دانش‌آموختگان متوسطه بر حسب جنسیت	جنسیت دانشجویان دانشگاه و جنسیت دانش‌آموختگان متوسطه	پرسشنامه دانشجویان و پایگاه داده‌های آموزشی متوسطه	جنسیت دانشجو

یکی از آنها یک ردیف جدول را اختصاص داد. به این ترتیب می‌توان داده‌های مورد نیاز پژوهشگر را مشخص کرده و بر اساس آنها سؤال‌های پرسشنامه را تدوین کرد.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود نباید از پرسش‌شوندگان به‌طور خام همان‌گزاره اولیه تحقیق (فرضیه یا مسئله پژوهش) را پرسید. اگر چنین بود در این کتاب درسی آموزش داده می‌شد که در پرسشنامه از مخاطب بپرسید «آیا فرصت‌های آموزش عالی به نسبت برابر میان دختران و پسران توزیع شده است؟». در حالی که به صراحت تأکید شده است که اول باید داده‌های مورد نیاز برای پاسخ دادن به سؤال یا آزمون فرضیه روشن شود و سپس سؤالی که بتواند این داده‌ها را برای ما فراهم کند در پرسشنامه گنجانده شود.

نکته دیگری که لازم است بر آن تأکید شود مسئله آزمون است. در آمار و اقتصاد سنجی و به‌طور کلی در پژوهش‌های کمی همبستگی بین دو متغیر آزمون می‌شود. یعنی یک متغیر وابسته داریم (مثل خودکشی یا شیوه ورود به بازار بین‌المللی) که حاوی تغییراتی است و قصد مدلساز و آزمون‌کننده این است که مدلی طراحی کند که طبق آن بشود تغییرات متغیر وابسته را بر حسب تغییرات یک یا چند متغیر توضیحی (مثل مذهب، روابط دوستانه، یا عدم اطمینان) تبیین نمود و آزمون کرد. وقتی که ما هر دو متغیر را در درون یک گزاره می‌گنجانیم امکانی برای سنجش تغییرات به وجود نمی‌آید و طبیعتاً امکانی برای آزمون روابط وجود ندارد و آزمون‌های انجام شده کاذب است.

در انتها لازم است ابراز امیدواری کنم که این مقاله موجب گله‌مند شدن محققان از نگارنده حاضر نشود و در عوض به عنوان زمینه‌ای لازم برای اصلاح صدها پژوهشی تلقی شود که در آینده با این روش انجام خواهد شد.

پی نوشت‌ها:

۱-aggregate

۲-volatility

۳- رمان «روی ماه خداوند را ببوس» نوشته مصطفی مستور، رمانی است که از این منظر به مسئله خودکشی می‌نگرد.

منابع فارسی:

- الهی، شعبان و حسن‌زاده، علیرضا؛ "بررسی نقش گمرک الکترونیکی در تسهیل صادرات؛ پژوهشنامه بازرگانی"، شماره ۴۳، تابستان ۱۳۸۶، ص ۹۳-۱۲۰.
- دواس، دی. اژی د. (۱۹۹۱)؛ "پیمایش در تحقیقات اجتماعی"؛ ترجمه هوشنگ نایی، تهران: نشرنی، چاپ پنجم، ۱۳۸۳.
- رجب‌زاده، علی؛ خدیور، آمنه و کاظمی، عبدالعظیم؛ "بررسی تأثیر الگوی زنجیره تأمین بر بهبود کیفیت ارائه خدمات به مشتریان و تدوین مؤلفه‌های اصلی"؛ پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۳، تابستان ۱۳۸۶، ص ۱۸۵-۲۲۳.
- سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس؛ و حجازی، الهه؛ "روش‌های تحقیق در علوم رفتاری"؛ تهران: انتشارات آگاه، چاپ نهم، ۱۳۸۳.
- شم‌آبادی، محمد علی و خداداد حسینی، سید حمید؛ "بازاریابی صادراتی فرش دستباف ایران: بررسی عوامل مؤثر و آسیب‌شناسی"؛ پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۳، تابستان ۱۳۸۶، ص ۱-۳۴.
- کیوی، ریمون و کامپنهود، لوک وان (۱۹۸۸)؛ "روش تحقیق در علوم اجتماعی"؛ ترجمه دکتر عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: توتیا، ۱۳۷۷.

منابع انگلیسی:

- McNaughton, Rod B. and Bell, Jim; "Channel Switching Between Domestic and Foreign Markets"; Journal of International Marketing, Vol. 9, No.1, 2000, pp: 24-39.