LA RÉALISATION DE SONDAGES

Direction qualité, de l'évaluation, de la performance et de l'éthique

Le 21 avril 2015

Québec

POURQUOI FAIRE UN SONDAGE?

- Questionnements et hypothèses
- Instrument de mesure par rapport à un questionnement de départ
  - Est-ce le meilleur moyen?
- Population et échantillon
  - Considération dans le choix de l'échantillon (méthodes d'échantillonnage)
- Scientificité
- Donc, on définit le sondage comme étant :

  « Un instrument de collecte et de mise en forme de l'information, fondé sur l'observation de réponses à un ensemble de questions posées à un échantillon d'une population » (Gauthier, 2003:388)

LES AVANTAGES À UTILISER UN SONDAGE

- Flexibilité et simplicité du mécanisme
- Évaluation de comportements privés
  - Opinions, habitudes de consommation, perceptions, etc.
- Données complémentaires à la simple observation
- Mesure plusieurs variables simultanément
- Production de données quantitatives, questions fermées, ou qualitatives, questions ouvertes
- Exemples de sondage :
  - Évaluation de la perception des usagers vis-à-vis d'une intervention ou d'un service
  - Évaluation de la mobilisation du personnel
  - Démarche exploratoire, par exemple : valider une idée

LES CONDITIONS DE VALIDITÉ

- La disponibilité des informateurs
  - Rejoints et acceptent de répondre au questionnaire
- La capacité de répondre
  - Compréhension du sens des questions
- Les répondants doivent posséder l'information qui leur est demandée
  - La pertinence
- La transmission fidèle de l'information
  - Communication sans distorsion de l'information
- L'enregistrement fidèle de l'information
  - Par ceux qui analyseront l'information
- Impliquer un échantillon valide
  - Intervalle de confiance (95 % ou 99 %)
  - Échantillon minimal ($n = 30$) pour envisager de l'inférence statistique

LES TYPES DE SONDAGE

- Le sondage ponctuel
  - Description de caractéristiques d'une population ou enquête des relations entre certaines variables
- Le sondage de tendance
  - Répétition d'une enquête avec des échantillons différents
  - Sert à évaluer l'évolution (court, moyen, long terme) des opinions, de perceptions, etc.
- Le sondage panel
  - Répétition d'une enquête auprès du même échantillon
  - Aussi appelé enquête longitudinale

MODES D'ADMINISTRATION

- Entrevue par téléphone
  - Les questions sont posées au téléphone
  - Standardisation du protocole d'entrevue pour éviter les biais, questionnaire fermé
  - Entrevue brève afin de ne pas décourager les répondants
- Entrevue face à face
  - Les questions sont posées en face à face
  - Standardisation du protocole d'entrevue pour éviter les biais, questionnaire fermé
  - Entrevue peut être plus longue et les répondants acceptent de se déplacer
- Questionnaire postal
  - Questionnaire acheminé par la poste
  - Auto-répondu

MODES D'ADMINISTRATION

- Questionnaire distribué
  - Questionnaire distribué à des groupes réunis en un endroit
    - Exemple : questionnaires distribués dans un cours académique
- Questionnaire électronique
  - Sondage utilisant les nouvelles technologies de communication, par exemple : SurveyMonkey, Google Forms, etc.
  - Accès à une licence
  - Sondage acheminé via courriel
  - Certains défis :
    - Accès à Internet ou pare-feu bloquant le site
    - Multiréponses
      - Une même personne répond plusieurs fois au même questionnaire
- Méthode mixte
  - Jumeler des modes d'administration

MODES D'ADMINISTRATION

- Précautions :
  - Attention au biais de la désirabilité sociale!
  - Biais de mémoire
  - Importance d'assurer la confidentialité
    - Traitement et analyses

ÉLABORATION DU QUESTIONNAIRE

- Sélection des concepts et des indicateurs
  - Mesures objectives : caractéristiques sociodémographiques des individus (l'âge, le sexe, le revenu, etc.), cela englobe aussi leurs connaissances et leurs comportements
  - Mesures subjectives : perceptions et attitudes, mesures d'opinion, de satisfaction, de valeurs, etc.
- La formulation des questions
  - Transformer les indicateurs et concepts en questions
  - Précision de la question
  - Pertinence de la question
  - Neutralité de la question

ÉLABORATION DU QUESTIONNAIRE

- Types de questions
  - Questions fermées : informations quantitatives

  « Avez-vous participé à la présentation portant sur les sondages? »

  - Questions ouvertes : informations qualitatives

  « Comment décririez-vous, dans vos mots, votre habileté à construire adéquatement un sondage? »

- Formulation des questions : la précision
  - Vocabulaire simple
  - Vocabulaire compréhensible par la population cible
  - Éviter l'ambiguïté
  - Évaluer une seule idée par question
  - Rédiger des questions courtes
  - Formuler les énoncés à la positive

ÉLABORATION DU QUESTIONNAIRE

- Formulation des questions : la neutralité
  - Éviter de contaminer les réponses, telles que les questions tendancieuses

Exemple 1 :

Q. : Selon vous, même si le taux de criminalité a diminué depuis trois ans, grâce au plan visant à leur imposer des peines plus sévères, est-ce que le présent gouvernement devrait dépenser plus pour réhabiliter les jeunes contrevenants qui commettent des crimes violents :

R1. : Oui

R2. : Non

Exemple 2 :

Q. : Selon vous, la *meilleure* chose à faire avec les jeunes contrevenants qui commettent des crimes violents c'est :

R1. : De leur imposer des peines plus sévères

R2 .: De dépenser plus pour les réhabiliter

ÉLABORATION DU QUESTIONNAIRE

- Prévenir les refus
  - Utiliser des formulations polies
  - Utilisation du vouvoiement vs le tutoiement, selon le contexte
  - Parfois, se contenter d'une information approximative : le cas du salaire et des « catégories de revenu »
  - Utiliser le « contexte adoucissant », en posant une question plus délicate précédée de certaines questions plus « normales »
    - Par exemple : explorer la perception des répondants sur des thèmes généraux avant d'aborder sur leurs pratiques précises

ÉLABORATION DU QUESTIONNAIRE

- Formulation des réponses
  - Précision dans questions fermées
    - Catégories de réponses exhaustives et mutuellement exclusives
    - Prévoir, au besoin, les modalités « ne s'applique pas » ou « ne sais pas »
    - Faire attention au nombre trop élevé de modalités de réponse
  - L'échelle de Likert
    - « Aucunement satisfait, peu satisfait, assez satisfait, très satisfait »
    - Faire attention à la « valeur refuge » ou valeur « neutre », par exemple : « moyennement satisfait »
  - Respect de la neutralité dans les réponses:
    - Éviter le débalancement des valeurs positives vs les valeurs négatives (par exemple : trois valeurs positives vs une valeur négative
- Obligation de répondre « pour ou contre »
  - Construire les modalités de réponse en cohérence avec les futures analyses de données

ÉLABORATION DU QUESTIONNAIRE

- Mise en forme du questionnaire
  - Texte d'introduction et lettre d'introduction
  - La longueur : sections plus simples et attrayantes en début de questionnaire et les sections plus délicates à la fin
  - Respecter une chronologie des questions, le cas échéant
  - Ajouter une phrase de transition entre les sections, le cas échéant
  - Soigner l'aspect visuel, rendre le questionnaire attrayant
  - Planifier les sauts de questions et les branchements. Préciser clairement les consignes en cas de sauts de questions
  - Questionnaire en ligne : s'assurer de programmer adéquatement les sauts de question automatiques (SurveyMonkey)
  - Questionnaire postal : ne pas oublier d'affranchir l'enveloppe de retour

LE PRÉTEST DU QUESTIONNAIRE

- Prétest et réajustement du questionnaire
  - Identifier des collaborateurs pour tester le questionnaire
    - Ces collaborateurs doivent avoir une connaissance minimale des concepts et indicateurs évalués
    - Si possible, les collaborateurs doivent présenter les caractéristiques de la clientèle-cible
  - Le prétest sert, notamment, à s'assurer que :
    - Les questions et les choix de réponses sont clairs
    - Le lien du questionnaire électronique (exemple : SurveyMonkey) fonctionne adéquatement, le cas échéant
    - Les branchements et sauts de question fonctionnent adéquatement
    - Toutes les variables pertinentes sont traitées
  - Améliore la validité des données
  - Éviter de « brûler » les répondants en cas de problèmes techniques ou informatiques
    - Exemple : le navigateur Internet de Lotus Notes bloque le site de SurveyMonkey

L'ADMINISTRATION DU SONDAGE

- Conditions gagnantes :
  - Identifier une personne ressource en cas d'interrogation
  - Communiquer clairement les coordonnées de cette personne ressource :
    - Sur le questionnaire
    - Dans la communication, par exemple: la lettre, le courriel, la note de service, etc.
  - Assurer l'anonymat dans le traitement des réponses
  - Sensibiliser les intervenants sur le terrain ou les chefs de service à l'importance de la démarche
  - Au besoin, communiquer avec le service informatique du CISSS de Chaudière-Appalaches afin d'éviter des erreurs informatiques en lien avec l'administration d'un questionnaire informatisé
  - Mettre une date limite de réponse dans le cas d'un questionnaire en mode auto-répondu
  - Monitorer le taux de réponse et faire des rappels ponctuels
    - Avoir la liste d'envoi et faire une base de données des répondants (Excel, Word, etc.)
  - Prolonger le délai, en cas d'un taux de réponse trop faible

ANALYSE DES DONNÉES

- Importance de bien structurer sa base de données (Excel, SPSS, etc.) en cohérence avec son questionnaire
- Réfléchir et énumérer le type d'analyse des données désirées :
  - Distribution de fréquences et pourcentages
  - Mesures de tendances centrales
  - Mesures de variations (*écart-type, score Z, etc.*)
  - Comparaisons de moyennes (*Test t, variance, corrélation, etc.)*
- Apporter une attention particulière à la saisie des données, le cas échéant

Des questions?

Coordonnées du Bureau du partenariat et de l'expérience usager :

partenariat.usager.cisssca@ssss.gouv.qc.ca

Merci !

Centre intégré
de santé et de services
sociaux de Chaudière-
Appalaches
Québec