

問卷調查的設計原則技巧

問卷調查的設計原則、技巧

問卷調查是現代社會市場調查的一種十分重要的方法，而在問卷調查中，問卷設計又是其中的關鍵，問卷設計的好壞，將直接決定著能否獲得準確可靠的市場訊息。本節我們將介紹問卷設計的有關概念和基本技巧。

（一）問卷設計概述

調查問卷，又稱調查表，是調查者根據一定的調查目的精心設計的一份調查表格，是現代社會用於收集資料的一種最為普遍的工具。

按照不同的分類標準，可將調查問卷分成不同的類型。

（1）根據市場調查中使用問卷方法的不同，可將調查問卷分成自填式問卷和訪問式問卷兩大類。

所謂自填式問卷，是指由調查者發給（或郵寄給）被調查者，由被調查者自己填寫的問卷。而訪問式問卷則是由調查者按照事先設計好的問卷或問卷提綱向被調查者提問，然後根據被調查者的回答進行填寫的問卷。一般而言，訪問式問卷要求簡便，最好採用兩項選擇題進行設計；而自填式問卷由於可以借助於視覺作用，在問題的製作上相對可以更加詳盡，全面。

（2）根據問卷發放方式的不同，可將調查問卷分為送發式問卷、郵寄式問卷、報刊式問卷、人員訪問式問卷、電話訪問式問卷和網上訪問式問卷六種。其中前三類大致可以劃歸自填式問卷範疇，後三類則屬於訪問式問卷。

送發式問卷就是由調查者將調查問卷送發給選定的被調查者，待被調查者填答完畢之後再統一收回。

郵寄式問卷是通過郵局將事先設計好的問卷郵寄給選定的被調查者，並要求被調查者按規定的要求填寫後回寄給調查者。郵寄式問卷的匿名性較好，缺點是問卷回收率低。

報刊式問卷是隨報刊的傳遞發送問卷，並要求報刊讀者對問題如實作答並回寄給報刊編輯部。報刊式問卷有穩定的傳遞管道、匿名性好，費用省，因此有很大的適用性，缺點也是回收率不高。

人員訪問式問卷是由調查者按照事先設計好的調查提綱或調查問卷對被調查者提問，然後再同調查者根據被調查者的口頭回答填寫問卷。人員訪問式問卷的回收率高，也便於設計一些便於深入討論的問題，但不便於涉及敏感性問題。

電話訪問式問卷就是通過電話仲介來對被調查者進行訪問調查的問卷類型。此種問卷要求簡單明瞭，在問卷設計上要充分考慮幾個因素：通話時間限制；聽覺技術的局限性；記憶的規律；記錄的需要。電話訪問式問卷一般應用於問題相對簡單明確，但需及時得到調查結果的調查專案。

網上訪問式問卷是在網際網路上製作，並通過網際網路來進行調查的問卷類型。此種問卷不受時間，空間限制，便於獲得大量資訊，特別是對於引起敏感性問題，相對而言更容易獲得滿意的答案。

（二）問卷的基本結構

1、問卷的基本要求

一份完善的問卷調查表應能從形式和內容兩個方面同時取勝。

從形式上看，要求版面整齊、美觀、便於作答，這是總體上的要求，具體的版式設計、版面風格與版面要求，這裏暫不稱述。

再從內容上看，一份好的問卷調查表至少應該滿足以下幾方面的要求：

- （1）問題具體、表述清楚、重點突出、整體結構好。
- （2）確保問卷能完成調查任務與目的。
- （3）調查問卷應該明確正確的政治方向，把握正確的輿論導向，注意對群眾可能造成的影響。
- （4）便於統計整理。

2、問卷的基本結構

問卷的基本結構一般包括四個部分，即說明信、調查內容、編碼和結束語。其中調查內容是問卷的核心部分，是每一份問卷都必不可少的內容，而其他部分則根據設計者需要可取可捨。

（1）說明信

說明信是調查者向被調查者寫的封簡短信，主要說明調查的目的、意義、選擇方法以及填答說明等，一般放在問卷的開頭。

(2) 調查內容

問卷的調查內容主要包括各類問題，問題的回答方式及其指導語，這是調查問卷的主體，也是問卷設計的主要內容。

問卷中的問答題，從形式上看，可分為開放式、封閉式和混合型三大類。開放式問答題只提問題，不給具體答案，要求被調查者根據自己的實際情況自由作答。封閉式問答題則既提問題，又給出若干答案，被調查中只需在選中的答案中打“√”即可。混合型問答題，又稱半封閉型問答題，是在採用封閉型問答題的同時，最後再附上一項開放式問題。

至於指導語，也就是填答說明，用來指導被調查者填答問題的各種解釋和說明。

(3) 編碼

編碼一般應用於大規模的問卷調查中。因為在大規模問卷調查中，調查資料的統計匯總工作十分繁重，借助於編碼技術和電腦，則可大大簡化這一工作。

編碼是將調查問卷中的調查專案以及備選答案給予統一設計的代碼。編碼既可以在問卷設計的同時就設計好，也可以等調查工作完成以後再進行。前者稱為預編碼，後者稱為後編碼。在實際調查中，常採用預編碼。

(4) 結束語

結束語一般放在問卷的最後面，用來簡短地對被調查者的合作表示感謝，也可徵詢一下被調查者對問卷設計和問卷調查本身的看法和感受。

(三) 問卷設計的原則

(1)、相關原則——調查問卷中除了少數幾個提供背景的題目外，其餘題目必須與研究主題直接相關。

(2)、簡潔原則——調查問卷中每個問題都應力求簡潔而不繁雜、具體而不含糊，儘量使用簡短的句子，每個題目只涉及一個問題，不能兼問。違反這一原則的例子如：“你是否贊成加強高中的學術性課程和教師的競爭上崗制度？”

(3)、禮貌原則——調查問卷中儘量避免涉及個人隱私或隱私的問題，如收入來源；避免那些會給答卷人帶來社會或職業壓力的問題，使人感到不滿。問題的措辭禮貌、誠懇，人們才能願意合作。

(4)、方便原則——調查問卷中題目應該儘量方便調查對象回答，不必浪費過多筆墨，也不要讓調查對象覺得無從下手，花費很多時間思考。

(5)、定量準確原則——調查問卷中如果要收集數量資訊，則應注意要求調查物件答出準確的數量而不是平均數。例如，“在您的班級中六歲入學的有幾人”和“在您的班級裏學生平均幾歲入學”，前者能夠獲得班級六歲入學兒童的準確數字，而後者則無法得到這樣的資訊。

(6)、選項窮盡原則——調查問卷中題目提供的選擇答案應在邏輯上是排他的，在可能性上又是窮盡的。例如，“您的最後學歷是什麼”的備選答案有：A、大專 B、高職 C、碩士三個答案，顯然沒有窮盡學歷類型。有的題目應提供中立或中庸的答案，例如“不知道”、“沒有明確態度”等，這樣可以避免調查者在不願意表態或因不瞭解情況而無法表態的情況下被迫回答。

(7)、拒絕術語原則——調查問卷中避免大量使用技術性較強的、模糊的術語及行話，以便使被調查對象都能讀懂題目。違反這一原則的例子如“您認為您的孩子社會智力如何？”

(8)、適合身份原則——調查問卷中題目的語言風格與用語應該與調查對象的身份相稱。因此在題目編擬之前，研究者要考察調查物件群體的情況，如果物件身份多樣，則在語言上儘量大眾化；如果調查對象是兒童、少年，用語要活潑、簡潔、明快；如果調查物件是專家、學者，用語應該科學、準確，並可適當運用專業語言。

(9)、非導向性原則——調查問卷中所提出的問題應該避免隱含某種假設或期望的結果，避免題目中體現出某種思維定勢的導向。例如：“作為教師，您認為素質教育能夠更好地促進學生的健康成長嗎？”

(四) 問卷設計的過程

問卷設計的過程一般包括十大步驟，確定所需資訊、確定問題的類型、確定問題的內容、研究總的類型、確定問題的提法、確定問題的順序、問卷的排版和佈局、問卷的測試、問卷的定稿、問卷的評價。

1、確定所需資訊

確定所需資訊是問卷設計的前提工作。調查者必須在問卷設計之前就把握所有達到研究目的和驗證研究假設所需要的資訊，並決定所有用於分析使用這些資訊的方法，比如頻率分佈、統計檢驗等，並按這些分析方法所要求的形式來收集資料，把握資訊。

2、確定問卷的類型

制約問卷選擇的因素很多，而且研究課題不同，調查項目不同，主導制約因素也不一樣。在確定問卷類型時，先必須綜合考慮這些制約因素：調研費用，時效性要求，被調查物件，調查內容。

3、確定問題的內容

確定問題的內容似乎是一個比較簡單的問題。然而事實上不然，這其中還涉及一個個體的差異性問題，你認為容易的問題在他可能是困難的問題；在你認為熟悉的問題在他為生疏的問題。因此，確定問題的內容，最好與被調查物件聯繫起來。分析一下被調查者群體，有時比盲目分析問題的內容效果要好。

4、確定問題的類型

問題的類型歸結起來分為四種：自由問答題、兩項選擇題、多項選擇題和順位式問答題其中後三類均可以稱為封閉式問題。

(1) 自由問答題

自由問答題，也稱開放型問答題，只提問題，不給具體答案，要求被調查者根據自身實際情況自由作答。自由問答題主要限於探索性調查，在實際的調查問卷中，這種問題不多。自由問答題的主要優點是被調查者的觀點不受限制，便於深入瞭解被調查者的建設性意見、態度、需求問題等。主要缺點是難於編碼和統計。自由問答題一般應用於以下幾種場合：作為調查的介紹；某個問題的答案太多或根本無法預料時；由於研究需要，必須在研究報告中原文引用被調查者的原話。

(2) 兩項選擇題

兩項選擇題，也稱是做題，是多項選擇的一個特例，一般只設兩個選項，如“是”與“否”，“有”與“沒有”等。

兩項選擇題的特點是簡單明瞭。缺點是所獲信息量太小，兩種極端的回答類型有時往往難以瞭解和分析被調查者群體中客觀存在的不同態度層次。

(3) 多項選擇題

多項選擇題是從多個備選答案中擇一或擇幾。這是各種調查問卷中採用最多的一種問題類型。

多項選擇題的優點是便於回答，便於編碼和統計，缺點主要是問題提供答案的排列次序可能引起偏見。這種偏見主要表現在三個方面：

第一，對於沒有強烈偏好的被調者而言，選擇第一個答案的可能性大大高於選擇其他答案的可能性。解決問題是打亂排列次序，製作多份調查問卷同時進行調查，但這樣做的結果是加大了製作成本。

第二，如果被選答案均為數字，沒有明顯態度的人往往選擇中間的數字而不是偏向兩端的數。

第三，對於 A、B、C 字母編號而言，不知道如何回答的人往往選擇 A，因為 A 往往與高品質、好等相關聯。解決辦法是得用其他字母，如 L、M、N 等進行編號。

(4) 順位式問答題

順位式問答題，又稱序列式問答題，是在多項選擇的基礎上，要求被調查者對詢問的問題答案，按自己認為的重要程度和喜歡程度順位排列。

在現實的調查問卷中，往往是幾種類型的問題同時存在，單純採用一種類型問題的問卷並不多見。

5、確定問題的措辭

很多人可能不太重視問題的措辭，而把主要精力集中在問卷設計的其他方面，這樣做的結果有可能降低問卷的品質。

下面是幾條法則，不妨試試。

- (1) 問題的陳述應儘量簡潔。
- (2) 避免提帶有雙重或多重含義的問題。
- (3) 最好不用反義疑問句：避用否定句。
- (4) 注意避免問題的從眾效應和權威效應。

6、確定問題的順序

問卷中的問題應遵循一定的排列次序，問題的排列次序會影響被調查者的興趣、情緒，進而影響其合作積極性。所以一份好的問卷應對問題的排列作出精心的設計。

一般而言，問卷的開頭部分應安排比較容易的問題，這樣可以給被調查者一種輕鬆、愉快的感覺，以便於他們繼續答下去。中間部分最好安排一些核心問題，即調查者需要掌握的資料，這一部分是問卷的核心部分，應該妥善安排。結尾部分可以安排一些背景資料，如職

業、年齡、收入等。個人背景資料雖然也屬事實性問題，也十分容易回答，但有些問題，諸如收入、年齡等同樣屬於敏感性問題，因此一般安排在末尾部分。當然在不涉及敏感性問題的情況下也可將背景資料安排在開頭部分。

還有一點就是注意問題的邏輯順序，有邏輯順序的問題一定要按邏輯順序排列，即使打破上述規則。這實際上就是一個靈活機動的原則。

7、問卷的排版和佈局

問卷的設計工作基本完成之後，便要著手問卷的排版和佈局。問卷排版的佈局總的要求是整齊、美觀、便於作答和統計。

8、問卷的測試

問卷的初稿設計工作完畢之後，不要急於投入使用，特別是對於一些大規模的問卷調查，最好的辦法是先組織問卷的測試，如果發現問題，再及時修改，測試通常選擇 20-100 人，樣本數不宜太多，也不要太少。如果第一次測試後有很大的改動，可以考慮是否有必要組織第二次測試。

9、問卷的定稿

當問卷的測試工作完成，確定沒有必要再進一步修改後，可以考慮定稿。問卷定稿後就可以交付列印。正式投入使用。

10、問卷的評價

問卷的評價實際上是對問卷的設計品質進行一次總體性評估。對問卷進行評價的方法很多，包括專家評價，上級評價，被調查者評價和自我評價。

專家評價一般側重於技術性方面，比如說對問卷設計的整體結構，問題的表述、問卷的版式風格等方面進行評價。

上級評價則側重於政治性方面，比如說在政治方向方面，在輿論導向方面，可能對群眾造成的影響等方面進行評價。

被調查者評價可以採取兩種方式：一種是在調查工作完成以後再組織一些被調查者進行事後性評價；一種方式則是調查工作與評價工作同步進行，即在調查問卷的結束語部分安排幾個回饋性題目，比如，“您覺得這份調查表設計得如何？”

自我評價則是設計者對自我成果的一種肯定或反思。