

Department of Data Processing
Kaohsiung Commercial High School

Questionnaire Design and Survey 問卷設計與調查

蕭銘雄
樹德科技大學資訊管理系
高雄, 台灣



大綱

1. 問卷題目設計
 - 題目怎麼問?
2. 問卷題目的尺度設計
 - 怎麼答?
3. 抽樣設計
 - 問誰?
4. 調查方法
 - 怎麼發放?





問卷題目設計

問卷的量表/題項設計

- 根據你的研究目的, 思考要問那些 大題.
- 大題想好之後, 再設計 小題.
- 文獻上常常有現成的題目可以參考.



一個簡單且典型的問卷內容

1. 使用情況或經驗

- 受訪者對這項產品或服務的使用情況或經驗

2. 感受或認知

- 受訪者對這項產品或服務的感受或認知

3. 個人或家庭基本資料

- 受訪者的性別, 年齡, 教育程度, 職業, 所得, ... 等等.



同一個題目有不同的“問”法與“答”法

■ 你對iPhone 6 Plus的還滿意嗎?

■ 1.不滿意 2.滿意

■ 1.非常不滿意 2.不滿意 3.普通 4.滿意 5.非常滿意

■ _____ 分 (0-10分)

■ _____ 分 (0-100分)

■ ...

■ 跟Samsung Galaxy S6相比, 你對iPhone 6 Plus的還滿意嗎?



問卷題目設計的基本原則 (1/2)

- 受訪者必須可以找到適合的答案填答。
- 所有的答案選項必須互斥。
- 所有的答案選項儘量控制在6個以內。
- 儘量避免複選題? (看你想怎麼分析...)
- 儘量避免跳題。
- 計量題可開放填答 (計量資料), 亦可作為選擇題 (類別資料), 兩者各有優缺點。



問卷題目設計的基本原則 (2/2)

- 類別題最好用選擇題，盡量避免開放填答 (除非是 “其它” 選項)。
- 問卷長度最好控制在3~4頁以內。
- 問卷一開始的題目儘量讓受訪者容易回答。
- 有關受訪者個人社經背景基本資料 (或稱人口統計資料) 一律置於問卷最後。



問卷量表的評估指標

- **效度 (Validity)**

- 代表正確性: 你的量表是否能衡量出受訪者真正的態度

- **信度 (Reliability)**

- 代表準確性: 你的量表是否能準確衡量出受訪者的態度.





問卷題目的尺度設計



尺度的種類

1. 評等尺度 (Rating Scale)

- 受訪者針對每一題項, 主觀地填答分數, 無須與其它題項作比較.

2. 排序尺度 (Ranking Scale)

- 受訪者比較各個題項之後, 再進行選擇, 或排定其優先順序.

3. 分類 (Categorization)

- 類似性別, 職業....等題目.



評等尺度的種類

- **二選一 (Simple Category Scale, Dichotomous)**
- **多重選擇 (Multiple Choice)**
 - 單選 (Single-Response Scale)
 - 複選 (Multiple-Response Scale, Checklist)
- **Likert Scale (李克特尺度)**



二選一

■“我最常看聯合報。”

1.是 2.否

■“我最常看蘋果日報。”

1.是 2.否



多重選擇/單選

■“你最常看哪一種報紙?”

1. 中國時報

2. 聯合報

3. 自由時報

4. 蘋果日報

5. 其它



多重選擇/複選

■“你常看哪幾種報紙(可複選)?”

1. 中國時報

2. 聯合報

3. 自由時報

4. 蘋果日報

5. 其它



Likert Scale (李克特尺度) (1/2)

- 以第一人稱的方式, 陳述一句肯定句或否定句(但不是疑問句).
- 然後詢問受訪者同意的程度.
 - 5點尺度
 - 6點尺度
 - 7點尺度



Likert Scale (李克特尺度) (2/2)

■ “我最常看蘋果日報。”

1. 非常不同意

2. 不同意

3. 沒意見

4. 同意

5. 非常同意



排序尺度的種類

- Paired-Comparison Scale (成對比較)
- Forced Ranking Scale (強迫排序)
- Comparative Scale (對比)



成對比較

■“以下手機品牌相互比較,你比較喜歡哪一種?”

1. _____ iPhone

_____ HTC

2. _____ Samsung

_____ HTC



強迫排序

- “以下手機品牌, 請依你喜愛的順序, 由1-5排序.”

_____ iPhone

_____ HTC

_____ Samsung

_____ Sony

_____ LG



對比

- 跟你之前買的手機相比較, 這一款 Samsung Galaxy S6:

比較好

差不多

比較差

1

2

3

4

5



提醒

- 要採用那一種尺度,常常是研究者可以操控,但有時候也必須考慮受訪者的想法。
 - 通常尺度越複雜,對研究者越有利;但對受訪者而言,越不容易回答.
- 不同的衡量尺度不但牽涉到資料本身的特性,也影響到後續所應用到的統計分析方法.





抽樣設計



抽樣的種類 (1/3)

- Probability sampling (機率抽樣)
- Non-probability sampling (非機率抽樣)



抽樣的種類 (2/3)

■ Probability sampling (機率抽樣)

1. Simple random Sampling (簡單隨機抽樣)
2. Systematic Sampling (系統抽樣)
3. Stratified Sampling (分層抽樣)
4. Cluster Sampling (集群抽樣)



抽樣的種類 (3/3)

- **Non-probability sampling (非機率抽樣)**
 1. Convenience Sampling (便利抽樣)
 2. Purposive Sampling (計畫抽樣)
 3. Snowball Sampling (滾雪球抽樣)



便利抽樣

- **Researchers have the freedom to choose whomever they find. (研究者可以隨意選取它所要的樣本, 只要方便就好.)**



滾雪球抽樣

- **Subjects are identified by other subjects. (下一個受訪者是由前一個受訪者引介而獲得)**





調査方法



問卷測試

■ Pre-test (預試/前測)

- 找一批受測者(20位以內)來檢視問卷的題目。
- 受測者不見得是要符合你的母體條件(方便找到就可以)。
- 重點是在找出問卷題目設計上的問題或缺失;不是分析受測者勾選的答案。

■ Pilot Test (先導式測試)



與受訪者互動

1. Personal interview (face to face communication) (面對面訪談)
2. Telephone interview (電話訪談)
3. Self-Administered Survey (自我管理調查)



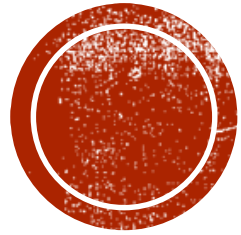
自我管理調查

■ 方式

- 自我填寫問卷
- 網路問卷
- 郵寄問卷
- ...



Thank You...



For your kind attention...