informa markets

问卷设计基本环节

2019.08

基本环节

（1）明确调查目的。这通常是由研究问题所确定的，也就是想通过此项调查获得哪些数据来支撑你的研究。

（2）规划调查方案。一个好的调查方案会帮助你明确调查的具体细节， 为顺利开展调查夯实基础。调查方案应包含但不限于如下内容：调查背景和目的、调查对象和内容、抽样设计、调查流程和数据收集方法，分工、进度安排和预算。

（3）设计调查问卷。问卷内容将决定会采集到什么样的数据，这一环节也是本节的重点，将在后文展开详细阐述。

（4）发放问卷、执行调查。结合第二个环节所确定的抽样方法和样本量，具体执行本次调查。发放问卷之前，注意对访员进行适当培训，以控制数据质量。

（5）分析数据。这一步实际包含了对数据的编码、核查、预处理和分析，前三者是重要基础。

（6）撰写调查报告。在普通的数据分析报告的基础上，调查报告应补充介绍调查方法、描述样本特征（包括样本量、样本的人口学特征等）。

问卷组成

一般而言，一份问卷包含四大部分，即开头（标题、开场白、填表说明、问卷编号）、正文（核心问项、背景信息）、结束语（感谢、联系方式）及作业记载（访员信息、调查时间等）。日常使用的问卷通常可以更简单一些，只包含前三个部分。

举例

搭建问卷框架（中心概念、核心内容、具体问项）

在正式动手设计问卷之前，首先一定要明确问卷中将会出现哪些内容，或说将要采集哪些数据来服务研究主题。这可以通过搭建一个问卷框架来实现，这个框架通常包含三大部分，即中心概念、核心内容和具体问项

中心概念 （一级指标）	核心内容 （二级指标）	具体问项 （三级指标）
1. 使用情况	1.1 使用广度	1.1.1 微信用户占比 1.1.2 使用时间 1.1.3 获知渠道
	1.2 使用深度	1.2.1 依赖程度 1.2.2 持续使用情况 1.2.3 功能了解程度 1.2.4 替代性
2. 需求满足情况	2.1 主观满意度	2.1.1 功能多样 2.1.2 获取信息 2.1.3 情感交流 2.1.4 人性化设计 ……

首先，中心概念也可理解为一级指标，一般由研究主题直接获得，如微信问卷的中心概念就由“使用情况”和“需求满足情况”两方面构成。中心概念的作用在于**进一步明确问卷调查的主题，确保不会遗漏重要内容。**其次，核心内容是对中心概念的阐述，也可以理解为一级指标下面包含了二级指标。核心内容并不会体现在具体的问题设计当中，但可以帮助问卷设计者将整个问卷模块化、逻辑化。最后，具体问项是每一项核心内容的具体细化条目，是会直接出现在问卷中的问题内容，决定了最终能获得哪些数据。

举例

确定问题形式（封闭式问题or开放式问题）

问题形式		示例
开放式问题		Q20. 您希望微信可以做哪些改进？（请留下您的宝贵意见）_____
封闭式问题	单选题	Q9. 您觉得微信的使用对手机移动通信（电话、短信）的使用有何影响？ A. 基本代替手机移动通信的使用 B. 减少了手机移动通信的使用 C. 对手机移动通信的使用没有影响 D. 不好说
	多选题	Q7. 您觉得微信的哪些功能最好？（多选，最多三项） A. 聊天　B. 添加好友　C. 实时对讲机功能 D. 朋友圈　E.QQ 邮箱提醒　F. 游戏 G. 微信扫一扫　H. 通讯录安全助手 I. 其他（请注明内容：_____）
	排序题	Q7-1. 您觉得微信的哪些功能最好？请选出三项功能并排序，序号写在选项后面的横线上。 A. 聊天 ___　B. 添加好友 ___　C. 实时对讲机功能 ___ D. 朋友圈 ___　E.QQ 邮箱提醒 ___ F. 游戏 ___　G. 微信扫一扫 ___ H. 通讯录安全助手 ___　I. 其他（请注明内容：_____）
	量表题	有关微信的一些陈述，请在符合您实际想法的位置打“√”。 Q10. 微信是一种获取信息的有效渠道。 A. 非常不同意　B. 比较不同意　C. 一般 D. 比较同意　E. 非常同意

如果采用开放式问题，那么得到的数据通常是半结构化或非结构化的文本数据，后期需要经过烦琐的加工处理才能整理成结构化的、易于分析的数据。如果采用封闭式问题，得到的显然是结构化的数据，省去了大量的加工成本。但是，这并不意味着开放式问题完全不可用。对于意见、建议征集或其他无预设标准答案的题目而言，开放式问题仍然是最佳的选择。

举例

选措辞、排结构

经过前面两个步骤，问卷已经基本成型，接下来需要将它落实到纸面上，需要决定的就是每一个问题的措辞表达和位置摆放。

问题的措辞表达应与受访者的认知能力相适应，基本要求是准确、优雅。前者指的是受访者清楚理解问题所指，而后者指的是让受访者以一种轻松舒适的心情配合调查。这两个要求共同保障了“所答即所需”。

避免复合内容	错误示例	Q1. 您认为某航班安全准时吗?
	点评和建议	安全和准时是两个概念，不应在一个问项中同时测量，考虑两个概念是否都必须测量，若是，则设为两个单独的问题。
	修改方案	Q1-1. 您认为某航班安全吗? Q1-2. 您认为某航班准时吗?
避免指代不明	错误示例	Q2. 这附近有超市吗?
	点评和建议	“这”“附近”指代不明，应指明具体范围。
	修改方案	Q2-1. 您家 1 千米以内有超市吗?
避免答项缺失	错误示例	Q3. 您一般用什么方式或交通工具上班? ①步行　②公共汽车　③自行车　④私人汽车
	点评和建议	遗漏了一种重要方式“地铁”，同时考虑到难以保证涵盖全部方式，应补充“其他”选项让受访者自行补充。
	修改方案	①步行　②公共汽车　③自行车　④私人汽车 ⑤地铁　⑥其他_____
避免感情色彩	错误示例	Q4. 您至今未买计算机的原因是什么? ①买不起　②没有用　③不懂　④软件少
	点评和建议	“买不起”“不懂”都是带有贬义的表达，应改为中性的表达方式。
	修改方案	①价格高　②用途少　③不了解性能 ④软件少　⑤其他_____
避免造成折磨	错误示例	Q5. 最近 3 年您与父母吵架的次数是多少次？
	点评和建议	时间太长，难以回忆，建议重新思考需要测量的概念，如可能请缩减时间段。
	修改方案	最近 1 个月您与父母吵架的次数是多少次？

举例

问卷评估、问卷预测试

1、问卷评估问卷评估是指请专业人士对问卷进行“挑刺儿”，包括问项是否有必要？是否所问非所需？提问形式是否恰当？答项是否完备？措辞用字是否得当？提问逻辑是否合理？字词句是否有错误？是否有难以回答的问题？排版是否合理、美观？标题和开场白是否有误导人之处？……从内容到表达，再到排版，全方位地对问卷进行评价和审议，以保证获取数据的质量。

这里需要强调的是，评估专家应为熟悉研究主题的学者、专业人士等，或至少是熟悉问卷设计的专家。

2、问卷预测试

问卷预测试就是请潜在的受访者进行试填。人数没有具体要求，一般10~15人比较适宜。注意，参加预测试的人一定是来自目标总体。请他们填写问卷后，通过访谈的形式来了解以下问题：指导是否足够清楚？所有问项是否能被充分理解？回答时间是否符合预期？问卷的外观、内容等是否激励受访者合作？……此外，还可以运用在预测试中采集到的10~15条观测数据做初步的描述分析，检查分析结果与预期结果是否有矛盾。