



天津大学
Tianjin University

管理与经济学部

College of Management and Economics



问卷设计和调研方式 (Questionnaire and Survey Methods)





Questionnaires

- 一种自我报告的工具 A self-report instrument
- 一般由调查者邮寄或者直接递给调查对象，不给予任何帮助，让调查对象独立完成
 - 自填式调查问卷 Administered questionnaire
 - 问卷当面直接地发给调查对象
 - 分散式调查问卷 Distributed questionnaire
 - 问卷通过邮寄或者电子邮件形式发给调查对象
- 大部分的调查研究都将调查问卷作为一种数据收集技术



Questionnaire Development

- 问题：每个问题应该有三个重要的特征：Focus 集中, Brevity 简洁, and Simplicity 简单
 - 问题的焦点应该集中于所要研究主题的重要信息上
 - 问题的含义应尽可能简洁明晰
 - 问题的表述应尽可能的简单清楚



Questionnaire Development

- 问题表达不能模棱两可，有误导或者偏差
- 不能出现含义双关的问题
 - 例子：是否同意以下陈述：汽车应该更快和更安全
- 尽可能的使用简单的句子，除非很必要的时候
- 措词上应该与要调查的对象相适应





Questionnaire Design Steps

1. 确定所要的信息
2. 搜索已有的问卷/问题
3. 小组讨论
4. 起草新问题/修订已有的问题
5. 按顺序排好问题
6. 翻译
7. 给同行评价
8. 自测试，再修订
9. 仔细考虑采访过程



Questionnaire Design Steps

10. 修订/删除一些问题
11. 准备预测试的调查说明书
12. 预测试 (10-20 cases)
13. 根据调查对象和调查者的描述再修订/删减问题
14. 如果必要再进行预测试
15. 准备最后的调查说明书
16. 调查者在培训中发现的问题要及时修改
17. 培训完成后听取调查者的报告来发现可能的问题



Questionnaire Design Steps 1

Step 1: 明确哪些信息是要搜集的

- 弄清楚调查的问题和所想要的是什么
- 制定研究问题的清单，制作问卷时定期回顾下清单
- 搜索这个主题已有的问题
- 修订已有的问题或者准备新的问题





Questionnaire Design Steps 2

Step 2: 确定哪种类型的调查问卷和实施方式

- 将数据收集的类型作为确定调查问卷类型的基础
- 将结构化和公开化的程度以及成本来决定实施方式
- 将每种实施方法的功能和局限性以及每种类型的数据收集的价值与我们所要的调查相比较





Questionnaire Design Steps 3

Step 3: 明确单一问题

■避免引导性问题

“Wouldn’ t you say that...” , “Isn’ t it fair to say...”

■问题要具体、准确

Avoid words like “regularly” , “often” , or “locally”

■避免术语和白话、俚语

ensure your language caters for all levels of literacy. Remember for some respondents English may be their second language.

■避免双载问题

double- barreled questions: “Do you enjoy playing badminton and tennis?”

■避免要求应答者回答其它人的观点

Do your colleagues like the new strategy?



Questionnaire Design Steps 3

Step 3: 确定单一问题

■避免双重否定问题

“Smoking in public places should not be abolished” , use the positive
“Smoking in public places should be abolished” .

■明确选项的排他性

“How many years have you worked in academia: 0-5, 6-10, 11-15, over 15.” Not, “0-5, 5-10, 10-15...”

■处理容易引起尴尬的问题

explain why you need to know that information.

“It would be very helpful if you could give us some information about yourself to help us put your answers in context:”



Questionnaire Design Steps 3

Step 3: 确定问题的内容含量

- 假如尴尬/威胁的问题是必要的
 1. 将这些问题隐藏于大量的无威胁的问题中
 2. 利用相反倒置的描述
 3. 对问题按照其他人可能的感知和行为来措词
 4. 使用分类或者排列而不是使用特定数字



Questionnaire Design Steps 4

Step 4: 确定每个问题的回答格式

- 问题是开放型的，还是二选一型的，还是多选一型的
- 只要可能就使用结构化的问题
- 将开放型的问题转化成确定型的问题
- 如果非要有开放型问题，最好能给调查对象一个相关的参考系
- 当使用二分问题时，要详细说明两面，不能只说明正面
- 在选项中要有“不知道”“没观点”“两者都是”这样的答案
- 清楚可能存在的中立情况
- 当用多选型问题时，选项要尽可能详尽，并且相互独立的
- 可选择范围要清晰并且要包括所有可能合理的选择答案
- 如果可能的答案太多，考虑使用多个问题



Questionnaire Design Steps 5

Step 5: 确定每个问题的措词

- 使用简单的词组
- 避免使用含糊不清的词组和问题
- 避免使用有引导性的问题
- 避免使用隐含的假设
- 避免使用概括化和估计的概念
- 使用简短的句子，避免复合从句
- 将长词组变成短词组
- 避免使用语义双关的问题
- 确保每个问题尽可能的特定性



Questionnaire Design Steps 6

Step 6: 确定问题的排序

- 将简单有意思的问题作为开始
- 使用漏斗原理，先问宽泛的问题，然后越来越详细
- 最好将难的或者敏感性的问题最后问
- 问历史性的问题时最好按照时间序列来排序
- 一个主题的所有问题最好是在一页中
- 人口统计类的问题最后问，这样即使拒绝回答，前面的数据也能用



Questionnaire Design Steps 7

Step 7: 确定问卷的物理特征

- 专业并且相当容易回答
- 使用好一点的纸张打印，不要使用影印
- 问卷尽可能短一点，但不要显得挤在一起
- 问卷用小册子的形式，这样方便分析也防止缺页
- 第一页列出组织机构
- 给问题编号方便数据处理
- 如果调查对象要跳过不止一个问题时，标示下“转向”
- 如果调查对象要跳过一整个部分，最好用颜色区分下



Questionnaire Design Steps 8

Step 8: 检查1-7步

- 检查每个问题的每个词确保问题不会有混淆性，模糊不清，冒犯的或者有引导性
- 给同行评价





Questionnaire Design Steps 9

Step 9: 预测试和修订

- 首先与一些实际要求相似的调查对象进行面谈
- 通过这些评论，再修订，如果有必要接着重复这两步
- 再通过邮件或者电话的方式预测试以发现这种特定模式下的问题
- 将预测试的结果编码并制成表格来确定这些问题是否能够得到足够多的信息
- 删除那些不能得到足够信息的问题并修订问题



Response Format

- 封闭式 Closed-ended (structured)
 - 有标准化答案 standard answers provided
 - 容易编码和评价 easy to code and score
 - 容易回答敏感性问题 facilitates answering sensitive questions
 - 对于长问卷可能有利 may make for a long questionnaire
 - 调查对象容易回答 generally considered easy for respondent
- 开放式 Open-ended (unstructured)
 - 调查对象可以自主选择答案 respondent may answer as they choose
 - 具有探究性，能得到详尽的回答 exploratory; allows detailed response
 - 适合复杂的问题 preferable for complex questions
 - 难以编码和评价 may be difficult to code and score
 - 需要更多的时间和精力 requires more time and effort of respondent



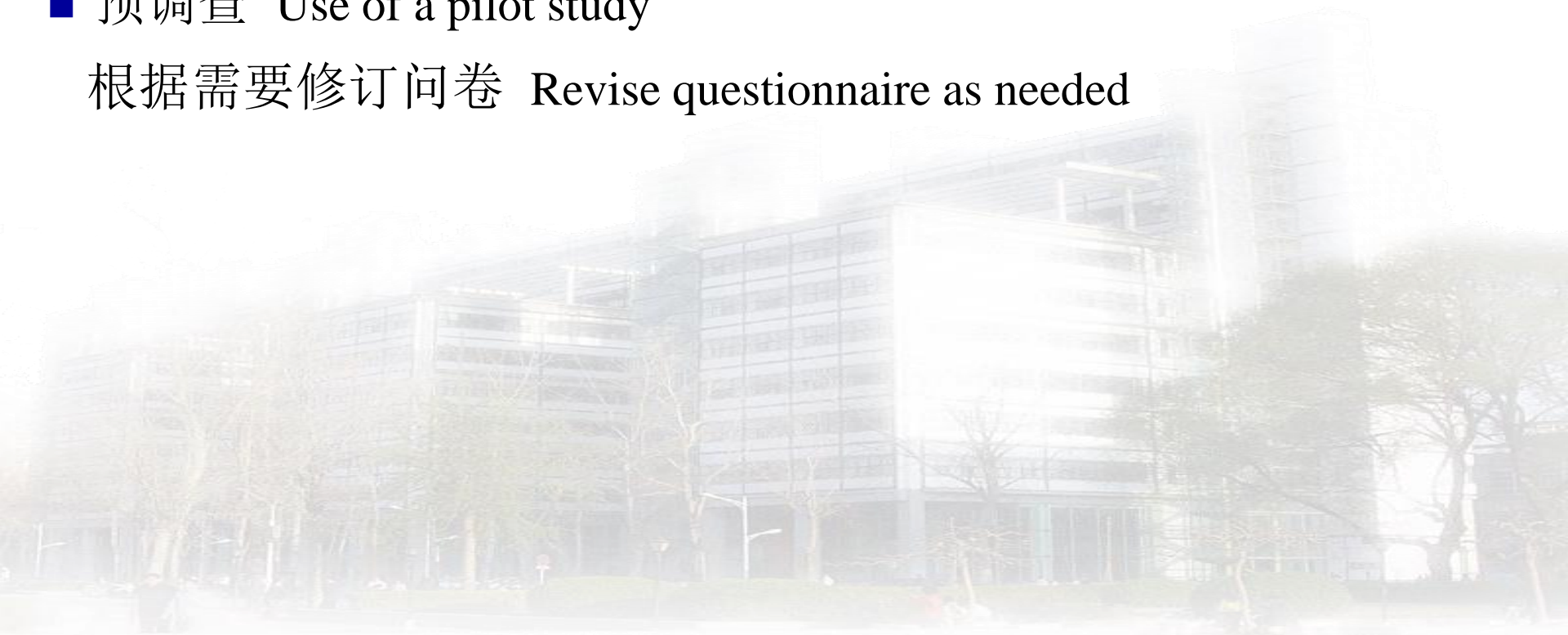
Appropriateness of Questionnaire

- 问卷在执行之前它的信度和效度就已经确定

Validity and reliability of the questionnaire should be determined before it is administered

- 预调查 Use of a pilot study

根据需要修订问卷 Revise questionnaire as needed





Cover Letter Guidelines

- 所有用邮件方式的调查都要附上一封信来解释：
 - 谁组织了这次调查？
 - 调查的目的是什么？
 - 调查对象的答案为什么重要？
 - 必要的话，说明调查对象的奖励是什么？
 - 调查对象的隐私如何保护？
 - 基本的说明书
- 尽可能使附信个性化 (mail merge)
 - 使得回复率得到提高
- 公司机构的信头或者印有标示的信封可以用于附信上



Communication Approaches



Internal communication must work well inside the organisation
(Illustration by Anne-Marie Sonneveldt)

自填问卷

电话调查

当面访谈



Mail

■ 优点

- 没有采访者偏误
- 能够从容没有压力回答
- 空间上的灵活
- 可以运用图形美化
- 成本只有邮寄清单，表格和邮费
- 可以得到更多机密信息
- 容易跟踪但是耗时

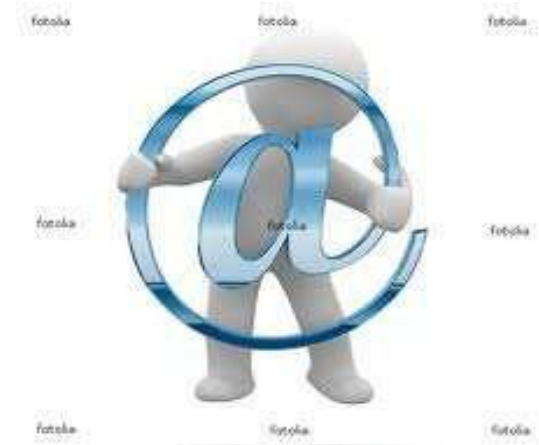
■ 缺点

- 回复率低
- 对于每个回复成本高
- 时间很长
- 不能观察
- 在回答之前就能看到整个问卷，可能会影响答案
- 更容易被误解
- 难以确定就是目标调查者回答问题
- 复杂的问题很难得到回答
- 开放型问题很难得到好的回答



E-Mail Questionnaire Surveys

- 数据收集迅速 Speed of data collection
 - 瞬间的 Instantaneous
- 空间上的灵活 Geographic flexibility
 - 全球的 worldwide
- 发送和处理的成本少
- E-mails 不安全，可能会被泄露
- 调查者的合作 Respondent cooperation
 - 问卷可能被当成垃圾邮件





Internet Surveys

How satisfied are you with our product/service?

☐ Satisfied
☐ Somewhat satisfied
☐ Neutral
☐ Somewhat dissatisfied
☐ Dissatisfied

Please rate the company on the following attributes:

	Satisfied	Somewhat satisfied	Neutral	Somewhat dissatisfied	Dissatisfied
Friendliness of staff	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Knowledge of staff	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cost of services	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quality of services	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Senior management	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pricing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<http://www.sojump.com/wjx/servicesandprices.aspx?sp=1>
<http://www.surveympro.com/>
<http://www.questionpro.com/>



Internet Surveys

优点

- 节约成本
- 快速回复
- 能够使用视觉刺激
- 容易接近参与者
- 感觉上是匿名的
- 相对于其他的容易得到数据和经验

缺点

- 招募调查对象问题
- 覆盖范围问题
- 难以得到概率样本
- 技术问题
- 系统兼容性问题
- 可能的自选择偏误

Survey - RDCG Transition Survey - RDCG Transition Survey

When do you plan to exit your business? Please select the one answer that applies.

1. Within 2 years	No	Yes
2. 2 to 5	No	Yes
3. 5 to 10	No	Yes
4. 10 to 20	No	Yes
5. Over 20	No	Yes

Have you prepared a transition/succession plan? Please select the one answer that applies.

6. Yes, I have a formal written plan	No	Yes
7. Yes, but it's informal and not written	No	Yes
8. No plan	No	Yes

If you haven't completed a formal transition/succession plan, why not? Please select yes for all that apply.

9. Can't think of doing anything else	No	Yes
10. Don't want to deal with family/employees' request	No	Yes

Done



Advantages and Disadvantages of Self-Administered Study

优点 Advantages

- 可以为高回复率给予奖励
- 低成本
- 覆盖范围
- 最小人员需求
- 感觉上匿名
- 有思考时间
- 问题可以复杂一些
- 数据收集快
- 能够多重抽样

缺点 Disadvantages

- 低回复率
- 没有调查者介入
- 调查不能太长
- 不能太复杂
- 需要精确的清单
- 可能会被曲解答案
- 参与者可能会焦躁
- 需要必要的说明书
- 需要能让人集中注意力的环境



Telephone Survey



Traditional

CATI systems

Computer-
administered



Advantages and Disadvantages of the Telephone Survey

优点 Advantages

- 相对于面谈成本低
- 空间覆盖范围广
- 采访者需求少
- 减少采访者偏误
- 快速的完成
- 随机拨号
- CATI 计算机辅助电话调查系统

缺点 Disadvantages

- 回复率低
- 容易提前结束
- 如果空间分布广成本就比较高
- 限制了采访长度
- 难以得到要求的人口总体答案
- 限制了测量的复杂性





There is no best form of survey, each has advantages and disadvantages.

没有最好的调查形式，每种都有优缺点。





天津大学
Tianjin University

管理与经济学部
College of Management and Economics

