

# 리커트 척도 설문조사 질문을 언제 어떻게 사용할 수 있는지 알아보기

어떠한 사안에 대해 얼마나 동의를 하고 얼마나 동의하지 않는지에 대해 묻는 질문에 답변해 보신 적이 있나요?

이런 질문이 바로 리커트 척도라는 질문입니다. 리커트 척도는 (단순히 ‘예/아니요’를 묻는 질문에서 벗어나) 좀 더 심도 있게 태도나 의견을 측정하기 위해 광범위하게 사용됩니다.

리커트 질문을 구성하는 요소가 무엇인지 살펴보고, 예를 알아보고, 이 도구를 언제 사용하며, 설문조사에 어떤 식으로 포함시켜야 유용하게 쓰일 수 있는지에 대해 이해해 보도록 하죠.

# 리커트 척도의 정의

리커트 점수 척도를 이해하려면 먼저 설문조사 척도가 무엇인지 이해해야 합니다.

설문조사 척도는 어느 주제에 대해 광범위한 의견을 다루는 수치나 단어 등의 보기 집단을 나타내며, 항상 선택형 질문(응답자에게 미리 채워진 보기를 제시하는 질문)의 일부입니다.

리커트 척도 설문조사 질문이 무엇이냐고요? 리커트 척도 질문은 통계 척도라고도 하며 어느 성향의 가장 끝에서부터 다른 끝까지의 범주로 구성되는 5점에서 7점 척도를 사용하는 질문입니다. 일반적으로 리커트 설문조사 질문은 척도 내에 보통 또는 중간 옵션을 포함합니다.

리커트 척도(미국인 사회 과학자 Rensis Likert의 이름을 따라 명칭됨)는 의견, 인식 및 행동양상을 측정하는 가장 신뢰성 있는 방법 중 하나로 상당히 널리 사용되고 있습니다.

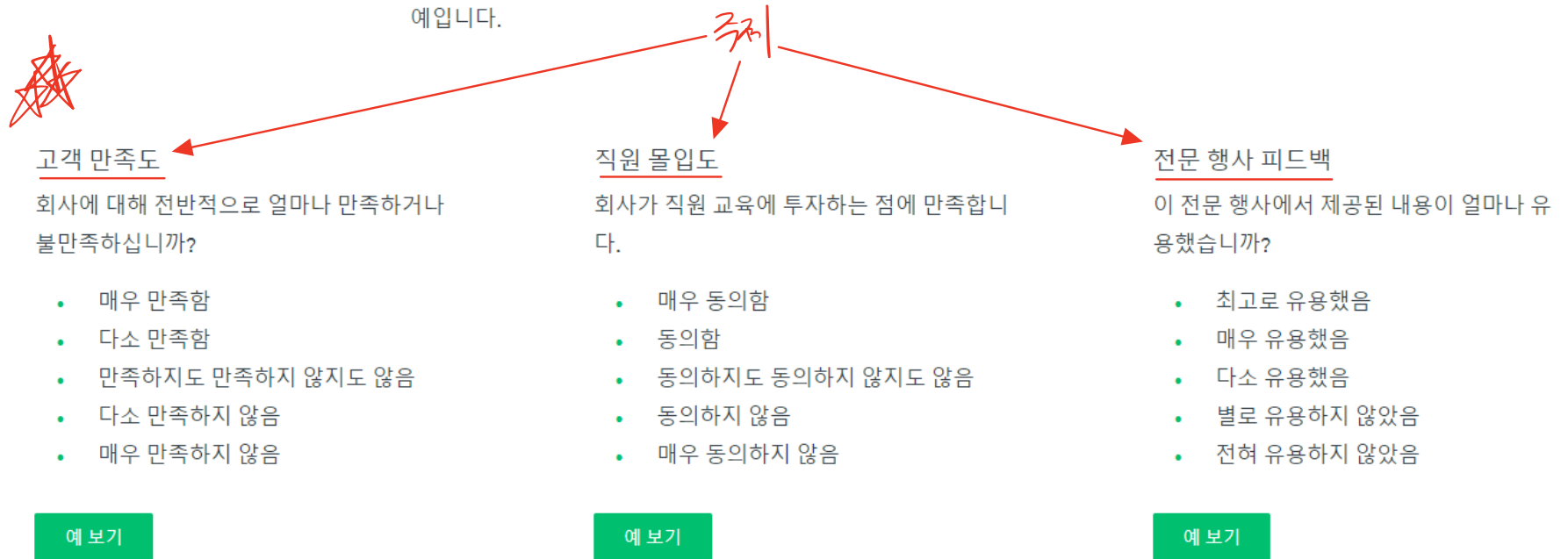
(예 또는 아니요와 같이 두 가지 요소로만 구성되어 있는 질문들과 달리) 리커트 유형 질문은 제품이 '그저 괜찮았는지' 또는 '뛰어났는지'에 대해 더 자세한 피드백을 받도록 해줍니다. 리커트 질문을 통해 최근 회사 모임에 대해 직원들이 '매우 만족했는지', '다소 불만족스러웠는지' 또는 '보통'이었는지에 대해서도 알 수 있습니다.

이 방법은 의견의 정도를 알아내도록 해주어 피드백을 심도 있게 이해하는 데 큰 도움을 줍니다. 또한, 서비스나 제품에서 개선해야 하는 부분을 정확하게 파악할 수 있도록 해줍니다.

## 리커트 척도 예

리커트 척도 질문은 직원들이 직무에 대해 어떻게 느끼는지 또는 고객들이 최신 제품에 대해 어떻게 생각하는지 등과 같이 여러 가지 유형의 설문조사에서 사용됩니다.

다음은 리커트 질문을 효과적으로 사용하는 데 도움을 드리기 위한 리커트 질문의 예입니다.



# 리커트 척도 설문지를 사용해야 할 때

설문조사 질문 유형은 매우 다양합니다. 그렇다면 리커트 질문을 언제 사용해야 하는지 어떻게 판단할 수 있을까요?

리커트 척도는 한 가지 특정 주제에 대해 사람들이 어떻게 생각하는지 심도 있게 조사하는 데 매우 유용합니다. 다음과 같은 사항에 대해 상세하게 알아보고 싶을 때 리커트 설문조사 질문을 사용해 보세요.

- 사람들이 **신제품**에 대해 어떻게 생각하는지 알아보고 싶을 때
- 사무실 내에 최근 벌어진 상황에 대해 팀이 어떻게 생각하는지 알아보고 싶을 때
- 고객들이 고객 서비스에 대해 어떻게 생각하는지 알아보고 싶을 때
- 참석자들이 공개 행사에 얼마나 만족스러워 했는지 알아보고 싶을 때

또는 어떤 특정 사항에 대한 정서를 측정하고 받는 응답이 더 자세하길 원할 때 일체의 기타 질문에 사용할 수 있습니다.

좀 더 전문적인 용어를 사용하자면 상세한 정보는 설문조사 전문가들이 분산이라고 일컫는 요소입니다. 분산이 많으면 많을수록 사람들이 어떤 생각을 하는지 더 잘 알 수 있습니다.

# 응답자들이 편하게 답변할 수 있는 리커트 척도 질문

리커트 척도의 한 가지 장점은 응답자들이 생각해 보기에는 너무 부담스러운 지나치게 광범위한 질문을 작성하는 것과 같은 설문조사 디자인의 일반적인 취약점을 피할 수 있다는 점입니다. 그러한 질문은 응답자들로 하여금 피로감을 느끼게 하여 질문에 빠르게 답변을 해버려 데이터의 질을 저해할 수 있습니다.

서둘러야 하는 상황에 처한 설문조사 디자이너들은 때로 빨리 설문조사를 작성하기 위해 ‘예/아니요’, ‘모두 선택’, 서술형, 순위형 또는 행렬형 등의 광범위한 질문 유형을 선택하게 됩니다.

일반적으로, 이러한 상황의 대부분에서는 리커트 척도를 신뢰하는 것이 좋은 방법입니다. 리커트 척도 질문을 사용하면 응답자들이 간단하고 직접적인 질문에 초점을 두고 답변할 수 있게 됩니다.



## 리커트 척도는 질문이 한 가지 주제에 초점을 맞출 때 더 유용합니다

설문조사에 있는 일련의 질문들이 동일한 주제에 대해 묻는 것은 중요합니다. 이렇게 함으로써 더 정확한 결과를 얻을 수 있습니다. 왜냐고요? 데이터를 보고해야 할 때에는 몇 가지 질문으로부터 확보한 결과를 요약하는 점수를 분석해야 하기 때문  
입니다.

예를 들어 다음과 같은 첫 번째 질문을 했습니다.

오늘 밤에 받으신 식사의 질에 얼마나 만족하거나 불만족하십니까?

그런 다음엔 다음의 질문을 합니다.

오늘 밤에 받으신 전채요리에 얼마나 만족하거나 불만족하십니까?

오늘 밤에 받으신 주요리에 얼마나 만족하거나 불만족하십니까?

오늘 밤에 받으신 후식에 얼마나 만족하거나 불만족하십니까?

다음과 같은 질문은 설문조사의 다른 부분으로 구성되도록 해야 합니다.

오늘 밤에 받으신 코트 보관소의 서비스에 얼마나 만족하거나 불만족하십니까?

↑ 다른 주제의 질문

- ① 한 가지 주제에 대한 질문을 한 그룹으로 구성하고 ② 이에 대한 응답을 더하여 점수를 내면(이 경우엔 ‘음식의 질’에 대한 점수) 조사하고자 하는 특정 제품, 서비스 또는 행사에 대한 태도를 신뢰성 있게 측정할 수 있습니다.



# 리커트 척도 설문조사 질문 작성 방법

**정확할 것.** 리커트 유형 질문은 혼동을 피하고 효과를 높이기 위해 올바르게 작성되어야 합니다. 레스토랑에서의 서비스 만족도에 대해 묻고자 한다면 그 서비스가 주 차원의 서비스였나요, 웨이터의 서비스였나요 아니면 호스트의 서비스였나요? 아니면 이 모든 서비스에 대한 것인가요? 고객이 서비스의 속도에 만족했는지를 묻고 있나요, 서비스를 제공하는 사람들의 배려심에 만족했는지를 묻고 있나요, 아니면 음식과 음료의 질에 만족했는지를 묻고 있나요? 여기서 요점은 리커트 질문이 구체적일수록 더 가치 있는 응답을 받을 가능성이 높아진다는 것입니다.

**형용사 사용에 주의를 기울일 것.** 설문조사에서 개념에 대해 질문하기 위한 단어를 사용하고 있다면 사람들이 단어의 뜻을 정확히 이해하고 있는지 확인해야 합니다. 응답 옵션에는 이해하기 쉬운 묘사적인 단어가 포함되어야 합니다. 어떤 등급이 다음 번 등급보다 더 높거나 더 큰지에 대한 혼동이 전혀 없어야 합니다. 예를 들어, '매우 만족함'은 '상당히 만족함'보다 분명히 더 큰가요? 이러한 등급은 <sup>①</sup>가장 끝에서부터 시작(예: '최대한', '전혀')하고 <sup>②</sup>척도의 중간 지점을 중간 정도('보통')나 중립성('동의하지도 동의하지 않지도 않음')을 나타내는 사항으로 설정하고 <sup>③</sup>나머지 옵션에 대해서는 매우 명료한 단어('매우', '약간')를 사용하는 것이 권장됩니다.

양극성 또는 단극성? 태도가 중립성(예: '사랑' 대 '증오')의 양쪽 끝에 속할 수 있는 질문을 원하시나요? 아니면 가능한 답변의 범주가 '없음'에서 '최대한'에 속하는 질문을 원하시나요? 두 번째 예에서의 척도는 단극성 척도로 대부분의 경우에 사용됩니다. 예를 들어, '최고로 용감함'에서 '전혀 용감하지 않음'을 사용하는 것은 '최고로 용감함'에서 '최고로 소심함'과 같은 척도를 사용하는 것보다 훨씬 더 바람직합니다. 단극성 척도는 사람들로 하여금 더 쉽게 생각할 수 있도록 해주고, 한쪽 끝은 다른 쪽 끝의 정반대임을 나타내어 방법론적으로도 훨씬 더 탄탄합니다.

평범, 자아의 생각을 산술하기 권장하는 문장.

**물어볼 것.** 서술문은 위험성을 내재합니다. 대부분의 사람들은 예의를 갖추는 것을 좋아하기 때문에 서술문에(무례하게 동의하지 않는 것보다는) 동의하려는 경향이 있습니다. (이 현상을 묵종반응편향이라고 함) 이런 이유로 인해 서술을 하는 것보다는 질문을 하는 것이 훨씬 더 효과적일 수 있습니다.

# 리커트 척도 사용 방법에 대한 5가지 추가 팁

보기를 차보는 원리로 평가지 좋다.

1. **레이블을 사용할 것.** 단어를 사용하기 보다는 보기로서 수치가 표시된 척도는 설문조사 응답자들이 어느 쪽이 부정적이고 어느 쪽이 부정적인지를 잘 모르기 때문에 혼동을 초래할 수 있습니다.
2. **홀수를 유지할 것.** 홀수로 구성된 척도는 중간 지점이 있기 마련입니다. 얼마나 많은 선택 사항을 주어야 하나요? 응답자들에게 7이 넘는 척도를 제공하면 평가에 어려움을 느낄 수 있습니다. 또한, 7개가 넘는 보기를 제공하면 무작위로 응답을 선택할 수 있기 때문에 데이터가 의미를 상실할 수 있습니다.  
SurveyMonkey의 방법론자들은 단극 척도의 경우 5점의 척도를 사용할 것을 권장하며 양극 척도를 사용해야 하는 경우엔 7점의 척도를 사용할 것을 권장합니다.
3. **지속성을 유지할 것.** 척도상의 응답 옵션은 서로 동일한 간격을 유지해야 합니다. 숫자 대신 단어를 사용하면 이러한 간격을 유지하는 것이 어려울 수도 있기 때문에 단어가 가진 의미가 무엇인지를 정확히 파악해야 합니다.
4. **모두 포함할 것.** 척도는 응답 범주 전체를 포함해야 합니다. 질문에 웨이터가 얼마나 신속하게 행동했는지를 묻고 있고 답변이 '최고로 빠름'부터 '중간 속도로 빠름'의 범주라면 웨이터가 느렸다고 생각한 응답자들은 어떤 답변을 선택해야 할지 모르게 됩니다.
5. **논리성을 유지할 것.** 설문조사에 건너뛰기 로직을 추가하여 응답자들의 시간을 절약할 수 있도록 해주세요. 예를 들어, 손님들에게 레스토랑을 얼마나 즐겼는지를 묻고자 하지만 불만족스러웠던 부분에 대해서만 더 자세하게 알고자 한다면 질문 로직을 사용하여 불만족스러웠던 응답자들만이 개선에 대해 묻는 질문으로 건너뛸 수 있도록 합니다.