



第八章

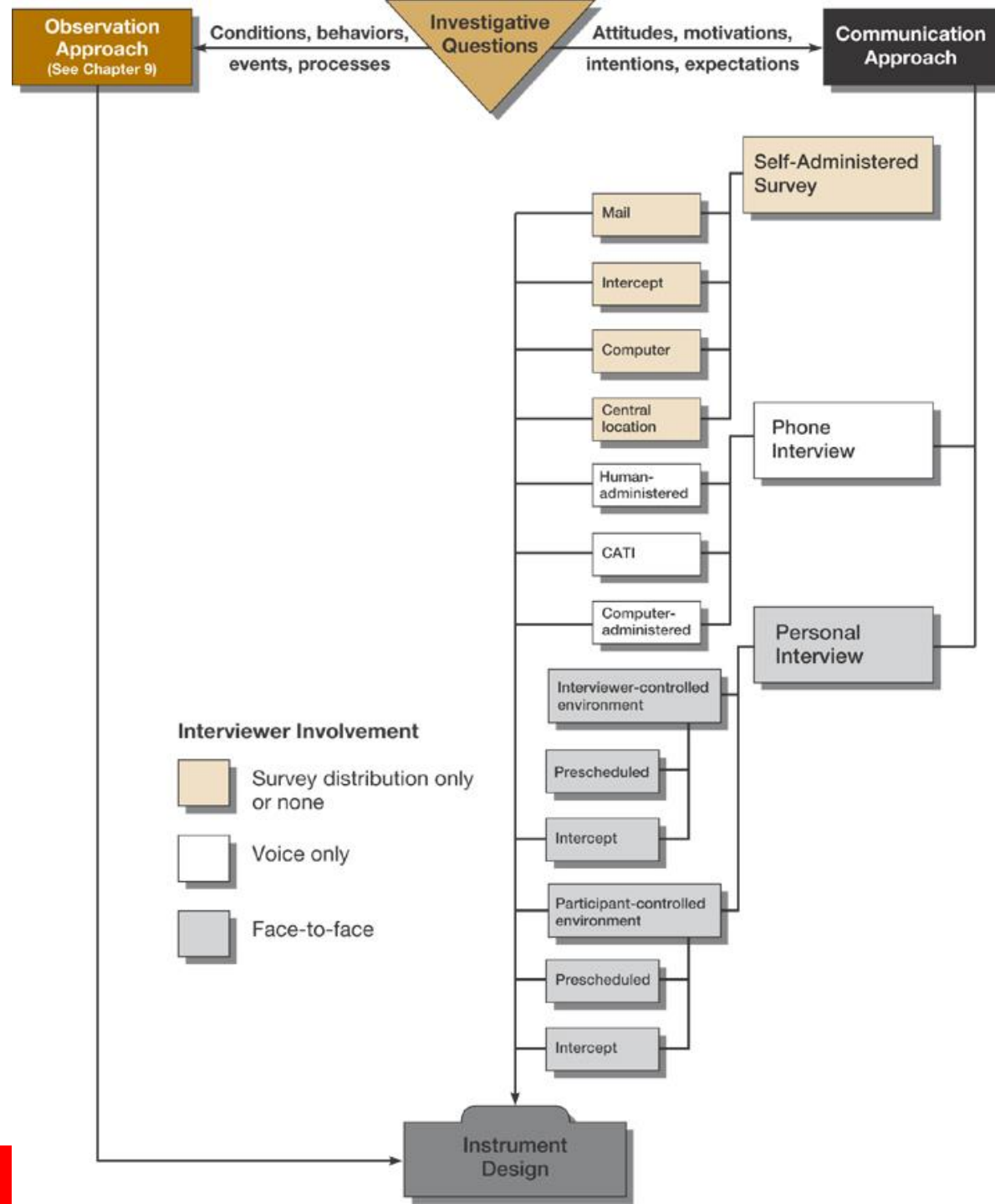
調查方法

(Survey Methods:
Communicating wit Participants)

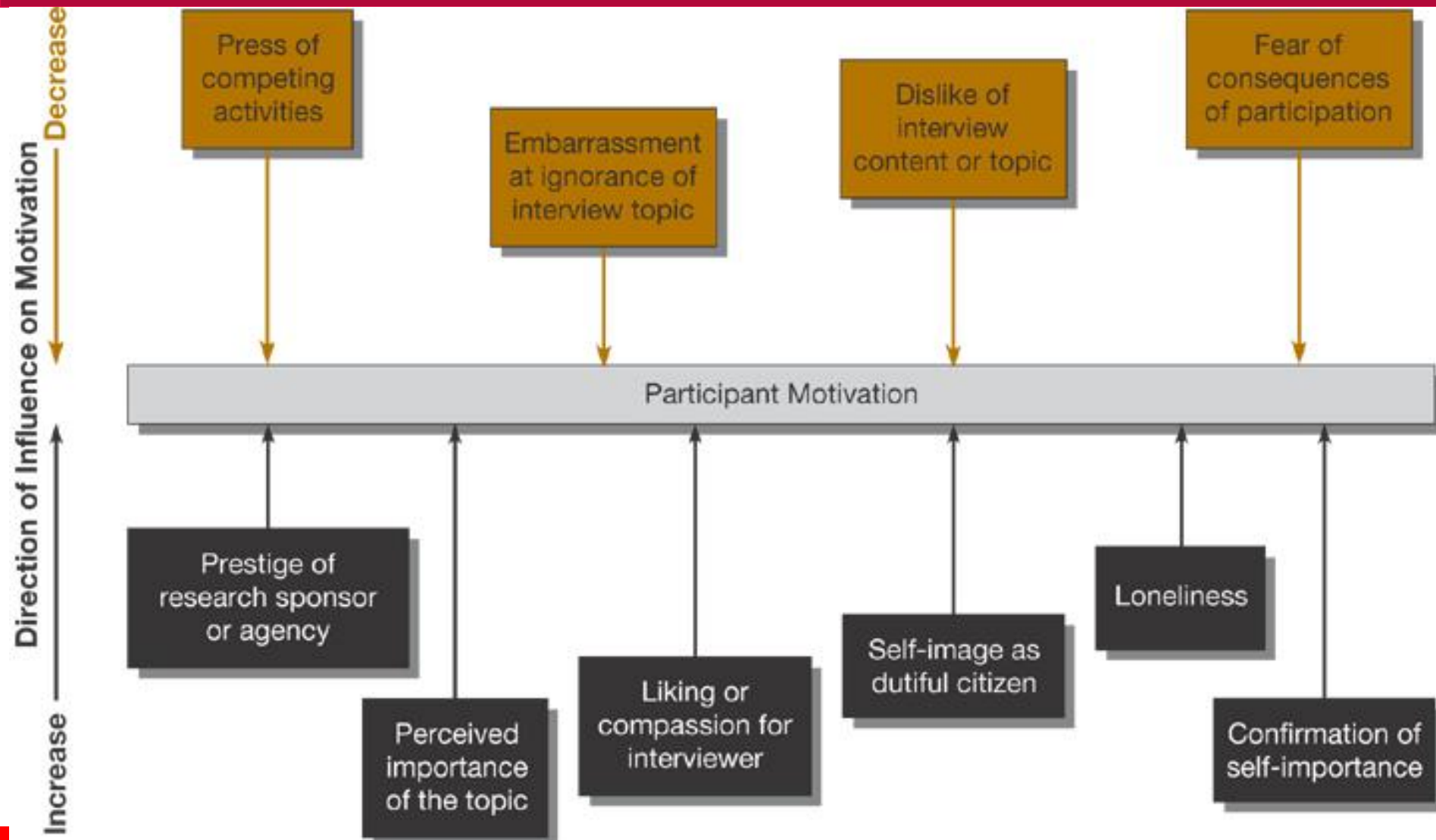
9.1 調查的特性

- 蒐集初級資料的方式可分為兩類
 - 觀察法(Observation)
 - 觀察各種情況、事件、人及過程。
 - 調查法(Survey)
 - 透過詢問或調查以瞭解人們關於各項議題的意見。
 - 調查為一種蒐集原始資料的方式，其優點在於它的多功能性(versatility)，各種形式的抽象訊息可經由詢問他人來蒐集。
- 調查法比觀察法來的有效且經濟
- 調查法的主要缺點
 - 資料品質端賴受測者合作的能力與意願
 - 研究者很難區別所得答案的正確性與可靠性

Selecting a Communication Data Collection Approach



Participant Motivation



9.2 個別訪談

- 訪談者藉由雙向溝通，從受測者中獲取資料的方式。
- 成功的訪談必須滿足以下要件：
 - 受測者能提供所需要的資訊。
 - 受測者明瞭他在訪談中的角色。
 - 受測者具有合作的意願。

訪談技巧(1/2)

- 提高受測者的接受度：
 - 受測者必須相信訪談的過程是愉快的。
 - 受測者必須認為此項調查是重要且具有價值。
 - 受測者的疑慮必須加以排除。
- 開場白
 - 建立良好關係
- 受測者很忙或不在家
- 良好的訪談關係
- 訪談內容中大量專業術語有助於研究信度的提升。

訪談技巧(2/2)

- 資料的蒐集
 - 探究(probing)：刺激受測者完整且詳盡地回答問題的技巧
 - 探究的風格
 - 將你談話的了解與興趣簡短地表達。
 - 表現期待的姿勢。
 - 將問題重複一遍。
 - 將受測者的回答複述一次。
 - 提出中性的問題或評論。
 - 要求澄清。
- 訪談的紀錄
 - 逐字稿 (可利用語音辨識軟體，例如雅婷逐字稿APP)
- 訪談者的篩選與訓練

個別訪談的相關問題

- 無反應誤差(nonresponse error)
 - 無法找到應該訪問到的受測者，尤其是無法找到事前依照機率抽樣所選取的受測者。
 - 以其他人來代替原先設定的受測者，可能產生替代偏誤。
- 反應誤差(response error)
 - 受測者誤差
 - 訪談者誤差
 - 沒獲得受測者合作
 - 在訪談方面的不一致
 - 無法與受測者建立適當的人際關係
 - 受訪者欺騙訪談者
 - 訪談者影響受訪者，使得資料偏誤
 - 訪談者記錄錯誤或不完全
 - 受訪者下意識地受到訪談者影響
- 成本

9.3 電話訪談

- 種類
 - 電腦輔助電話訪談
 - 電腦管理電話調查
- 優點
 - 節省成本
 - 受訪者較不會拒絕接受訪談
 - 電話訪談可用來排定個別訪談的時間，在郵寄問卷前利用電話進行聯絡會提高問卷回收率。
- 缺點
 - 受測者的反應只能透過電話來表達
 - 無法聯絡比率
 - 拒絕比率
 - 訪談時間的限制(10分鐘較為恰當)
 - 無法用複雜的量表、圖表來溝通

9.4 自填式問卷

- 種類
 - 顧客意見表
 - 郵寄調查
 -
- 優點
 - 節省成本
 - 郵寄調查由一個人即可完成作業
 - 較容易聯絡到受測者
 - 受測者可以詳細填答問卷
 - 匿名特性較為受測者接受
- 缺點
 - 回收率偏低→最大的無反應誤差
 - 無法獲得詳細、複雜或大量的資訊

改善郵寄問卷回收率的方法

- 繼續追蹤
- 事先加註說明
- 減少問卷的長度
- 委託贊助單位
- 回郵信封
- 郵寄種類
 - 無顯著影響
- 個人化
- 簡介信函
 - 無顯著影響
- 匿名
 - 無顯著影響
- 問卷大小、製造方式、顏色
 - 無顯著影響
- 經濟上的誘因
- 截止日期
 - 無顯著影響

9.5 選擇合適的方法

- 受測者常不在家或難以遇見
 - 電話訪談或郵寄調查
- 需要迅速蒐集資料
 - 郵寄調查不適合，無法控制回收率
- 需要深入討論的問題或需要仔細探究
 - 個別訪談
- 個別訪談時間與成本最高；電話訪談時間與成本其次，但蒐集資料速度最快；郵寄調查最便宜，但是需要較長的蒐集資料時間。