

研究&方法

如何編製優質的問卷

Constructing Effective Questionnaires

「觀察」及「提問」都是我們獲得知識的方法。

一份優質的問卷是在合理的代價下，

經過嚴謹的編製，以提供「對的」資料！

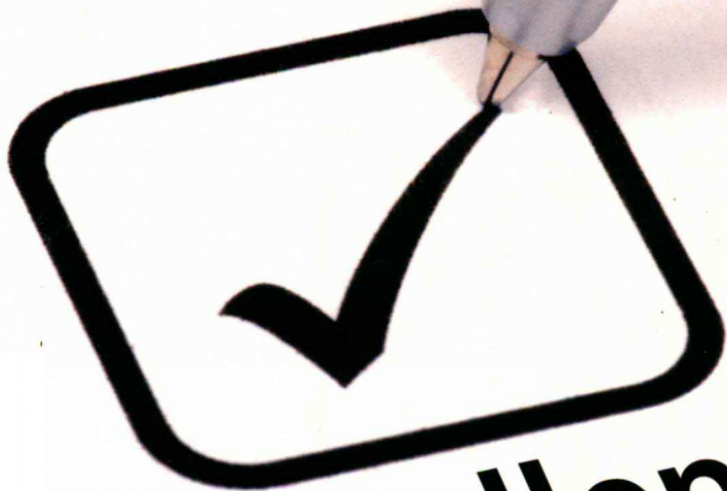
作者累積 35 年的研究成果，

在設計、執行、評鑑與探討問卷；

其中包含了數百個以問卷完成的研究計劃，

更在課堂、企業研討會與法庭上教導問卷的編製。

Robert A. Peterson 著 / 王國川 譯



Excellent

研究&方法

如何編製優質的問卷

Constructing Effective Questionnaires

Robert A. Peterson 著 / 王國川 譯

五南圖書出版公司 印行



Excellent

如何編製優質的問卷 / Robert A. Peterson 著, 王國川譯. -- 初版. --
臺北市: 五南, 2010. 02
面: 公分.

譯自: Constructing Effective
Questionnaires

ISBN 978-957-11-5801-3 (平裝)

1. 社會調查 2. 研究方法

540.153

98017763



1H62

如何編製優質的問卷

作 者 — Robert A. Peterson

譯 者 — 王國川

發行人 — 楊榮川

總編輯 — 龐君豪

主 編 — 張毓芬

責任編輯 — 吳靜芳 胡天慈

封面設計 — 健二

出 版 者 — 五南圖書出版股份有限公司

地 址: 106 台北市大安區和平東路二段339號4

電 話: (02)2705-5066 傳 真: (02)2706

網 址: <http://www.wunan.com.tw>

電子郵件: wunan@wunan.com.tw

劃撥帳號: 01068953

戶 名: 五南圖書出版股份有限公司

台中市駐區辦公室/台中市區中山路6號

電 話: (04)2223-0891 傳 真: (04)2223

高雄市駐區辦公室/高雄市新興區中山一路290號

電 話: (07)2358-702 傳 真: (07)2350

法律顧問 元貞聯合法律事務所 張澤平律師

出版日期 2010年2月初版一刷

定 價 新臺幣350元

English language edition published by SAGE Publications
Inc., A SAGE Publications Company of Thousand Oaks,
London, New Delhi, Singapore and Washington D.C., ©
By SAGE Publications, Inc.
Complex Chinese translation right ©2010 by Wu-Nan Books

將這本書獻給我的家人：

Diane 、Jeffrey 、Jennifer 、Matthew 、Cheryl

作者簡介

本書作者彼得森 (Peterson, R. A.)，目前擔任美國德州大學奧斯丁分校 (University of Texas at Austin) 商業管理 John T. Stuart III 講座教授，以及 IC² 學院 Charles Hurwitz 資深研究員。過去，他曾經擔任行銷管理學系主任，以及《行銷研究雜誌》(Journal of Marketing Research) 與《行銷科學學會雜誌》(Journal of the Academy of Marketing Science) 這兩份雜誌的編輯。直到現在，他仍擔任九份雜誌的編輯委員。他過去是從明尼蘇達大學 (University of Minnesota) 取得博士學位。

他曾經是 150 多篇 (或本) 論文與專書的作者或共同作者。他發表的論文，分別出現在將近 48 種的雜誌上，其中包括《管理科學》(Management Science)、《行銷雜誌》(Journal of Marketing)、《行銷研究雜誌》、《消費者研究雜誌》(Journal of Consumer Research)，以及《行銷科學》(Marketing Science) 等雜誌。他撰寫的專書與專題，則有《行銷研究》(Marketing Research)、《策略性的行銷專題研究》(Strategic Marketing Problems，與 Kerin, R. A. 合著)、《在消費者行為上情感所扮演的角色》(The Role of Affect in Consumer Behavior，與 Hoyer, W. D.、Wilson, W. R. 合著)、《創新型的擴散模式》(Models for Innovation Diffusion，與 Mahajan, V. 合著)、《當代美國人的資本主義》(Modern American Capitalism，與 Albaum, G.、Kozmetsky, G. 合著)、《零售的未來與電子行銷及消費者

之關係》(*The Future of Retailing, and Electric Marketing and the Consumer*) 等。

作者彼得森曾經榮獲無數的獎項與榮譽。他過去曾擔任西南區的行銷學會 (*Southwestern Marketing Association*) 會士與理事長，也曾擔任美國行銷學會 (*American Marketing Association*) 的副理事長，也曾經擔任行銷科學學會與決策科學協會的董事，目前則是行銷科學學會的理事長當選人 (下一任理事長)。他列名於美國名人錄 (*Who's Who in America*) 的標準參考名單中。在 1988 年，他榮獲行銷科學學會頒發的「卓越行銷教育人員獎」(*Outstanding Marketing Educator Award*)；在 1991 年，他又獲得直銷教育基金會頒發的「榮耀之星獎」(*Circle of Honor Award*)。他 1991 年發表於行銷科學學會雜誌的論文，榮獲了 Sheth 論文獎，並且在 1994 年發表於行銷科學的論文，又再次榮獲 John D. C. Little 論文獎。

他本身具有廣泛的諮詢經驗，曾經在福特汽車公司 (*Ford Motor Company*)、艾默生電氣公司 (*Emerson Electric*)、Pillsbury 烘焙公司、3M 等知名公司工作過。為了智慧財產權與不公平競爭，他經常出庭擔任法律訴訟案件的專家見證。目前，他擔任幾家公司與非營利機構的董事以及人口普查局 (*Bureau of the Census*) 的諮詢委員。

原文序

最近，有位工作同仁提及他第一次編製問卷的經驗。他曾經在一家調查研究公司擔任諮詢專員，他的工作是設計一連串的問題題目，而這些題目是有關於從事各種不同類型的居家活動，如：編織（knitting）、裁縫（sewing）、鉤針（crocheting）等。因為其中有一項研究的目的是想瞭解一個家庭裡面有多少人曾經從事過裁縫活動，所以這位工作同仁就設計了下列問題：

在你的家中有多少人從事裁縫（sewers）……

答案是

_____ 一人

_____ 二人

_____ 三人或三人以上？

（譯註：英文「sewer」除了可以解釋成「裁縫師」之外，還可以解釋成「下水道」。）

無庸置疑地，當這位工作同仁的督導審查這一份問卷的草稿時，她有些困惑。她在這份問卷草稿上寫下了這樣的評語：「你究竟想要問什麼？是要問有多少人？還是要問有多少間廁所？」

《如何編製優質的問卷》（*Constructing Effective Questionnaires*）這本書的目標，不僅是要協助研究人員避免類

似上述這位督導提出的尷尬提問；更重要的是，要避免研究人員提出這種設計不良的問題，以及實施這種不是很好的問卷（更清楚地說，就是避免讓未來的研究對象在研究計畫中回答上述這種問題）。現在讓我們想一想：如何提出一個問題來詢問民眾的休閒活動（**leisure activities**）。例如，我們提問關於「吃」的問題（我們是不是可以將「吃」當作一種休閒活動呢？），結果有 **54%** 的民眾回答他們經常（**frequently**）做，有 **30%** 的民眾回答他們偶爾（**occasionally**）做，有 **10%** 的民眾回答他們很少（**seldom**）做，以及有 **6%** 的民眾回答他們從不（**never**）做。上述這些回答是不是暗示著這個問題或許設計不良呢？這些答案應該如何作解釋呢？（詳細的討論，請參考本書第四章與第六章。）

《如何編製優質的問卷》這本書是我個人過去在設計、實施、評鑑與探討研究問題及問卷上，投入超過三十五年的累積成果。這一段時間最重要的部分是，投入且確實執行了數百個研究計畫（**research projects**），而這些研究計畫都是應用問卷來完成的。這些研究計畫，其中有很多是接受「財星 500 大」（*Fortune 500*）企業所委託進行的，有些研究計畫是為了當作法庭見證的依據而進行的。很多研究計畫最後成為學術上的論文與專書。個人於 1988 年出版的《行銷研究》（*Marketing Research*）一書，就是其中的一本專書，也是目前這一本書的主要延伸。在這三十五年當中，我在很多不同的場合中（如：在課堂、在企業的研討會，甚至在法庭上等），也投入教導民眾如何提出研究問題與編製問卷。

《如何編製優質的問卷》這本書的目的在於提供民眾根據

所提出的問題委託、執行與評鑑研究。如同在第一章中所述，本書的定位是實務與理論兼俱的專書。在實務上，是定位在如何設計問卷；而在理論上，則是定位在有理論依據的論述，解釋研究對象（**study participants**）為什麼會以這種方式來回答問題。因此，本書試圖透過提供一個對問卷編製的實際觀點，搭起一座實際操作與理論論述彼此之間互相連接的橋樑。這種觀點的基礎是融合了個人的經驗與知識，而這些經驗與知識是來自於行為科學上的觀念與方法論上的文獻。

《如何編製優質的問卷》不僅希望提供給以問卷為基礎（**questionnaire-based**）的研究所作參考，而且也希望能夠為那些設計問題與編製問卷的研究人員所接受。然而，本書不是為了提供給民眾進行綜合性的行為研究實驗處理（**treatment**）。基本上，本書只刻意地限制在研究問卷上。相關的議題，如：問卷的實施、抽樣以及資料分析等，雖然在本書中都有討論到，而且是在編製問卷時明顯及重要的考量，但是這些並不是本書的基本重點。因此，對於初出茅廬與經驗豐富的研究人員及研究評鑑人員來說，這一本書應該是很有助益的。

由於上述的內容與定位，《如何編製優質的問卷》可以當作一本補充教材，而且也可以當作其他一本問卷編製書本的附加教材。本書包含了很多的主題，而且對於編製與評鑑研究問卷，也提供了不少的看法。透過各類文獻的引述，本書也包含了很多的參考資料。因此，《如何編製優質的問卷》應該可以視為一項很好的資源，以提供各式各類行為學門（如：廣告、教育、管理、行銷、政治科學、心理學與社會學等）的參考。事實上，不論是在學術上或非學術的情況下，只要有涉及到提出與回答

研究問題，這本書應該是一個非常寶貴的資源。

許多人對本書貢獻良多。這本書之所以能夠出版，我要感謝很多人。但是由於人數眾多，我無法一一親自向每個人表示感謝。很多以前的學生、同事與委託單位的當事人都鼓勵我出版這一本書。感謝 **Albaum, G.** 與 **Wolpert, H. W.** 博士審查這本書的初稿，並且提供很多的寶貴意見。**Bollinger, G.** 提供了很多研究上的協助，**Duncan, B.** 則在編輯上提供很多的協助。如同我以前寫過的那些書一樣，我衷心感謝我的家人全心全意的支持及付出。這本書能夠完成，我將它全部歸功於我的家人。



譯者序

緣起及動機

在臺灣師範大學美術學系前系主任王秀雄教授以及教育心理學系前系主任郭生玉教授的邀請與規劃下，個人於美術學系研究所的美術教育暨行政組碩士班開設「統計與測驗」這一門課程，主要的目的是希望能對提升這一個系所博、碩士班學生在統計應用及設計問卷之知能有所助益。但個人在第一次開課時，卻發現國內在問卷設計這方面尚未有很好的中文書籍可供作教材使用，所以仍然延用個人過去在美國深造時研讀的指定教科書；然而，教科書的內容似乎太多了，經常無法適時地授課完畢，因此總是希望能夠將內容濃縮，以符合實際的授課情況。之後，國內各大學研究所紛紛成立以及研究風氣的蓬勃發展，師大與本系圖書館、室相繼購買了很多這一方面的專書，同時個人也開始思考如何增減這一方面不同的教學題材，且仍能保留這一門課程內容的廣度與深度。在這樣不斷地努力補充教材之際，也就是在七、八年前，於建議購買的相關書籍中，發現了由彼得森（Peterson, R. A.）博士所撰寫的《如何編製優質的問卷》（*Constructing Effective Questionnaires*）這本書。經過個人詳細地閱讀後，覺得這一本書的內容雖然相當精簡，但是題材卻十分廣泛。因此，不但可以作為學生學習設計問題與編

製問卷之參考，也很值得推薦給從事這方面工作及研究的人員閱讀。

翻譯的歷程

由於「統計與測驗」這門課程，是由「統計」與「測驗」這兩部分所組成。該課程的進度與內容，只有一半的時間是在研討「測驗」這一部分，而「問卷設計」也僅是測驗或問卷編製的一部分而已。因此，這門課程整個學期的進度只能安排三、四次的上課時段來研討「問卷設計」。而本書正好符合了這樣的需求，內容雖然十分簡扼，但是卻講解得非常清楚，而且設計或編製問卷的步驟也是十分地明確（如第二章之圖 2-1）。為了讓學生盡快瞭解這一本書的內容及意涵，個人一開始即採用師生共同研讀的教學方式，先請學生針對各章作簡扼的內容導讀，再由個人作內容的補充與說明。其間，發現選修這一門課程的學生在研讀本書的英文內容上有很大的差異，也發現這些學生經常會將其中部分的內文字義解讀錯誤，使得其他的學生對同學導讀的內容不知所云。之後，為了提升這一門課程的教學品質及內涵，個人嘗試改採其他的教學方式，如：上課前先提供學生這一本書的主要中、英文對照文稿，隨後再請學生作內文的導讀與問題的提問，最後再由個人作內容的深入講解及分析，並提出其中的重要議題作為學生課後作業練習。結果發現這種方式能使學生充分地瞭解問卷設計的各項步驟及其細節。

為了能在上課前先提供選修學生本書的中文譯稿，個人即開始計畫進行這一本書的中文翻譯工作。由於美術學系碩士班

前一、二屆選修的學生已作了全文的中譯導讀，個人當時認為最簡捷的方式即是將她（他）們的中文譯稿作重點式的修改，也就是將其中內文字義解讀錯誤的部分作修改即可。然而，經過下一屆選修學生的導讀經驗及試教學習後，發現這種中譯導讀的方式仍無法解決選修學生對內容的困惑，因為採取重點式的修改無法真正澄清其中很多模糊不清的地方。為了調整這種教學方式，個人大膽地決定對這一本書作全面性的翻譯作業，此時適逢學校七、八月暑期休假的期間，藉著長達二、三個月的暑期空檔，個人得以順利完成這一本書的主要翻譯工作。隨後即在學校開始新的學期中，嘗試進行上述這種教學實驗，即要求學生在家先行閱讀中文教材（個人翻譯本書的文稿），然後在課堂上由教師針對其中需要講解的重點作說明，最後再由學生提出內文中遭遇的問題。透過師生共同的討論與尋求問題的澄清，經此教學實驗的結果發現，學生的學習成效比過去更加地明顯。由於學生的學習成效是取決於這一本書的翻譯文稿，假如能將這一本書翻譯得更通順、更清楚，就更可以期待提升學生的學習成效，於是個人開始規劃將這本書翻譯成中文並裝訂成講義，以期能提供個人未來教學使用以及學生未來進行研究或設計問卷之參考。

正好此時，個人有幸參與交通大學管理學院院長張新立教授領導的研究計畫團隊，其中對於駕駛訓練實驗教材的學習評量部分，都會牽涉到對應的試題設計與編撰以及試題評鑑，所以個人就在張教授的鼓勵下，安排每兩週一次，針對研究團隊成員開設問題設計與評鑑的專題講座。個人將本書的內容分成七個單元，連續進行五次的專題報告，以便完成這一本書的全

部內容講授。不論是前幾次的學校師生教學互動或這回的研究計畫專題講座，個人發現這本書對於學生在設計或編製問卷上都有很大的助益。之後，基於著作權的考量，個人決定要先向作者取得同意中文翻譯的文件，不管日後是不是要出版或影印，至少都可以合法的使用。因此，個人就透過電子郵件的方式親自連絡到作者本人，彼得森教授欣然同意授權可以合法使用。隨後，正好又逢個人提出教授服務年資滿七年的休假研究計畫，希望利用這段比較充裕的時間，透過個人過去對問卷設計的瞭解與翻譯外文的經驗，將這本書作一正確又清楚的中文翻譯，以提供日後學生在學習問卷設計或編製上的參考與使用。在很多學生、同事及好友的支持及協助下，整個中文翻譯工作就在今年的暑期前終於全部完成了。

感謝

本書能順利譯成中文並付梓出版，要感謝很多的學生、同事、好友以及師長，從旁直接或間接地提供協助與給予鼓勵。首先，感謝過去曾選修這一門課程的美術學系與衛教系碩士班學生（如：黃秉儀、趙慧凡、吳冠嫻、黃祺惠、王晶瑩、胡志誠、陳又慈、蕭瑀婕、何正裕、李盈數等），她（他）們認真的導讀這一本書，是這本中文翻譯書的先鋒。其次，感謝交通大學管理學院院長張新立教授，特別給我個人很多學習的機會與實質的鼓勵，將這一本書的導讀內容分享給他帶領的研究團隊，同時也促成這一本書中文簡報檔案能夠順利完成。最後，感謝藍百川小姐在中文翻譯上的指正與協助，提供了很多寶貴的意

見與建議。當然，這本書的中文翻譯能夠付諸於出版，還要感謝五南圖書公司楊榮川先生、張毓芬小姐的支持及協助，還有吳靜芳小姐的用心潤飾及校正。由於個人才疏學淺，經驗不足，加上倉促付梓，唯恐有所疏漏，懇請國內、外先進仍能不時給予指正。

王國川 謹識

2009年6月30日於國立臺灣師範大學
健康促進與衛生教育學系暨資料分析研究室



目次

作者簡介

原文序

譯者序

1

問與答 1

溝通的方式 7

提問的策略 9

一種學習的工具 17

問題的答案就是資料 20

結語 23

2

問卷編製的步驟 29

問卷編製的前三個步驟 34

第一個步驟：蒐集並整理相關的資料 34

第二個步驟：提出研究問題 36

第三個步驟：評鑑研究問題 38

實施方式與研究對象的考量 49

結語 55

開放式與封閉式問題 59

開放式問題 62

 主要的使用時機 63

 開放式問題的特性 67

 分析開放式問題的答案 73

封閉式問題 75

 封閉式問題的特性 76

 封閉式問題的優點 80

結語 89

問題的設計與措辭 93

一般的考量 97

 常識 98

 知識 101

 經驗 105

優質問題的判斷基準 106

 簡潔 106

 相關 110

 清楚 112

 明確 118

 客觀 121