



# GUIDE

## Det gode spørgeskema

Der er en række design- og metodemæssige overvejelser forbundet med at opbygge et godt kvantitativt spørgeskema, der sikrer relevante og fyldestgørende svar.

Indledningsvist er det væsentligt at tænke over følgende tre spørgsmål:

- 1.** Hvad vil vi prøve at sige noget om? Det vil sige, hvad er målet for denne indsamling af data?
- 2.** Hvordan formulerer vi spørgsmålene så præcist som muligt, så respondenternes forståelse af spørgsmålene, er den samme som vores?
- 3.** Har vi et formål med valget af hvert enkelt spørgsmål i undersøgelsen, eller er der spørgsmål, som kan undlades?

Men: Husk også, at der ikke findes én rigtig måde at designe et kvantitativt spørgeskema på. En god tommelfingerregel er dog at holde det så enkelt som muligt. Det bedste udgangspunkt er en blanding af metodebevidsthed og sund fornuft.

### Metodebevidsthed:

Før I beslutter jer for at bruge kvantitative spørgeskemaundersøgelser som metode, er det relevant at overveje på baggrund af nedenstående fordele og ulemper, om det er den rette tilgang til dataindsamling for jeres undersøgelser og formål.

Fordele	Ulemper
<p>Det er muligt at indsamle og behandle store mængder af data.</p> <p>Man kan drage generelle konklusioner.</p> <p>Det er en billig metode, og den er betydeligt mindre tidskrævende per respondent end for eksempel kvalitative interviews, fokusgrupper eller observationer.</p>	<p>De givne svar er ikke altid tilstrækkelige til at konkludere på, og de generelle konklusioner man kommer frem til, er ikke nødvendigvis rigtige.</p> <p>Det er svært at designe et godt kvantitativt spørgeskema, og at sikre sig, at man har afdækket alle relevante aspekter af interesseområdet.</p> <p>Det er svært at sikre sig, at folk svarer ærligt.</p>

### Repræsentativitet:

For at sikre, at resultaterne af jeres undersøgelse kan sige noget generelt om en gruppe mennesker, er det vigtigt at I har indsamlet svar fra en repræsentativ gruppe af respondenter. Det kræver, at I er skarpe på hvilken målgruppe, I ønsker at vide noget om – og at alle respondenterne tilhører målgruppen.

I kan med fordel tilføje et par screening-spørgsmål i starten af jeres spørgeskema, som hurtigt afklarer, hvorvidt respondenterne er en del af målgruppen eller ej. Hvis I f.eks. kun ønsker viden om lokale brugere i alderen 18-25 år, kan I starte med at spørge om alder og bopæl.

Hav ambition om at indsamle svar fra så mange respondenter som muligt. I "best practice" hedder tommelfingerreglen, at 100 respondenter indenfor en specifik målgruppe kan bruges til at sige noget generelt om målgruppen.

### Designprocessen:

Jo simplere, I kan designe jeres spørgeskema, desto bedre. Sørg for, at spørgsmålene er relevante for dét, I vil undersøge, og hold det kort. Det skal være let og overskueligt at gå til for respondenterne.

Det kan være en fordel forud for jeres kvantitative undersøgelse at lave kvalitative interviews med respondenter fra

målgruppen og dermed få konkretiseret og kortlagt, hvad der er interessant at undersøge med et spørgeskema.

Det kvantitative spørgeskema kan særligt bruges til at undersøge, om der er en tydelig sammenhæng mellem to eller flere faktorer. For at gøre det, er det nødvendigt at blive klar over hvilke faktorer, I ønsker at undersøge.

Først og fremmest er det nødvendigt at vælge en afhængig faktor og en eller flere uafhængige faktorer. Den afhængige faktor er den, som I er interesseret i at undersøge, samt hvordan den bliver påvirket af de uafhængige faktorer, som I udvælger.

### Eksempel:

Et teater ønsker at undersøge, hvorfor publikum har givet udtryk for at være mindre tilfreds med den aktuelle forestilling end med den sidste forestilling.

Afhængig faktor: Publikums overordnede tilfredshed med den aktuelle forestilling

Uafhængige faktorer: Ting i relation til forestillingen eller teatrets rammer, som vi forestiller os kan have indvirkning på ovenstående, som f.eks. publikums oplevede relevans af forestillingens tema, scenografien, skuespillerpræstationer, vejarbejde omkring teatret, transportudfordringer eller andet.

Som eksemplet ovenfor viser, kan det være meget forskellige ting, der kan have en indvirkning på eksempelvis publikumstilfredsheden. Derfor er det vigtigt i designet af jeres spørgeskema, at I på forhånd sætter jer i respondenternes sted og dermed forsøger at inkludere faktorer i undersøgelsen, som I ellers ville have overset.

Det kan i designprocessen være en fordel, hvis muligt, at lave en pilot-test af sit spørgeskema på få personer i målgruppen, hvor respondenterne også bliver

bedt om at evaluere spørgeskemaet. Her får I mulighed for at opsnappe mangler, problematikker eller misforståelser, inden I sender det ud til en stor gruppe respondenter.

Alternativt kan I gøre brug af åbne spørgsmål, hvor respondenter selv skal skrive deres svar ind, i stedet for at vælge imellem prædefinerede valgmuligheder. Opsummering af denne type besvarelser kræver dog en grad af fortolkning og kategorisering, hvilket kan være en omfattende opgave – og det vil desuden give

analysen en grad af subjektivitet.

Hvis I ønsker at konkludere noget, som f.eks. "X pct. oplevede Y problem ved deltagelse i eventet", er det ofte bedre at bruge lukkede spørgsmål med valgmuligheder i stedet for åbne.

Ønsker I derimod at få en indikation fremfor en konklusion ud af jeres undersøgelse, er kvalitative data, fra f.eks. interview, tilstrækkelige.

### Husk den gode data-etik:

Generelt for enhver kvalitativ og kvantitativ undersøgelse er det vigtigt at sikre sig, at alle indsamlede data er forsvarligt beskyttet og anonymiseret.

Hvis der er elementer i jeres dataindsamling eller -behandling, der indeholder adgang til data, som kan sættes i relation til en specifik person, skal I have samtykke til behandlingen af data fra de personer, som f.eks. skal interviewes.

Som minimum skal respondenterne have:

- Information om analysens formål, og hvad den indsamlede data skal bruges til.
- Kontaktinformation på data-ejer (jer), så de kan kontakte jer, hvis de ønsker deres data slettet. Husk, at et samtykke ikke er permanent og godt kan trækkes tilbage.
- Information om, hvornår deres data bliver slettet, da det ikke er lovligt at have persondata liggende for evigt. Umiddelbart efter analysens afslutning skal data anonymiseres og persondata slettes.

Læs mere om behandling og opbevaring af persondata her:

<https://www.wonderfulcopenhagen.dk/mosaik/guide-seks-principper-god-dataetik>