



สมาคมวิจัยการตลาด
แห่งประเทศไทย
Thailand Marketing
Research Society

Rakuten Insight

TMRS
INSIGHTS Flash
December Issue

**ความท้าทาย
ในการสร้างแบบสอบถาม
ที่มีประสิทธิภาพ
สำหรับการวิจัยตลาดออนไลน์**

**นภัสรร์ดา ชื่นจิตจรกมล (แอมบี)
ASSOCIATE DIRECTOR
RAKUTEN INSIGHT - THAILAND**



ความท้าทายในการสร้างแบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพ สำหรับการวิจัยตลาดออนไลน์

ก่อนหน้านี้เราได้พูดถึงเรื่อง “วิธีการใช้ Online Panel อย่างมีประสิทธิภาพ” ซึ่งการวิจัยตลาดออนไลน์เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความชอบ แนวโน้ม และพฤติกรรมของผู้บริโภค หัวใจหลักของการวิจัยคือแบบสอบถาม ซึ่งต้องมีการออกแบบอย่างดีเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่เชื่อถือได้และสามารถนำไปใช้ได้ ข้อมูลต่อไปนี้คือคำแนะนำที่ละเอียดขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพสำหรับการวิจัยตลาดออนไลน์



กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย

ก่อนที่จะสร้างแบบสอบถาม ให้กำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน กำหนดสิ่งที่คุณต้องการเรียนรู้ เช่น:

- ข้อมูลประชากรของลูกค้า
- พฤติกรรมการซื้อ
- การรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์
- ความต้องการในตลาด
- วัตถุประสงค์ที่ชัดเจนที่ช่วยให้แบบสอบถามมีความเชื่อมโยงและตรงเป้าหมาย

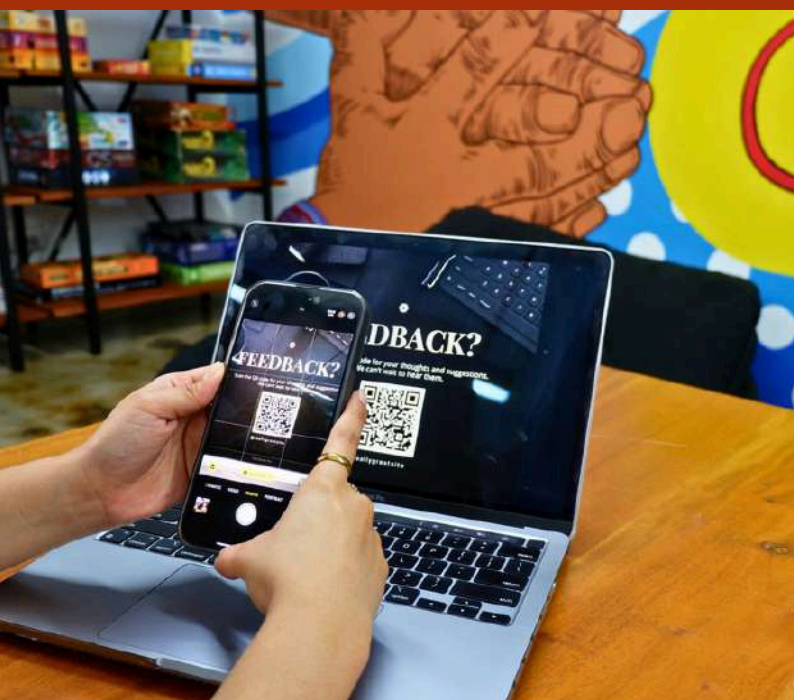


กำหนดกลุ่มเป้าหมายของคุณ

ควรปรับแบบสอบถามของคุณให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่คุณต้องการเข้าถึง ทำความเข้าใจในเรื่องความชอบ ระดับความรู้ และความแตกต่างทางวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมายสามารถช่วยในการเลือกใช้โทนเสียง ภาษา และความซับซ้อนของคำถามได้

ขั้นตอนนี้ควรต้องให้ความสำคัญ ในฐานะที่เป็นผู้ให้บริการ Online Panel เราเห็นแบบสอบถามมากมายทุกวัน และขั้นตอนที่ 2 นี้เป็นส่วนที่สามารถพัฒนาได้มากที่สุด การสร้างแบบสอบถามสำหรับการสำรวจในหลายประเทศโดยพิจารณาความแตกต่างทางวัฒนธรรมท้องถิ่นทั้งหมดเป็นเรื่องที่ท้าทาย

การปรับเปลี่ยนแบบสอบถามให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายยังคงต้องได้รับการพิจารณาอย่างรอบคอบในขณะเดียวกัน ผู้ให้บริการ Online Panel เองได้พยายามอย่างหนักที่จะเชื่อมโยงช่องว่างในการสื่อสารเหล่านี้โดยการใช้ข้อความแนะนำที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมก่อนการสำรวจหรือผ่านเว็บไซต์ Online Panel





3

เลือกประเภทคำถามที่เหมาะสม

ประเภทคำถามที่คุณเลือกมีผลต่อคุณภาพและการนำคำตอบไปใช้งาน ควรใช้การผสมผสานของคำถามต่าง ๆ ดังนี้

- คำถามแบบปิด: ดีสำหรับการวัดความคิดเห็น เช่น คำถามแบบใช่/ไม่ใช่ หรือคำถามแบบเลือกหลายตัวเลือก เหมาะสำหรับคำตอบที่รวดเร็ว และช่วยทำให้การวิเคราะห์ผลลัพธ์ง่ายขึ้น
- คำถามแบบเปิด: ช่วยให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นในคำพูดของตัวเอง ซึ่งสามารถเปิดเผยข้อมูลเชิงลึกใหม่ ๆ แต่ยากต่อการวิเคราะห์ในจำนวนมาก
- คำถามแบบเกณฑ์การให้คะแนน: มักใช้ในการประเมินความพึงพอใจหรือการเห็นด้วย โดยให้ผู้ตอบให้คะแนนตามเกณฑ์ (เช่น 1 ถึง 5 หรือ 1 ถึง 10)
- คำถามแบบลิเคิร์ต (Likert scale): ใช้ในการประเมินทัศนคติ โดยให้ผู้ตอบเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับคำบรรยายในแต่ละระดับ

4

ตั้งคำถามให้ชัดเจนและกระชับ

- หลีกเลี่ยงคำศัพท์เทคนิคหรือภาษาที่คลุมเครือ
- ใช้ภาษาที่ตรงไปตรงมาและเป็นกลางเพื่อหลีกเลี่ยงความเอนเอียง
- แยกแนวคิดที่ซับซ้อนออกเป็นส่วนๆ ที่ง่ายขึ้น เพื่อให้ผู้ตอบเข้าใจ

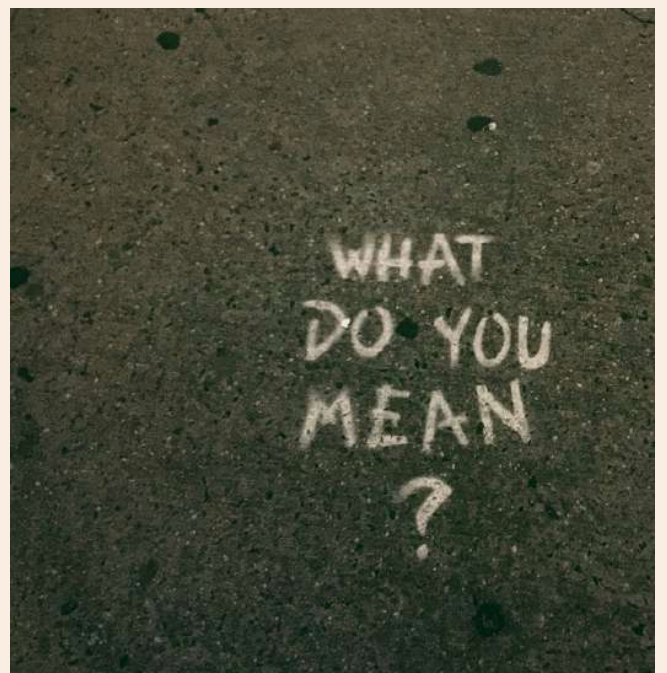
ตัวอย่าง:

แทนที่จะถามว่า: "คุณพึงพอใจกับความน่าเชื่อถือ ประสิทธิภาพ และความเร็วของบริการลูกค้าของเรามากแค่ไหน?"

ลองเปลี่ยนเป็น: "คุณพึงพอใจกับความน่าเชื่อถือของบริการลูกค้าของเรามากแค่ไหน?"

(จากนั้นถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพและความเร็วแยกต่างหาก)

การผสมผสานประเภทคำถามช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงปริมาณสำหรับการวิเคราะห์ที่ง่ายและข้อมูลเชิงคุณภาพสำหรับข้อมูลเชิงลึกที่ลึกซึ้ง





หลีกเลี่ยงคำถามที่ซ้ำนำและมีความเอนเอียง

คำถามที่ซ้ำนำอาจมีอิทธิพลต่อคำตอบและทำให้ผลลัพธ์บิดเบือน ซึ่งจะลดความน่าเชื่อถือของข้อมูลของคุณ เพื่อให้คำตอบเป็นกลาง หลีกเลี่ยงการใช้ภาษาที่บ่งชี้คำตอบที่ “ถูกต้อง” ให้คำถามมีความเป็นกลางและหลีกเลี่ยงการใช้คำที่มีอารมณ์ ตัวอย่าง:

แทนที่จะถามว่า: “คุณพึงพอใจกับทีมบริการลูกค้าที่น่าทึ่งของเรามากแค่ไหน?”

ลองเปลี่ยนเป็น: “คุณพึงพอใจกับบริการลูกค้าของเราแค่ไหน?”



ตรวจสอบให้แน่ใจมีการเรียงลำดับคำถามที่เหมาะสม

จัดกลุ่มคำถามตามหัวข้อและเรียงลำดับอย่างสมเหตุสมผล โดยทั่วไปแล้วมักเรียงลำดับดังนี้

- เริ่มต้นด้วยคำถามทั่วไป (เช่น ข้อมูลประชากร)
- ไปยังหัวข้อที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น
- จบด้วยคำถามแบบเปิดหรือคำถามที่ไม่บังคับ

การเรียงลำดับคำถามที่เป็นระเบียบจะช่วยให้ผู้ตอบรู้สึกมีส่วนร่วมและลดความสับสน



จำกัดความยาวของแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ยาวเกินไปอาจทำให้ผู้ตอบรู้สึกเหนื่อยล้า ส่งผลให้คำตอบไม่ครบถ้วนหรือไม่แม่นยำ ควรกำหนดเป้าหมายที่:

- ใช้เวลาทำแบบสอบถาม 10–20 นาที
- คำถามไม่เกิน 20–40 ข้อ ขึ้นอยู่กับความซับซ้อน (รวมข้อมูลประชากร)



ทดสอบและปรับปรุงแบบสอบถามของคุณ

ทดสอบแบบสอบถามกับกลุ่มเล็กๆ ก่อนที่จะใช้งานจริง การทดสอบนี้จะช่วยให้คุณเห็นคำถามที่อาจทำให้เกิดความสับสนหรือคำถามที่เขียนไม่ดี และช่วยให้คุณทราบเวลาที่จะใช้ในการทำแบบสอบถาม และนำความคิดเห็นที่ได้รับมาปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อให้ชัดเจนและใช้งานได้ง่ายขึ้น



ให้คำแนะนำที่ชัดเจนและรับรองการไม่ระบุตัวตน

คำแนะนำที่ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีการตอบคำถามสามารถช่วยป้องกันความสับสน โดยเฉพาะเมื่อใช้ประเภทคำถามที่แตกต่างกัน ตรวจสอบให้แน่ใจว่าผู้ตอบทราบว่าสามารถข้ามคำถามได้หรือไม่และข้อมูลของพวกเขาจะถูกนำไปใช้อย่างไร หากการไม่ระบุตัวตนเป็นสิ่งสำคัญ ควรเน้นย้ำในตอนเริ่มต้นเพื่อเพิ่มการเข้าร่วมและความซื่อสัตย์

โดยสรุป การสร้างแบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพสำหรับการวิจัยตลาดออนไลน์ต้องใช้วิธีการที่คำนึงถึงเป้าหมายที่ชัดเจน กลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม ประเภทคำถามที่เหมาะสม และโครงสร้างที่มีสมเหตุสมผล ด้วยการปฏิบัติตามแนวทางที่เหมาะสมเหล่านี้ คุณจะรวบรวมข้อมูลเชิงลึกที่มีความหมาย ซึ่งสามารถขับเคลื่อนการตัดสินใจ

ที่มีประสิทธิภาพสำหรับธุรกิจของคุณ ข้อมูลที่คุณรวบรวมจะเชื่อถือได้ สามารถนำไปใช้ได้ และสอดคล้องกับเป้าหมายของคุณ ช่วยให้คุณได้เปรียบในการวิจัยตลาด หากคุณมีคำถามหรือข้อกังวลใด ๆ เรายินดีที่จะให้คำแนะนำเพิ่มเติมเพื่อช่วยคุณในการสร้างแบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพสำหรับการวิจัยตลาดออนไลน์ของคุณ





สมาคมวิจัยการตลาด
แห่งประเทศไทย
Thailand Marketing
Research Society

Rakuten Insight

TMRS
INSIGHTS Flash
December Issue

THE CHALLENGES OF CREATING AN EFFECTIVE QUESTIONNAIRE FOR ONLINE MARKET RESEARCH

NAPHATRADA CHUENJITJIRAKAMON (AAM)
ASSOCIATE DIRECTOR
RAKUTEN INSIGHT - THAILAND



THE CHALLENGES OF CREATING AN EFFECTIVE QUESTIONNAIRE FOR ONLINE MARKET RESEARCH

Previously, we talked about “How to Use Online Panels Effectively”, which the online market research is a powerful tool to gather insights into consumer preferences, trends, and behaviors. At the heart of this research lies the questionnaire, which must be well-designed to yield reliable and actionable results. Below you will find a step-by-step guide to creating an effective questionnaire for online market research.



Define the Research Objectives

Before crafting the questionnaire, establish clear objectives. Determine what you want to learn, such as:

- Customer demographics
- Buying behaviors
- Brand perception
- Market demand
- Clear objectives ensure the questionnaire remains focused and relevant.

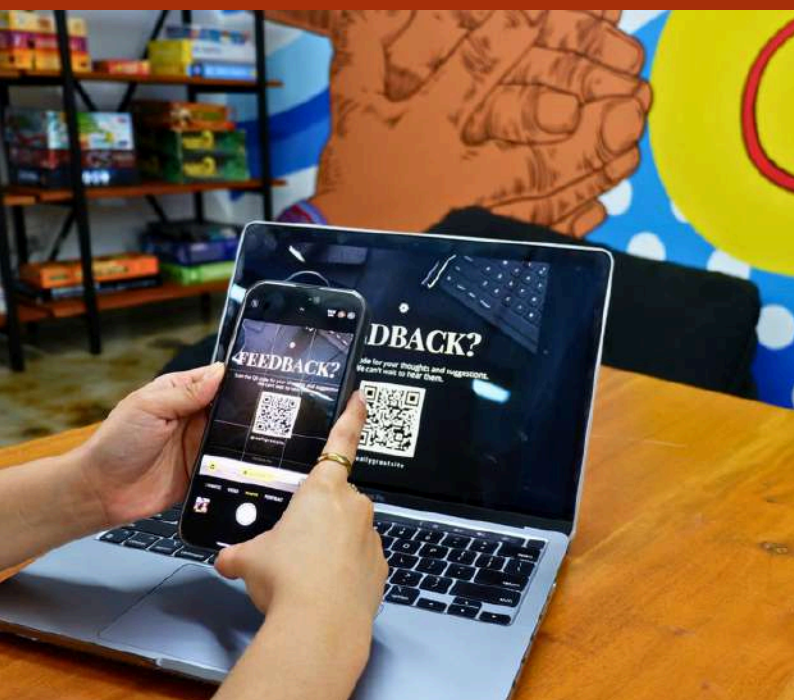


Identify Your Target Audience

Tailor your questionnaire to the specific audience you aim to reach. Understanding their preferences, literacy levels, and cultural nuances can guide the tone, language, and complexity of the questions.

This step should focus on. As an online panel provider, we see many surveys every day and it is step 2 which could be the most improved. Creating the questionnaire for multi-country survey with considering all the local cultural nuances can be challenging.

Targeting the questionnaire to the target audience still needs much more consideration. In the meantime, online panel providers work very hard to bridge these communication challenges by employing culturally relevant introduction messages prior to the survey or via the panel website.





Choose the Right Question Types

The types of questions you include impact the quality and usability of the responses.

Use a mix of:

- Closed-ended questions: Good for quantifying opinions, like yes/no or multiple-choice questions. These are ideal for quick answers and for making results easy to analyze.
- Open-ended questions: These allow respondents to express thoughts in their own words, which can reveal new insights but are harder to analyze in bulk.
- Rating scale questions: Commonly used for gauging satisfaction or agreement, these questions ask respondents to rate items on a scale (e.g., 1 to 5 or 1 to 10).
- Likert scale questions: Useful for assessing attitudes by asking respondents to agree or disagree with statements on a spectrum.

A mix of question types provides a balance between gathering quantitative data for easy analysis and qualitative data for deeper insights.



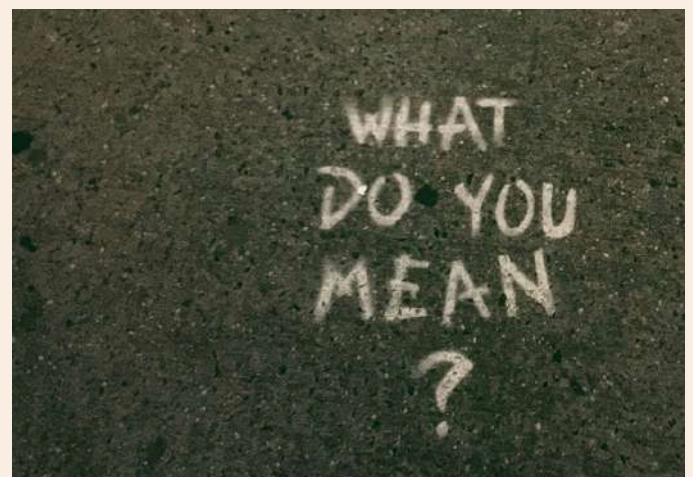
Keep Questions Clear and Concise

- Avoid jargon, technical terms, or ambiguous language.
- Use straightforward, neutral phrasing to avoid bias.
- Break down complex concepts into simpler parts to ensure comprehension.

Example:

Instead of asking: "How satisfied are you with the reliability, efficiency, and speed of our customer service?"

Try: "How satisfied are you with the reliability of our customer service?" (And then ask separately about efficiency and speed.)





Avoid Leading and Biased Questions

Leading questions can influence responses and skew results, which undermines the reliability of your data. To ensure neutrality, avoid language that implies a “correct” answer. Keep question’s objective and refrain from using emotionally charged words.

Example:

Instead of asking: “How satisfied are you with our amazing customer service team?”

Ask: “How satisfied are you with our customer service?”



Ensure Logical Flow

Group questions by topic and arrange them in a logical order. Typically arrange the flow as below.

- Start with general questions (e.g., demographics).
- Move to more specific topics.
- End with open-ended or optional questions.

A well-structured flow keeps respondents engaged and minimizes confusion.



Limit Questionnaire Length

Lengthy questionnaires can lead to respondent fatigue, resulting in incomplete or inaccurate answers. Should aim for:

- 10–20 minutes to complete
- 20–40 questions maximum, depending on complexity (including demographics)



Test and Refine Your Questionnaire

Pre-test your questionnaire on a small group before going live. This test run will highlight any confusing or poorly worded questions and give you a sense of how long the survey will take to complete. Based on feedback, make necessary adjustments to ensure clarity and user-friendliness.



Provide Clear Instructions and Ensure Anonymity

Clear instructions on how to answer questions can prevent confusion, especially when using various question types. Make sure respondents know whether they can skip questions and how their data will be used. If anonymity is a priority, emphasize it at the start to increase participation and honesty.

In conclusion, creating an effective questionnaire for online market research requires a well-thought-out approach that combines clear goals, a targeted audience, appropriate question types, and a logical structure. By following these best practices, you'll be better equipped to gather meaningful insights that can drive effective decision-making for your business. The data you collect will be more reliable, actionable, and aligned with your goals, giving you a competitive edge in your market research efforts.

If you have any questions or concerns, we would be happy to provide additional guidance to help you create the effective questionnaire for your online market research.

