

03 mei 2013

Tool evalueren: tips and tricks bij het opzetten van een vragenlijst

Opzet

- Start met een brainstorm om de kaders helder te krijgen/weten: wat wil je precies vragen? Onderzoeksdoel moet helder zijn, hoe ga je je data verzamelen, welke respondenten, wat is beschikbare tijd van jezelf en van de respondenten, welk budget heb je?
- Benader je al je deelnemers aan je project? Of trek je een steekproef? Werk je met een controlegroep en waar haal je die vandaan? Bij het trekken van steekproeven (onder deelnemers of controlegroep), kijk goed of je de steekproef random kan trekken, zodat je bevindingen generaliseerbaar zijn.
- Werk waar mogelijk met een internetvragenlijst, makkelijk voor jezelf (tijdsbesparend, en relatief goedkoop) omdat data direct analyseerbaar zijn én handig voor respondent.

Intro van je vragenlijst (email of begeleidende brief bij je schriftelijke vragenlijst)

- Geef kort aan waar het onderzoek over gaat en wat de respondent eraan heeft. Het terugkoppelen van een deel van de onderzoeksresultaten motiveert mensen om mee te doen. Ook het verstrekken van een aantrekkelijke *incentive* helpt de response te verhogen. Vertel ook hoe lang het onderzoek duurt en houd je daar ook aan.
- Schrijf een wervende onderwerp regel als je de vragenlijstlink per email verstuurt. Dit is wat ontvangers van je uitnodiging het eerste zien.
- Vertel dat de gegevens anoniem gehouden worden en met de gegevens vertrouwelijk wordt omgegaan. Dit verhoogt de bereidheid een onderzoek in te vullen.

Vragenlijst

- Zorg ervoor dat je vragen gerelateerd zijn aan specifieke doel(en) van je project. Kijk uit voor te algemene vragen/stellingen. Er moet een logisch verband bestaan tussen doelstellingen, outcome, indicatoren en vragen voor de vragenlijst.
- Stel eenduidig vragen (vraag 1 ding per vraag uit, vraag moet zo concreet zijn dat iedereen er hetzelfde onder verstaat).
- Gebruik zoveel mogelijk dezelfde antwoordschalen (bijvoorbeeld 3-, 4-, 5- of 7-puntsschaal).
- Omschrijf/definieer (moeilijke) begrippen.
- Probeer vragen zo neutraal mogelijk te formuleren, voorkom sturende vragen.
- Hou de vragenlijst kort en krachtig, bekijk bij elke vraag, of deze vraag ook absoluut relevant is om tot je onderzoeksdoel te komen.
- Pas je vragenlijst qua stijl aan op je doelgroep. Vragenlijst voor bijv. jongeren of laagopgeleiden zal een andere formulering/stijl kennen dan voor volwassenen of hoogopgeleiden.
- Groepeer vragen. Zorg ervoor dat vragen over hetzelfde onderwerp bij elkaar staan. Stel eerst algemene vragen en daarna pas specifieke vragen. Probeer vragen met dezelfde antwoordschalen zoveel mogelijk bij elkaar te zetten. Dit zorgt ervoor dat de respondent sneller de vragen kan beantwoorden.
- Begin met makkelijke vragen voordat je met eventuele moeilijke of gevoelige vragen gaat stellen.

- Denk aan ordening van vragen: het nadenken over bepaalde vragen kan bijvoorbeeld het beantwoorden van volgende vragen beïnvloeden.
- Door gebruik te maken van de routing technologie (een vervolgvraag laten afhangen van het antwoord op de eerste vraag) is het mogelijk om de respondent alleen relevante vragen te laten beantwoorden. Dit scheelt in tijd en irritatie bij de respondent.
- Beperk bij kwantitatief vragenlijstonderzoek het aantal open vragen. Deze zijn interessant voor diepte en achtergronden, maar kosten veel tijd om te verwerken. Zet open vragen vooral daar in waar je meer informatie wilt en waarom-informatie. Onthoud hierbij dat de meeste respondenten liever niet te veel tekst in tikken behalve als ze echt een uitgesproken mening hebben over een bepaald onderwerp.
- Zorg voor een balans van positieve en negatieve mogelijke antwoorden. Dus als je een blok met stellingen voorlegt, stel sommige vragen in positieve en andere in negatieve bewoordingen. (Anders bestaat het risico dat mensen op de automatische piloot vragen gaan beantwoorden, wat de betrouwbaarheid negatief beïnvloedt.)
- Bij voorgeformuleerde antwoordcategorieën, vergeet niet 'weet niet', 'geen mening' of 'anders' in te vullen, zodat mensen wel de ruimte hebben om hun mening te geven als die niet overeenkomt met jouw categorieën.
- Veel mensen zijn huiverig om persoonlijke vragen te beantwoorden. Om die reden worden achtergrondkenmerken, zoals leeftijd, geslacht, inkomen meestal helemaal aan het einde van de vragenlijst gesteld. De reden daarvan is tweeledig: als mensen dit niet (willen) invullen en stoppen met de vragenlijst dan heb je in elk geval wel alle vragen waarmee je je onderzoeksvraag kunt beantwoorden. De meeste mensen zullen echter ook na een tijdsinvestering ervoor kiezen de vragenlijst dan maar helemaal in te vullen.
- Ruimte voor opmerkingen. Voor sommige respondenten is het belangrijk om opmerkingen te plaatsen die relevant zijn voor het onderzoek. Zorg er dus voor dat daarvoor ruimte is aan het einde van de enquête.
- Test je vragenlijst van te voren goed door deze door verschillende proefrespondenten in te laten vullen. Je kunt dan zien hoe lang het invullen duurt en welke vragen misschien nog aanscherping behoeven.