

Rettelsesblad – Videnskabsteori og opgaveskrivning for maskinmestre

Side 114-117

4.9 SPØRGESKEMA

Spørgeskemaundersøgelser er en udbredt metode til indsamling af store datamængder på en effektiv måde. Metoden er kvantitativ, da svarene kan opgøres, sammenlignes og analyseres systematisk. Dette muliggør et samlet billede af populationen samt identifikation af generelle tendenser. Til udarbejdelsen findes flere digitale platforme, såsom SurveyXact, Microsoft Forms eller SurveyMonkey, som kan lette den praktiske gennemførelse. Et værktøj alene sikrer dog ikke kvalitet; resultaterne afhænger i høj grad af grundig planlægning og forberedelse. Spørgsmålene bør derfor nøje overvejes og tilpasses undersøgelsens formål. Formuleringen af dine spørgsmål er central, da det ikke er muligt at uddybe eller omformulere undervejs, som det ville være tilfældet i et interview. Kun relevante spørgsmål bør bruges, og det bør planlægges, hvordan svarene efterfølgende skal bearbejdes. Kortere og målrettede spørgeskemaer øger sandsynligheden for fuldstændig besvarelse, mens lange spørgeskemaer kan føre til at respondenterne fravælger at svare (Københavns Erhvervsakademi (nu Erhvervsakademi København) 2021).

Målgruppe

Før udarbejdelsen af et spørgeskema er det nødvendigt at fastlægge, hvem undersøgelsen retter sig mod, ofte kaldet populationen. Dette indebærer, at relevante karakteristika for deltagerne identificeres, og at afgrænsningen af populationen præciseres. Afgrænsningen kan ske ud fra faktorer såsom alder, bopæl, interesser eller profession. Hvis populationen er overskuelig, kan en totalundersøgelse gennemføres, hvor alle medlemmer inddrages. Et eksempel kunne være en virksomhed, hvor alle medarbejdere i en bestemt afdeling deltager. Hvis emnet eksempelvis er bæredygtighed, vil det være relevant at inddrage samtlige ansatte, der arbejder med dette tema. Dette udgør en typisk totalundersøgelse (Københavns Erhvervsakademi (nu Erhvervsakademi København) 2021).

Stikprøve

Hvis populationen er for omfattende, anvendes en stikprøve, hvor et udsnit undersøges. Formålet er, at resultaterne fra stikprøven kan give indsigt i hele populationen. Et centralt spørgsmål er, om stikprøven er repræsentativ. Sjældent vil stikprøven være fuldstændig repræsentativ, men det er vigtigt at overveje og redegøre for udvælgelsen. Dette omfatter blandt andet, om alle medlemmer havde lige mulighed for deltagelse, og om nogle personer blev udeladt. Desuden bør kriterierne for udvælgelsen beskrives (Københavns Erhvervsakademi (nu Erhvervsakademi København) 2021). Som generel anbefaling bør spørgeskemaundersøgelser inkludere mindst 100 respondenter. Dette sikrer, at hver deltager udgør et væsentligt bidrag, og at ingen repræsenterer mindre end én procent af stikprøven (Mottelsen & Muschinsky, 2021).

Hvordan får jeg målgruppen i tale?

Målgruppen kan nås gennem forskellige kanaler. Én mulighed er at distribuere spørgeskemaet via grupper eller netværk, eksempelvis på sociale medier. Det er vigtigt at vurdere, om grupperne er åbne eller lukkede, og hvem der har adgang. En anden tilgang er samarbejde med relevante foreninger eller organisationer, som kan hjælpe med at distribuere spørgeskemaet. Dette kan udvide rækkevidden, men det bør bemærkes, at sådanne organisationer sjældent dækker hele populationen. Eksempelvis er ikke alle bygningskonstruktører medlem af Konstruktørforeningen. Dataindsamling kan også foregå fysisk gennem direkte kontakt med målgruppen. Hvis undersøgelsen eksempelvis omhandler holdninger til Havnebadet i København, kan indsamling på stedet være relevant. Tidspunktet for dataindsamlingen kan dog påvirke deltagerkredsen – formiddag i forhold til eftermiddag kan tiltrække forskellige grupper. Det er derfor vigtigt nøje at overveje disse forhold, inden undersøgelsen gennemføres (Københavns Erhvervsakademi (nu Erhvervsakademi København) 2021).

Forberedelse af spørgeskema

Efter målgruppen er afgrænset, er det væsentligt at opnå en grundig forståelse af deltagerne. Spørgeskemaet giver kun én mulighed for dataindsamling, hvorfor det skal testes og afprøves grundigt forud for udsendelse. Indsigt i både målgruppen og det undersøgte emneområde kan opnås gennem gennemgang af relevant litteratur eller ved at gennemføre et forudgående interview med en repræsentant fra målgruppen som led i forundersøgelsen. Grundig forberedelse og research øger forståelsen af målgruppen og centrale problemstillinger, samtidig med at det gør det muligt at formulere relevante spørgsmål og udelade spørgsmål, der ikke bidrager til analysen (Københavns Erhvervsakademi (nu Erhvervsakademi København) 2021).

Side 172 - Litteratur

Københavns Erhvervsakademi (nu Erhvervsakademi København) (2021). KEA Bibliotek 2020/2012, indtalt og lagret på KEA platformen Studieviden juni 2021.

<https://bibliotek.kea.dk/da/studieviden/studieopgaver/interview-og-sporgeskemaer#kea-text-518> (lokaliseret 02.10.2025).