

Phương pháp khảo sát trực tuyến: Thế mạnh và những hạn chế

TS. DUƠNG THỊ THU HƯƠNG

Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: duonghuong_xhh@yahoo.com

Nhận ngày 16 tháng 8 năm 2024; chấp nhận đăng tháng 11 năm 2024.

Tóm tắt: Trong bối cảnh khảo sát trực tuyến được các nhà nghiên cứu sử dụng ngày càng phổ biến, bài viết tập trung phân tích những điểm mạnh và những hạn chế nổi bật của phương pháp khảo sát trực tuyến so với phương pháp thu thập thông tin truyền thống. Bên cạnh điểm mạnh nổi bật như không bị giới hạn bởi không gian, có khả năng mở rộng cỡ mẫu nghiên cứu mà không ảnh hưởng đến kinh phí, thời gian thu thập thông tin, giúp tiết kiệm rất nhiều nguồn lực con người, kinh phí, rút ngắn thời gian tiến hành nghiên cứu, khảo sát trực tuyến cũng gặp phải khá nhiều vấn đề có thể ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng nghiên cứu chẳng hạn như: tính đại diện của mẫu nghiên cứu, không phù hợp với nhiều nhóm yếu thế, gặp khó khăn trong tiếp cận Internet, hạn chế khả năng đọc hiểu. Bên cạnh phân tích hạn chế, bài viết cũng đưa ra một số gợi ý giải pháp cụ thể giúp nhóm nghiên cứu khắc phục và làm giảm tối đa những tác động không mong muốn đến chất lượng nghiên cứu.

Từ khóa: khảo sát, trực tuyến; thế mạnh; hạn chế; điều tra trực tuyến.

Abstract: In the context of the increasing use of online surveys by researchers, this article focuses on analyzing the strengths and notable limitations of online survey methods compared to traditional data collection approaches. Key advantages of online surveys include being unrestricted by geographical boundaries, the ability to expand sample sizes without significantly increasing costs, and the reduction of human resources and financial expenditures while shortening the research timeline. However, online surveys face several challenges that can directly affect research quality, such as issues with the representativeness of the sample, unsuitability for disadvantaged groups, difficulties in accessing the Internet, and limited reading comprehension abilities. Alongside the analysis of these limitations, the article offers specific recommendations and solutions to help research teams mitigate and minimize potential negative impacts on research quality.

Keywords: surveys, online; strengths; limitations; online surveys.

1. Giới thiệu về khảo sát trực tuyến trong nghiên cứu khoa học xã hội

Dữ liệu có tầm quan trọng rất lớn đối với nghiên cứu. Các nghiên cứu có thể sử dụng phương pháp khảo sát khác nhau, nhưng mục đích chung là thu được nguồn dữ liệu tin cậy phục vụ mục đích nghiên cứu, trả lời cho các câu hỏi nghiên cứu. Phương pháp, hình thức thu thập thông tin luôn là mối quan tâm lớn của nhà nghiên cứu vì nó ảnh hưởng đến độ tin cậy của thông tin thu thập được, tốc độ thu thập, xử lý thông tin cũng như chi phí dành cho nghiên cứu.

Trước những năm 2000, các cuộc khảo sát, điều tra nghiên cứu xã hội chủ yếu áp dụng phương pháp truyền thống: sử dụng bảng hỏi giấy và gặp mặt trực tiếp để phỏng vấn hoặc phát bảng hỏi cho đối tượng

tham gia nghiên cứu tự điền. Một số trường hợp khác, nhà nghiên cứu gửi bảng hỏi qua đường bưu điện đến khách thể nghiên cứu và bảng hỏi sẽ được gửi trở lại nhà nghiên cứu sau khi hoàn thiện.

Với sự xuất hiện và phổ biến của Internet trên toàn cầu, một số hình thức thu thập thông tin trực tuyến bắt đầu xuất hiện vào những năm 2000. Khảo sát trực tuyến là phương pháp thu thập dữ liệu qua các trang web. Cụ thể, cuối năm 1999 đầu năm 2000 bắt đầu xuất hiện những hình thức khảo sát trực tuyến đầu tiên, ví dụ khảo sát trực tuyến thông qua trang web SurveyMonkey (được đưa ra thị trường năm 1999) và khảo sát thông qua trang web Qualtrics (đưa ra thị trường năm 2002). Theo một số nhà nghiên cứu từ năm 2005, các hình thức khảo sát trực tuyến bắt đầu

phổ biến và được sử dụng nhiều trong các khảo sát, nghiên cứu thị trường cũng như thăm dò dư luận, các nghiên cứu khoa học xã hội khác⁽¹⁾. Google cũng đã giới thiệu các tiện ích bổ sung mới của Google Forms là phần mềm quản trị khảo sát ứng dụng dưới dạng web. Google Forms cũng liên tục được làm mới, bổ sung những tính năng mới, ví dụ như cho phép bên thứ ba thêm các tính năng mới vào bài khảo sát hay tính năng ☐ xác thực phản hồi thông minh ☐. Người tham gia khảo sát trả lời bảng hỏi trực tuyến nhận được đường liên kết (link), họ nhấp vào mở ra và lần lượt trả lời các câu hỏi đã được định dạng sẵn⁽²⁾.

Với những tiện lợi, tiện ích của khảo sát trực tuyến, hình thức khảo sát ngày càng được ứng dụng phổ biến trong các nghiên cứu thị trường cũng như nghiên cứu có tính hàn lâm. Qua thực tiễn vận dụng phương pháp khảo sát trực tuyến của chính tác giả cũng như tổng hợp từ nhiều nhà nghiên cứu khác, bài viết tập trung phân tích một số những ưu điểm cũng như hạn chế, biện pháp khắc phục những hạn chế khi vận dụng phương pháp khảo sát trực tuyến.

2. Ưu điểm của khảo sát trực tuyến

Với sự phát triển của Internet, khảo sát trực tuyến ngày càng được vận dụng phổ biến bởi những tiện ích ưu trội và nổi bật so với phương pháp khảo sát truyền thống.

Thứ nhất là, nó mở rộng phạm vi tiếp cận nghiên cứu, không bị giới hạn bởi khoảng cách địa lý hay nguồn lực kinh phí cho việc đi lại, gặp gỡ trực tiếp đối tượng khảo sát. Đường liên kết dẫn đến bảng hỏi trực tuyến có thể gửi đến đối tượng qua nhiều kênh trực tuyến như: email, điện thoại, mạng xã hội. Với sự phát triển và phổ biến của Internet và mạng xã hội như hiện nay thì đây là thuận lợi lớn để phương pháp khảo sát này phát huy lợi thế. Theo thống kê về xu hướng phát triển Internet Việt Nam năm 2023, có 77,93 triệu người dùng Internet, chiếm 79,1% tổng dân số. Ngoài ra, số lượng người dùng mạng xã hội cũng chiếm 71% tổng dân số, tương ứng với số 70 triệu người tính đến đầu năm 2023⁽³⁾. Như vậy, với khách thể nghiên cứu không quá đặc thù (như khách thể là người dân cư trú ở vùng sâu, vùng xa, dân tộc thiểu số, người cao tuổi), việc triển khai ứng dụng khảo sát trực tuyến nhằm thu thập thông tin trong các nghiên cứu là có tính khả thi cao.

Thứ hai là, khảo sát trực tuyến có thể tạo cơ hội

linh hoạt cho người trả lời tự bố trí thời gian hợp lý đối với bản thân họ để trả lời bảng hỏi mà không nhất thiết phải có câu trả lời ngay như phỏng vấn trực tiếp bằng bảng hỏi. Với đường liên kết bảng hỏi gửi đến đối tượng tham gia nghiên cứu cùng với lời giới thiệu về nghiên cứu (mục đích, ý nghĩa của việc tham gia nghiên cứu, cơ quan tiến hành nghiên cứu, cam kết bảo mật thông tin và hướng dẫn cách điền bảng hỏi), người nhận được yêu cầu tham gia vào nghiên cứu sẽ có thời gian tìm hiểu về nghiên cứu, từ đó đưa ra quyết định tham gia trả lời khảo sát cũng như dành khoảng thời gian phù hợp để hoàn thành bảng hỏi. Để nhắc nhở người tham gia trả lời bảng hỏi trực tuyến trong trường hợp họ quên, nhà nghiên cứu cũng có thể gửi thư nhắc hẹn và tiếp tục mời đối tượng tham gia nghiên cứu cũng như giải đáp thắc mắc về nghiên cứu nếu có câu hỏi từ phía họ. Ngoài ra, với sự phát triển các tiện ích trong thiết kế câu hỏi ở bảng hỏi trực tuyến đã mang đến sự đa dạng và nhiều lựa chọn cho nhà nghiên cứu lựa chọn và sử dụng các định dạng câu hỏi cũng như thang đo phù hợp, đo đếm và lượng giá chính xác được ý kiến, đánh giá của người được hỏi.

Thứ ba là, rất nổi trội của khảo sát trực tuyến là thuận tiện và tiết kiệm rất nhiều thời gian để hoàn thành khảo sát. Tốc độ để hoàn thành khảo sát được đẩy nhanh do trong một khoảng thời gian ngắn, với danh sách mẫu nghiên cứu được xác định cụ thể địa chỉ email, tài khoản mạng xã hội (zalo, viber, facebook ...), nhà nghiên cứu có thể gửi đồng loạt thư mời tham gia nghiên cứu và đường liên kết dẫn đến bảng hỏi họ cần tham gia trả lời. Như vậy, thay vì phải đến gặp trực tiếp đối tượng ở rất nhiều địa điểm khác nhau để phỏng vấn họ hay mời họ tham gia nghiên cứu, thay vì gọi điện thoại cho từng người để phỏng vấn như những phương pháp truyền thống, cùng một lúc, nhà nghiên cứu có thể tiếp cận với một lượng lớn mẫu nghiên cứu không bị giới hạn bởi khoảng cách địa lý, không phụ thuộc vào lịch hẹn gặp. Đồng thời, cùng một lúc nhà nghiên cứu cũng có thể hỗ trợ giải đáp thắc mắc từ xa trong nghiên cứu cũng như những hướng dẫn cách trả lời câu hỏi nếu người trả lời gặp khó khăn về cách hiểu bảng hỏi. Trong bối cảnh một tỷ lệ lớn người dân hiện nay đã được tiếp cận với Internet và mạng xã hội thì việc tiếp cận, mời họ tham gia khảo sát trực tuyến trở nên khả thi, tiện lợi và tiết kiệm rất nhiều thời gian của cả hai bên. Ngoài ra, với

sự phát triển của công nghệ, người trả lời có thể sử dụng đa dạng các thiết bị như máy tính bảng, điện thoại thông minh để tham gia trả lời bảng hỏi trực tuyến bất kể khi nào họ sắp xếp được thời gian, do vậy, thuận tiện, tiết kiệm thời gian cho cả người trả lời và nhà nghiên cứu.

Thứ tư là, với cách thức khảo sát trực tuyến, đem lại cho nhóm nghiên cứu là bỏ qua được quá trình làm sạch bảng hỏi, đặc biệt là tiện lợi nhập liệu vào phần mềm xử lý dữ liệu so với phương pháp truyền thống. Với bảng hỏi giấy trước đây, người trả lời vì nhiều lý do có thể bỏ qua hoặc bỏ sót câu hỏi, hoặc trả lời các câu hỏi có liên quan logic với nhau không đúng trình tự, mâu thuẫn với nhau. Để giảm những sai số, sau khi thu thập bảng hỏi về, nhóm nghiên cứu cần rà soát và làm sạch lần lượt từng bảng hỏi giấy trước khi đem nhập dữ liệu vào phần mềm và đây cũng là khâu tốn khá nhiều thời gian và nguồn lực của nhóm nghiên cứu. Tuy nhiên, với kỹ thuật thiết kế bảng hỏi trực tuyến cho phép nhà nghiên cứu đặt các chế độ để tránh được hết những sai số trên: ví dụ như người trả lời sẽ được nhắc và sẽ không thể chuyển sang trang tiếp theo nếu họ chưa hoàn thành các câu hỏi cần phải trả lời, ngoài ra chế độ chuyển tự động đối với những câu hỏi có bước nhảy hay câu hỏi có liên quan logic với nhau cũng giúp người trả lời không mắc lỗi lựa chọn sai câu hỏi không dành cho họ. Ngoài ra, với khảo sát trực tuyến, nhóm nghiên cứu còn có được lợi thế bỏ qua bước nhập dữ liệu vào cơ sở dữ liệu nhằm phục vụ cho bước phân tích dữ liệu tiếp theo vì nền tảng khảo sát trực tuyến cho phép số liệu được nhập tự động trên hệ thống. Nhóm nghiên cứu chỉ cần làm một số thao tác chuyển đổi dữ liệu đã được lưu trực tuyến để chuyển sang phần mềm xử lý dữ liệu phù hợp thay vì phải nhập dữ liệu thủ công từng bảng hỏi vào phần mềm. Với tiện ích nổi bật nói trên, khảo sát trực tuyến đã giúp nhóm nghiên cứu tốn rất ít thời gian để có được cơ sở dữ liệu hoàn thiện ngay sau khi khảo sát kết thúc, tiết kiệm nguồn lực cho nhóm nghiên cứu.

Với những tiện ích trực tiếp hay gián tiếp đóng góp vào việc tiết kiệm thời gian, chi phí nghiên cứu cũng như không bị giới hạn bởi không gian địa lý, nghiên cứu sử dụng phương pháp khảo sát trực tuyến cho phép nhà nghiên cứu mở rộng phạm vi nghiên cứu và thực hiện nghiên cứu với cỡ mẫu lớn. Khi tăng

cỡ mẫu lớn hơn trong khảo sát định lượng theo phương pháp truyền thống sẽ ảnh hưởng rất lớn đến chi phí thu thập, xử lý thông tin cũng như chi phí khác (đi lại, điện thoại, nhân bản phiếu ...), ngoài ra, nó còn khiến kéo dài thời gian thực hiện khảo sát, làm sạch, nhập dữ liệu. Tuy nhiên, việc tăng kích cỡ mẫu ở khảo sát trực tuyến không ảnh hưởng quá nhiều đến kinh phí và thời gian thực hiện, có chăng chỉ mất thêm một số thời gian nhất định gửi đường liên kết bảng hỏi đến số lượng người tham gia nghiên cứu nhiều hơn.

Ngoài ra, do nhà nghiên cứu có thể thường xuyên cập nhật thông tin cơ bản của người trả lời qua phân tích kết quả sơ bộ của nghiên cứu, nên hoàn toàn chủ động điều chỉnh cơ cấu mẫu nếu có các vấn đề về sai số hay thiên lệch mẫu không như thiết kế về cơ cấu mẫu đã lựa chọn ban đầu. Điều này khó thực hiện hơn đối với phương pháp khảo sát truyền thống vì nhóm nghiên cứu chỉ có thể phân tích cơ cấu mẫu khi kết thúc khảo sát và nhập liệu.

Những tiện ích vượt trội đề cập đến ở trên khi tiến hành khảo sát trực tuyến đã khiến cho phương pháp này ngày càng trở nên phổ biến hơn trong nghiên cứu khoa học xã hội. Bên cạnh việc tiết kiệm kinh phí khảo sát (kinh phí là vấn đề mà nhà nghiên cứu luôn bị giới hạn và có tính quyết định đối với một nghiên cứu có được thực hiện hay không) thì việc rút ngắn thời gian tiến hành khảo sát cũng góp phần quan trọng vào ý nghĩa của nhiều nghiên cứu, đặc biệt là đối với những vấn đề xã hội cấp bách, cần nắm bắt thông tin, bằng chứng nhanh, chính xác để đưa ra quyết định quản lý hoặc quyết định đầu tư trong các nghiên cứu thị trường.

3. Hạn chế của khảo sát trực tuyến và những biện pháp khắc phục

Bên cạnh những ưu điểm, khảo sát trực tuyến cũng có khá nhiều hạn chế mà nhà nghiên cứu cần biết để cân nhắc giữa ưu điểm và hạn chế khi lựa chọn đối với một nghiên cứu cụ thể, đồng thời có những giải pháp khắc phục tối đa những hạn chế.

Một là, của khảo sát trực tuyến là, không phù hợp với khách thể nghiên cứu là những người ít sử dụng mạng xã hội, không có phương tiện như máy tính hay điện thoại thông minh để kết nối mạng, có khả năng đọc hiểu không tốt, chưa làm quen với việc trả lời bảng hỏi trước đó. Những đặc điểm này thường rơi vào nhóm người dân có tuổi cao, có trình độ học vấn thấp, người cao tuổi sống ở khu vực nông thôn gặp

khó khăn để tự đọc và chọn các phương án trả lời đã có sẵn. Do vậy, đối với nghiên cứu có đa dạng các nhóm khách thể được mời tham gia khảo sát, nhà nghiên cứu cần cân nhắc kết hợp giữa phương pháp khảo sát truyền thống và phương pháp khảo sát trực tuyến áp dụng cho từng nhóm đối tượng phù hợp. Khi đó, vẫn đảm bảo sự tham gia của các nhóm khách thể không phù hợp để hỏi trực tuyến (sẽ thực hiện khảo sát trực tiếp thông qua điều tra viên) và vẫn tiết kiệm được thời gian và kinh phí khi thực hiện khảo sát trực tuyến đối với nhóm còn lại.

Hai là, vấn đề mẫu nghiên cứu và tính đại diện của mẫu nghiên cứu là hạn chế đáng chú ý tiếp theo của khảo sát trực tuyến. Mẫu nghiên cứu có ý nghĩa quan trọng đối với một nghiên cứu, nó là một bộ phận của tổng thể dân số, được chọn ra từ tổng thể và cần phải có những đặc điểm đại diện cho tổng thể. Để xác định cỡ mẫu và phương pháp chọn mẫu phù hợp, nhà nghiên cứu cần xác định được đơn vị nghiên cứu, tổng thể dân số, khung lấy mẫu. Nếu khảo sát trực tuyến vẫn tuân thủ theo các phương pháp chọn mẫu truyền thống thì thực tế không ảnh hưởng nhiều đến tính đại diện của mẫu nghiên cứu. Tuy nhiên, trong danh sách khung lấy mẫu, thông thường sẽ có những đối tượng không khả thi trong việc tiếp cận bằng khảo sát trực tuyến. Ngoài ra, khi khảo sát trực tuyến, để thuận lợi và tiết kiệm thời gian, nhà nghiên cứu thường sử dụng cách thức chọn mẫu rút gọn, không xác định chi tiết khung lấy mẫu mà dựa vào mạng lưới có sẵn, khi đó sai số về tính đại diện mẫu sẽ tăng cao. Cùng với quá trình tiếp cận và gửi bảng hỏi trực tuyến đến khách thể nghiên cứu, sai số có thể xảy ra ở các khâu sau:

- Tỷ lệ trả lời thấp hơn mức dự kiến, khi đó, nhóm nghiên cứu sẽ buộc phải chọn bổ sung mẫu để đáp ứng cỡ mẫu mong muốn, đồng thời giảm bớt những sai số nghiên cứu.

- Có khả năng xuất hiện những nhóm có một số đặc điểm nhất định có xu hướng nhiệt tình tham gia khảo sát phổ biến hơn những nhóm còn lại khiến cho mẫu nghiên cứu bị thiên lệch, không đại diện. Ví dụ như: nhóm có lợi ích liên quan trực tiếp tới vấn đề đang nghiên cứu hay nhóm có ý kiến đối với hay quan tâm đến vấn đề đang được nghiên cứu ... Khi đó, nhóm nghiên cứu cần theo dõi kết quả cập nhật khảo sát trực tuyến hàng ngày để nắm được diễn biến mẫu

nghiên cứu, có những điều chỉnh kịp thời. Giải pháp cụ thể như: gửi thư nhắc lịch và khuyến khích nhóm hiện đang có tỉ lệ tham gia trả lời phiếu hỏi thấp để tăng tỉ lệ trả lời ở những nhóm này. Trong trường hợp thư mời tham gia lần 2, lần 3 vẫn không phát huy hiệu quả, nhóm nghiên cứu cần cân nhắc đến những biện pháp hiệu quả hơn như kết hợp với khảo sát trực tiếp (vẫn sử dụng bảng hỏi trực tuyến nhưng cử cán bộ khảo sát đến tận nơi hỏi và điền phiếu) hoặc lựa chọn phỏng vấn qua điện thoại đối với những nhóm không quen hay thiếu tin tưởng với việc trả lời bảng hỏi trực tuyến.

- Khi sử dụng phương pháp khảo sát trực tuyến, nhóm nghiên cứu vô tình sử dụng những cách thức khiến sai số mẫu thêm trầm trọng hơn, ví dụ như sử dụng mạng lưới những người quen biết của bản thân (danh sách email, bạn bè các mạng xã hội như Facebook, zalo), nhờ bạn bè, người quen và mạng lưới của họ tham gia nghiên cứu, khiến mẫu nghiên cứu trở nên thiên lệch. Đây là lưu ý cần được nhóm nghiên cứu cân nhắc và sử dụng ở mức độ hợp lý, không nên lạm dụng mạng lưới người quen, bạn bè trên các nền tảng mạng xã hội khi tiến hành khảo sát trực tuyến.

Ba là, của khảo sát trực tuyến là vấn đề tỉ lệ bảng hỏi được trả lời thấp so với tổng số người trong mẫu được mời tham gia nghiên cứu. Theo nghiên cứu của tác giả Manfreda và cộng sự (2008), nhóm nghiên cứu đã đưa ra kết luận rằng có trung bình khoảng 11% tổng số lượng khách thể nghiên cứu được mời hoàn thiện bảng hỏi trực tuyến⁽⁴⁾. Các nghiên cứu cũng phân tích và đưa ra các yếu tố ảnh hưởng đến tỷ lệ hoàn thiện bảng hỏi khi được mời tham gia nghiên cứu⁽⁵⁾. Đây là những yếu tố quan trọng, nhà nghiên cứu rất cần có giải pháp khắc phục để đảm bảo được số lượng tham gia vào nghiên cứu, đảm bảo được mẫu nghiên cứu, trong đó bao gồm:

- Uy tín của tổ chức tiến hành nghiên cứu hay nhóm nghiên cứu; mức độ thu hút, quan tâm đối với chủ đề nghiên cứu: vấn đề nghiên cứu gắn liền với các vấn đề thời đại, thu hút sự quan tâm của công chúng sẽ dễ dàng thu hút tham gia khảo sát.

- Bảng hỏi quá dài cùng với việc thiết kế các câu hỏi chưa thuận tiện, khó hiểu và gặp nhiều phân vân khi trả lời dễ khiến đối tượng tham gia nửa chừng và sẽ dừng lại không hoàn thiện bảng hỏi khi gặp các vấn đề cản trở trên. Do vậy, bảng hỏi trực tuyến cần

ngắn gọn, câu hỏi đơn giản, thuận tiện cho việc trả lời sẽ góp phần làm tăng khả năng hoàn thiện bảng hỏi của đối tượng được mời tham gia nghiên cứu.

- Vấn đề hỏi đi sâu quá nhiều vào đòi tư hay thông tin nhạy cảm cá nhân cũng là rào cản khiến đối tượng được mời tham gia từ chối hoàn thiện bảng hỏi. Do vậy, nhà nghiên cứu cần cân nhắc kỹ việc hỏi chi tiết thông tin cá nhân hay thông tin nhạy cảm, chỉ hỏi khi thực sự cần thiết, còn lại nên loại ra khỏi bảng hỏi nếu sự cần thiết ở mức thấp để không làm tăng tỷ lệ từ chối tham gia nghiên cứu.

- Vấn đề quyền lợi của người tham gia vào nghiên cứu (quà, kinh phí, hiện vật, phiếu ưu đãi mua hàng, các sách trực tuyến có thể tải về đọc, tài liệu học tiếng anh ...): đây là cách thể hiện sự cảm ơn của nhóm nghiên cứu dành cho người được mời vào nghiên cứu đã dành thời gian cá nhân của họ cho nghiên cứu. Các món quà tuy không lớn về giá trị vật chất nhưng cũng là cách khuyến khích sự tham gia trả lời của đối tượng được chọn vào mẫu nghiên cứu.

- Thư mời tham gia nghiên cứu ấn tượng và mức độ tích cực, hiệu quả khi tham gia tương tác giải đáp thắc mắc của đối tượng được mời tham gia vào nghiên cứu cũng là một trong những cách tăng cường niềm tin của những người được mời tham gia vào nghiên cứu, từ đó góp phần làm tăng tỷ lệ hoàn thành bảng hỏi. Thư mời cần thể hiện được mục đích nghiên cứu, cơ quan/ đơn vị tiến hành nghiên cứu, địa chỉ email người chịu trách nhiệm cung cấp thông tin, cam kết đảm bảo đạo đức nghiên cứu và đảm bảo giữ bảo mật thông tin chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu, không sử dụng cho bất kỳ mục đích nào khác.

Bốn là, của khảo sát trực tuyến là yêu cầu thiết kế bảng hỏi cần phù hợp với khảo sát trực tuyến, và rất khó để một bảng hỏi với các câu hỏi phù hợp với đa dạng các đối tượng hỏi khác biệt về độ tuổi, vùng miền, văn hoá, ngôn ngữ, trình độ học vấn, nhận thức Do khảo sát trực tuyến là khảo sát không có sự hỗ trợ của điều tra viên hay giám sát viên, nên kết quả và chất lượng của thông tin thu về được phụ thuộc hoàn toàn vào người trả lời: khả năng đọc hiểu bảng hỏi như nhau, kiên trì trả lời hết bảng hỏi, không bỏ ngang nửa chừng khi gặp vấn đề về hiểu câu hỏi hoặc vấn đề không muốn trả lời ...

3.2. Những biện pháp khắc phục

Để người trả lời không bỏ nửa chừng, có khả năng

hoàn thành bảng hỏi trực tuyến, yêu cầu bảng hỏi trực tuyến cần đáp ứng một số tiêu chí cụ thể sau:

- Bảng hỏi cần ngắn gọn, đơn giản về cấu trúc, giữ đúng nguyên tắc KISS (keep it short and simple: bảng hỏi ngắn và đơn giản nhất có thể). Trong đó khi xây dựng bảng hỏi, nhà nghiên cứu cần xác định rõ những nội dung cần hỏi theo mức độ ưu tiên từ rất quan trọng đến ít quan trọng và khi bảng hỏi dài vượt tiêu chuẩn, nhà nghiên cứu sẽ ưu tiên hỏi những câu hỏi cần thiết lấy thông tin theo mức độ từ cao đến thấp. Thông thường, bảng hỏi trực tuyến chỉ nên có độ dài từ 5 - 7 trang giấy.

- Các câu hỏi trong bảng hỏi cần được xây dựng với ngôn ngữ diễn đạt dễ hiểu, phù hợp đối với tất cả các nhóm đối tượng trong mẫu khảo sát trực tuyến.

- Nhà nghiên cứu cần có cách thiết kế câu hỏi, phương án trả lời dễ đọc, và cần có hướng dẫn rõ ràng về cách thức trả lời, cách chọn phương án trả lời rõ ràng, tránh làm khó người được hỏi.

- Để đảm bảo các yêu cầu chất lượng, hình thức bảng hỏi, nhà nghiên cứu cần tiến hành thử cẩn thận bảng hỏi với nhiều nhóm đối tượng trong mẫu nghiên cứu để đảm bảo họ hiểu bảng hỏi như nhau, không gặp khó khăn trong đọc, hiểu bảng hỏi, đồng thời đảm bảo mạch câu hỏi hợp lý, không có những vấn đề khiến người trả lời muốn bỏ cuộc hoặc không muốn hoàn thành bảng hỏi. Việc thử bảng hỏi lần thứ nhất nếu còn gặp nhiều vấn đề, sau khi sửa xong có thể phải thử lại lần 2 hoặc lần 3./.

(1) Nayak và cộng sự (2019), *Strengths and weaknesses of online survey*, IOSR Journal of Humanities and Social Sciences, Volume 24, Issue 5, Ser.5

(2) Lardinois, Frederic (2017), *Google updates Forms with intelligent response validation, cross-domain uploads and more*, tại trang: <https://techcrunch.com/2017/07/10/google-updates-forms-with-intelligent-response-validation-cross-domain-uploads-and-more/>, truy cập ngày 22 tháng 5 năm 2024

(3) Vnetwork (2024), *Xu hướng phát triển internet Việt Nam 2023*, tại trang: <https://www.vnetwork.vn/news/internet-viet-nam-2023-so-lieu-moi-nhat-va-xu-huong-phat-trien/>, truy cập ngày 22 tháng 5 năm 2024

(4) Manfreda, K.L., Bosnjak, M., Berzelak, J., Haas, I. and Vehovar, V. (2008), *Web surveys versus other survey modes: a meta-analysis comparing response rates*, International Journal of Market Research, Vol. 50 No. 1, pp. 79-104.

(5) Fan, W. and Yan, Z. (2010), *Factors affecting response rates of the web survey: a systematic review*, Computers in Human Behavior, Vol. 26 No. 2, pp. 132-139.