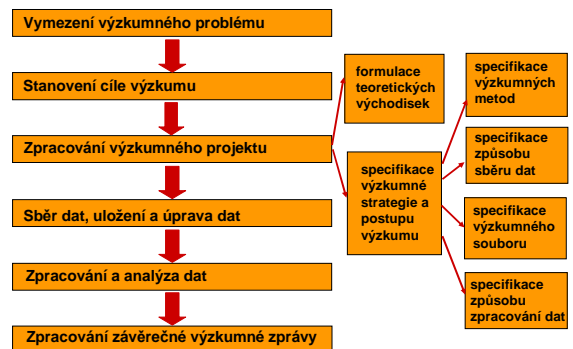


## Kvantitativní metody sběru dat



## Fáze výzkumného postupu



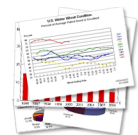
## Výzkumné postupy

### Kvalitativní výzkum

cílem je hledání určujících proměnných a jejich souvislostí, porozumění a vhled do dané problematiky, formulace hypotéz, vytváření teorie

### Kvantitativní výzkum

kvantitativně mapuje výskyt jevů, prokazuje statistické závislosti, testuje hypotézy



## Kvalitativní x kvantitativní výzkum

- odlišné cíle
- odlišné typy výzkumných metod (metod sběru dat)
- odlišná velikost zkoumaného souboru
- odlišné postupy analýzy dat

## Kvalitativní výzkum

- pozorování
- individuální/skupinový rozhovor
- obsahová analýza dokumentů
- projektivní techniky

## Kvantitativní výzkum

- pozorování
- dotazování - osobní, telefonické, písemné

## Pozorování

- cílené, zaměřené a plánované vnímání vybraných jevů
- sledování frekvence projevů - dopředu připraveny záznamové archy s kategoriemi typů chování, které mohou nastat a jejichž prostřednictvím jsou projevy zkoumaných osob zaznamenávány
- sledování míry projevu předem zvolených charakteristik – škály s podrobnou instrukcí a příklady
- většinou nutný zácvk pozorovatelů

## Osobní dotazování

- přímá (tváří v tvář) komunikace s respondentem
- **Výhody:** přímá vazba mezi tazatelem a respondentem, možnost používání názorných pomůcek, vysoká spolehlivost údajů (je-li tazatel odborně vyskolen a postupuje v souladu se zásadami efektivního osobního dotazování), podíl úspěšně dokončených rozhovorů vysoký
- **Nevýhody:** nákladově a časově náročná technika, anonymita pro respondenty je málo přesvědčivá

## Telefonické dotazování

- užíváno zejména v šetřeních prováděných v rámci marketingového výzkumu a ve výzkumech veřejného mínění
- **Výhody:** rychlost a nízké náklady na jeden kontakt (ve srovnání s osobním dotazováním), úspěšnost telefonického sbírání dat mnohem vyšší než u dotazníků, anonymita přesvědčivější
- **Nevýhody:** doba, po kterou je respondent ochoten odpovídat, je mnohem kratší než u osobního dotazování

## Písemné dotazování

- vysoce efektivní technika, umožňující získat informace od velkého počtu jedinců v poměrně krátkém čase a také s relativně malými náklady
- doručování osobně či poštou, nověji také elektronickou cestou
- **Výhody:** anonymita dotazování je relativně přesvědčivá
- **Nevýhody:** nemožnost kontroly vyplňování, nemožnost získat dodatečné informace, problémy s návratností

## Druhy otázek v dotazníku

### Z hlediska formálního:

- **otevřené** - nenabízejí varianty odpovědí, vybízejí k volné, obsáhlejší odpovědi
- **uzavřené** - nabízejí dvě nebo více alternativ odpovědí, ze kterých respondent vybírá, (speciální formou uzavřených otázek jsou škály)
- **polouzavřené** - jsou nabídnuty varianty odpovědí a souhrnná skupina "jiné", obvykle s dovětkem "uvedte, prosím" vybízejícím respondenta ke specifikaci jeho "jiné" odpovědi.

### Z hlediska funkčního:

- **úvodní** - jejich funkcí je navázání kontaktu, vzbuzení důvěry a zájmu dotazovaného
- **věcné** - týkají se předmětu šetření, vycházejí z cíle výzkumu a formulovaných výzkumných otázek
- **filtrační otázky** - jejich účelem je "roztřídit" respondenty na ty, kterých se týkají či netýkají otázky, které následují dále, podle odpovědi na tuto otázku je respondent vyzván, aby pokračoval příslušnou další otázkou (např. "Pokud jste odpověděli ano, přejděte, prosím, k otázce 8")
- **identifikační otázky** - otázky umožňující zjištění základních demografických a jiných údajů o respondentovi, sloužící pro následný popis výzkumného souboru a jeho třídění podle daných znaků

## Při tvorbě dotazníku je třeba zvážit:

- Je tato otázka opravdu nezbytná ?
- Ptá se tato otázka skutečně na to, co chceme zjišťovat ?
- Bude tato otázka srozumitelná každému respondentovi ? Pochopí ji všichni stejným způsobem ?
- Bude respondent schopen poskytnout žádanou informaci ?
- Je otázka formulována jednoznačně ? Neptá se na dvě věci najednou ?
- Není otázka sugestivní ? Neprovokuje určitý typ odpovědi ?
- Je výčet variant odpovědí úplný ? Nepřekrývají se jednotlivé varianty odpovědi ?
- Je použití otevřené otázky nezbytné ?
- Budou mít odpovědi všech respondentů na danou otázku stejnou váhu ? Nejsou někteří o předmětu zkoumání více informováni než jiní ?
- Není daná otázka nepřijemná, znepokojující, nemůže se respondent cítit ohrožen pravdivou odpovědí ?

## Výstavba dotazníku

- Obsahuje dotazník všechny otázky, které jsou potřebné ke zodpovězení formulovaných výzkumných otázek a k otestování hypotéz ?
- Jsou otázky předkládány v logickém sledu ?
- Podporuje uspořádání otázek úplné dokončení dotazníku respondentem ?
- Není v dotazníku nic, co by z pohledu respondenta ohrožovalo zajištění jeho anonymity ?
- Není dotazník příliš dlouhý ?

## Škály a jejich užití

Pojmu škála je v jazyce výzkumné metodologie užíváno ve dvou významech: k označení měřicího nástroje a k označení stupnice užívané v rámci měřicího nástroje.

- škálování = postup, který slouží k převádění relativně neměřitelných znaků na znaky měřitelné
- dva základní typy škál užívané v socio-ekonomických výzkumech: posuzovací škály, postojevé škály

## Škály:

- posuzovací
- postojevé

### Posuzovací škály:

- číselné (numerické) škály
- grafické škály
- srovnávací metody

### Postojevé škály:

- Likertova škála
- sémantický diferencál

## Číselná škála

### Příklad:

Jak jste celkově spokojen(a) se svým současným zaměstnáním ? *Zaškrtněte, prosím, příslušnou variantu odpovědi, která nejlépe vystihuje Váš pocit.*

1. bezvýhradně spokojen(a)
2. velmi spokojen(a)
3. spíše spokojen(a)
4. ani spokojen(a), ani nespokojen(a)
5. spíše nespokojen(a)
6. velmi nespokojen(a)
7. naprosto nespokojen(a)

## Grafická škála

### Příklad:

Jak jste celkově spokojen(a) s vaším současným zaměstnáním ? *Zaškrtněte, prosím, místo na úsečce, které nejlépe vystihuje Váš pocit.*

bezvýhradně spokojen

naprosto nespokojen

## Srovnávací metoda

### Příklad:

Seřadte, prosím, níže uvedené automobily do pořadí podle míry, v jaké byste si přál(a) jednotlivé automobily vlastnit. Autobilu, který byste si přál/a nejvíce, přiřadte číslo 1, automobilu, který byste si přál/a nejméně, přiřadte číslo 4.

..... BMW ..... Mercedes ..... Audi ..... Jaguár

## Likertova škála

### Příklad:

Označte, prosím, příslušnou variantu odpovědi podle toho, nakolik vyjadřuje míru Vašeho souhlasu či nesouhlasu s daným tvrzením.

	Souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Nesouhlasím
Kouření je zdraví škodlivé	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Sémantický diferenciál

### Příklad:

Posudte, prosím, firmu XY, a to tak, že na jednotlivých škálách zakroužkujete křížky, které nejlépe vystihují Vaše pocity týkající se této firmy.

	Firma XY je:						
profesionální	x	x	x	x	x	x	neprofesionální
nezkušená	x	x	x	x	x	x	zkušená
k zákazníkům							k zákazníkům
vstřícná	x	x	x	x	x	x	nevstřícná

## Výběr zkoumaného souboru (1)

### Základní soubor

= souhrn všech jednotek zkoumání

### Zkoumaný soubor

= zvládnutelná menší skupina jednotek zkoumání, která má parametry reprezentativnosti

## Výběr zkoumaného souboru (2)

### Reprezentativní soubor

- svou strukturou musí imitovat složení a vlastnosti základního souboru

## Typy výběru

### Náhodný výběr

- prostý náhodný výběr
- systematický náhodný výběr
- stratifikovaný náhodný výběr
- vícestupňový náhodný výběr

### Záměrný výběr

- typický výběr
- kvótní výběr
- technika sněhové koule