

## Online dotazování: výhody a nevýhody

Online dotazování (CAWI – Computer Aided Web Interviewing) patří mezi velmi oblíbené metody sběru dat především v marketingovém výzkumu. Umožňuje **získat velké množství dat rychleji, efektivněji** a často i pro respondenty zajímavou formou. Je-li k online dotazování využito správného nástroje, poskytuje tato forma dotazování řadu výhod, především:

- výrazně snižuje časový interval sběru dat,
- eliminuje chyby při sběru dat (filtrování otázek a implementace logických posloupností se odehrává bez toho, aby o tom respondent věděl),
- poskytuje možnost okamžité a průběžné kontroly výsledků a jejich základní analýzy,
- obsahuje možnost *zapojení multimédií* (videa, obrazu, zvuku...),
- *eliminuje finanční náklady* na tisk dotazníků a tazatele atd.,
- umožňuje i vyplnění poměrně dlouhého dotazníku (např. delšího než při telefonickém dotazování), aniž by respondent formulář opustil,
- získaná data lze snadno *exportovat do různých formátů* (.csv, .xls, .sav atd.),
- distribuce dotazníku může probíhat současně několika kanály (zasláním html odkazu, zveřejněním na stránkách atd.),
- snadnou *integraci dotazníku do webových stránek* formou iframe nebo pop-up oken - pro umístění stačí jen jednoduché vložení kódu (embed).

Řada studií potvrzuje, že kvalita dat získaných online je srovnatelná s klasickým dotazníkovým šetřením (pomocí papíru a tužky). Denscombe (2010) dokonce na základě svého výzkumu vyvozuje, že online dotazníky obsahují méně chybějících odpovědí a poskytují kompletnější data než dotazníky papírové. Metoda CAWI **má však i řadu slabých stránek**, se kterými je potřeba počítat:

- výzkumná skupina, kterou jsme schopni oslovit, nemusí být reprezentativní vzhledem k celkové populaci – podle údajů Eurostatu (2009) má pouze 54 % českých domácností přístup k internetu, přičemž obrovský rozdíl v používání internetu existuje mezi různými věkovými skupinami (zatímco ve věkové skupině 12-19 let využíván internet 90 % populace, mezi seniory nad 60 let pouze 14 %),
- obtížná je možnost kontroly identity respondenta,
- míra návratnosti závisí na formě distribuce dotazníku,
- snižuje možnost pokládat komplexní a náročné otázky.

Design a implementace online dotazníků tedy vyžaduje velký důraz na kontrolu rizika nízké návratnosti, reprezentativnosti a výběrové chyby (Vicente, Reis, 2010).

## Zajištění kvality dat a zvyšování návratnosti online dotazníků

Řada výzkumů byla v posledních letech věnována především faktorům ovlivňujícím návratnost online dotazníků. Vicente a Reis (2010) stanovili šest oblastí, které míru **návratnosti online dotazníků ovlivňují**:

- **Obecná struktura dotazníku.** Předchozí výzkumy ukázaly, že existují rozdíly mezi návratnostmi online dotazníků, které jsou rozděleny na několik stran a delších dotazníků, kde musí respondent rolovat stránku. Rozdělení dotazníku do několika stran bez nutnosti rolování zvyšuje míru vyplněných a dokončených dotazníků (Lozar Manfreda, Batagejl a Vehovar, 2002).
- **Délka dotazníku.** Délka dotazníku má vliv především na míru opuštění online formuláře v průběhu jeho vyplňování, dále také na míru výběru odpovědí typu „nevím, nemohu odpovědět“, která stoupá spolu s délkou dotazníku (Deutskens et al, 2004).
- **Sledování pokroku ve vyplňování.** Součástí online dotazníků by mělo být i sledování pokroku ve vyplňování (formou grafického znázornění nebo zprávy Zbývá vyplnit XX % otázek / stran dotazníku atd.). Důležitější než samotný pokrok je ale vnímání tohoto pokroku samotným respondentem (nevidí-li hned zpočátku jasný pokrok ve vyplňování, míra opuštění dotazníku se zvyšuje).
- **Vizuální prezentace.** Množství výzkumů sledovalo i roli vizuální prezentace. Vyšší míra vyplnění online dotazníků je zaznamenána u designově střídmych dotazníků. Oproti tomu vizualizace určitých prvků (např. log, ukázek zboží) může zvyšovat míru odpovědí na konkrétní otázku (Deutskens, et al. 2004).
- **Interaktivita.** Interaktivní dotazník reaguje na respondenta – využívá filtrovacích otázek, změny řazení odpovědí atd. Interaktivita dotazníku ovlivňuje především kvalitu získaných dat.
- **Formát otázek a odpovědí.** Složitější otázky a otevřené otázky zvyšují dle výzkumů míru opuštění dotazníku před jeho kompletním vyplněním (Lozar Manfreda, Vehovar, 2002). Významný rozdíl oproti tomu nebyl nalezen např. mezi odpověďmi formou tlačítek (radio buttons) a výběrem odpovědí (drop down boxes).

### Technické řešení: dostupné nástroje pro online dotazování

Návrh designu dotazníku a možnosti jeho distribuce jsou ovlivněny především zvoleným technickým řešením online dotazníku.

Na nejobecnější úrovni **je třeba zvážit**, zda si online formulář pro dotazování **vytvořit samostatně (např. v rámci svých stránek)**, či **zda využijete některou z existujících online aplikací pro sběr dat.**

S první možností (vlastní tvorba) je spojena výhoda možnosti udělat si dotazník skutečně na míru (včetně např. korporátního designu atd.), na druhou stranu tato varianta sebou nese i náklady na programování nové aplikace. Tato práce navíc může být poměrně náročná,

chceme-li např. využít více druhů otázek. Naprogramovat je třeba také vyhodnocování dotazníku, případně je nutné počítat s náročnou analytickou prací při vyhodnocování.

U druhé varianty se můžete rozhodovat mezi řadou aplikací, které jsou často přístupné i v bezplatné či nepříliš nákladné verzi. Tyto aplikace mají zejména tu výhodu, že umožňují a automatizují základní operace při vyhodnocování dat a práci s daty (např. čištění dat, třídění druhého stupně atd.).

Na následujících řádcích budou představeny některé vybrané české i zahraniční online nástroje pro sběr a administraci online dotazníků včetně jejich srovnání. Aplikace byly testovány v rámci předmětu Metodologie a statistika výzkumu na KISK FF MU.

#### **Survs ([www.survs.com](http://www.survs.com))**

Ideální nástroj zejména pro jednoduché dotazníky. Nevýhody oproti následujícím nástrojům (např. pouze osm druhů otázek, ale víc nebudete většinou potřebovat:) vynahrazuje uživatelská přívětivost a jednoduchost administrace. Dotazník lze lokalizovat do českého jazyka.

*Co Survs nabízí ve free verzi?*

počet otázek na jeden dotazník: 10

počet průzkumů: neomezený

počet odpovědí: 200/dotazník

počet uživatelů s přístupem k dotazníku: 1

#### **SurveyGizmo ([www.surveygizmo.com](http://www.surveygizmo.com))**

Na první pohled velmi komplexním free nástrojem pro administraci online dotazníků – poskytuje velké množství funkcí a podporuje různá uživatelská nastavení. Doporučila bych ho všem, kteří nehledají jen jednoduchý nástroj pro sběr a vyhodnocení dat. Na druhou stranu chcete-li vyvěsit na webu jen *krátkou anketu*, je SurveyGizmo až zbytečně složitý – rychleji a lépe vám poslouží i jednodušší aplikace. Příjemné je propojení SurveyGizmo na Facebook či Twitter, a to i ve free verzi.

*Co Survey Gizmo nabízí ve free verzi?*

počet otázek na jeden dotazník: neomezený

počet průzkumů: neomezený

počet odpovědí: 250/měsíc

počet uživatelů s přístupem k dotazníku: 1

#### **SurveyMonkey ([www.surveymonkey.com](http://www.surveymonkey.com))**

Jedna z nejpoužívanějších aplikací, která umožňuje sběr dat a vyhodnocování i mírně složitějších dotazníků. Stejně jako SurveyGizmo nekládá k dotazníkům žádná komerční sdělení. Samozřejmostí je výběr z několika designů rozhraní, možnost pozvat respondenty k vyplňování emailem, vyplnit dotazník na samostatné stránce či jej vložit jako embed na vaše stránky.

Co SurveyMonkey nabízí ve free verzi?

počet otázek na jeden dotazník: 10

počet průzkumů: neomezený

počet odpovědí: 100/dotazník

počet uživatelů s přístupem k dotazníku: 1

### Polldaddy ([www.poll daddy.com](http://www.poll daddy.com))

Je poměrně robustním nástrojem pro online sběr a analýzu různých druhů anket, hlasování a výzkumů.

### Easyresearch.biz ([www.easyresearch.biz](http://www.easyresearch.biz))

Česká aplikace pro sběr a administraci online dotazníků. Dotazníky jsou interaktivní, aplikace umožňuje používání filtrovacích otázek, uplatnění kvót u skupin respondentů, export dotazníků do PDF a výsledků do PDF a XLS. Automaticky generované výsledky jsou velmi atraktivně zpracovány. Bezplatně je dostupná zkušební verze na 30 dní.

## Srovnání některých vlastností online aplikací pro sběr a administraci dat

	Easy-research	Survs	Survey-Gizmo	Survey-Monkey	Polldaddy
Časové omezení bezplatné verze	30 dní	neomezeně	neomezeně	neomezeně	neomezeně
Počet otázek na jeden dotazník	neomezený	10	neomezený	10	10
Počet průzkumů	100	neomezený	neomezený	neomezený	neomezený
Počet povolených responzí	500	200 / dotazník	250 / měsíc	100 / dotazník	100/měsíc
Export do dalších formátů	ano (.xls)	-	ano	-	-
Filtrovací otázky	ano	-	ano	-	-
Volby vizuálních stylů	ano	ano	ano	-	ano
Nejnižší placený tarif	Cena na vyžádání	19\$/měsíc	19\$/měsíc	19,95\$/měsíc	200\$/rok

## Závěr

Výběr konkrétního nástroje pro online dotazování **záleží na potřebách konkrétní osoby** a zohlednit lze například i to, jak Vám daný nástroj uživatelsky vyhovuje.

Nezapomínejte, že **on-line dotazování sebou nese jak výhody** (snižuje časový interval sběru dat, eliminuje chyby při sběru dat, nabízí možnost okamžité a průběžné kontroly výsledků a jejich základní analýzy či možnost zapojení multimédií) tak **i nevýhody** (obtížná možnost kontroly identity respondenta a omezená možnost pokládat komplexní otázky)