



JAK NA DOTAZNÍKY?

Metodologie
15/11/2013

Tvorba dotazníku

Cíl výzkumu



Výzkumné otázky / hypotézy



Definice proměnných



Tvorba otázek v dotazníku

Rozhodování o dotazníku

- Využít existující nástroj nebo vyvinout vlastní?
- Využít již „cizí“ dotazník nebo vyvinout vlastní?
 - Odborné články, publikace
 - Specializované stránky
(<http://www.lrs.org/usersurveys.php>)
 - [Informace knihovnám v ČR](#)
- Vyhodnocení kvality existujících dotazníků
- Jaké máme zkušenosti?
- Možnost srovnání výsledků

Typy otázek v dotazníku

- Otevřené / uzavřené otázky
- Uzavřené
 - Standardizované odpovědi
 - Vyčerpávající soubor všech možných odpovědí
 - Všechny kategorie (možnosti) musí být výlučné
 - Podrobnější členění lze následně seskupovat (hrubější kategorie)
 - Oboustranně souměrné varianty

Specifické typy otázek

- Dichotomické (ano/ne, muž, žena)
- Likertova škála (metoda měření postojů)

Jak jste spokojen se službami knihovny?

1. velmi nespokojen
2. spíše nespokojen
3. ani spokojen, ani nespokojen
4. spíše spokojen
5. velmi spokojen

Specifické typy otázek

- Seřazení položek

Jaké mají být vlastnosti ideálního knihovníka?

<i>Seřadte položky podle důležitosti</i>	
Rozhodnost	
Moudrost	
Píle	
Uvážlivost	
Mazanost	
Komunikativnost	

Specifické typy otázek

- Baterie otázek

Jak jste spokojen/a s ...	Velmi spokojen/a	Spíše spokojen/a	Ani/ani	Spíše nespokojen/a	Velmi nespokojen/a
Výběrem knih ve volném výběru	1	2	3	4	5
Délkou výpůjční lhůty	1	2	3	4	5
Přístupem personálu knihovny	1	2	3	4	5
Úroveň toalet	1	2	3	4	5

Specifické typy otázek

- **Filtrační otázky**

Chodíte do knihovny?

1. *Ano*
2. *Ne (přejděte na ot. 15)*

- **Polouzavřené otázky**

Jakou knihu používáte nejvíce pro studium metodologie?


1. *Reichela*
2. *Dismana*
3. *Powella*
4. *Jiné (upřesněte) ...*

Specifické typy otázek

- **Volba postoje**

Někteří knihovníci si myslí, že fond by se měl především přizpůsobit požadavkům čtenářů. Jiní si myslí, že knihovna by měla aktivně nabízet čtenářům knihy, které ani nemusí znát. Kterému názoru dáváte přednost?

- Knihovna by se měla přizpůsobit
- Knihovna by měla sama budovat fond
- Nemohu vybrat



Než začnete
pracovat na
dotazníku...

Na co myslet nejprve...

- Víme, co chceme dotazníkem zjistit?
- Víme, koho se chceme ptát?
- Jak budeme dotazník distribuovat?

A photograph of a person standing on a cobblestone street. The person is wearing dark pants and dark shoes. To their right is a red umbrella with white polka dots and a white lace trim. The street has white painted markings, possibly for a pedestrian crossing. In the background, another person's feet in sneakers are visible. A teal graphic with white text is overlaid on the bottom left.

Promyslete, co
potřebujete
vědět

Jak se ptát
(a neptat)?



Používejte
jednoduchý jazyk

Špatně:

(povinná otázka)

3. V rámci OP VK jsou realizovány projekty, jejichž globálním cílem je rozvoj vzdělanostní společnosti za účelem posílení konkurenceschopnosti ČR. Je několik variant struktur institucí, přes které finanční prostředky ke konečným realizátorům projektů putují. U největších projektů (měřeno objemem finančních prostředků), tzv. Individuálních projektů národních, vystupuje Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy (řízení, kontrola, administrace) a koneční realizátoři projektu (realizace, administrace). Kolik % přiznaných peněžních prostředků na projekt podle Vás v tomto případě putuje na administraci projektu (myšleno mzdové výdaje, ne výdaje na kancelářské potřeby; administrativním pracovníkem minimálně manažery, koordinátory, účetní, správce sítě, aj. zbytek mzdových výdajů pak půjde na garanty, lektory, specialisty, kteří realizují vlastní vzdělávací aktivity)?

- max. 5%
- 5 – 10%
- 11 – 15%
- 16 – 20%
- 21 – 25%
- 26 – 30%
- 31 – 35%
- 36 – 40%
- 41 – 45%
- 46 – 50%
- min. 51%



Ptejte se
jednoznačně

Špatně:

Jak často chodíte do divadla?

velmi často

spíše často

někdy

málokdy

nikdy

Jasně časové
a místní
rámce



Ptejte se na
přímé zážitky



Špatně:

Co byste dělal, kdyby jste se stal účastníkem nehody?

Pokládejte jen
jednu otázku



Špatně:

Chodíte někdy na squash či na
tenis?

ano

ne

YOU ARE

25

DO SOMETHING
ABOUT IT.

Nepokládejte
návodné otázky



Špatně:

(povinná otázka)

8. Kreativní a marketingový tým Creomark ze společnosti PULARY, s.r.o. představuje naprosto nový, ojedinělý, dynamický, efektivní a atraktivní elektornický katalog E-BROCHURE. E-BROCHURE je vhodným prezentačním nástrojem pro oslovení zákazníků, zaměstnanců, zároveň může sloužit jako propagační materiál na výstavy a veletrhy, při komunikaci s veřejností apod. Využil (a) byste tuto novinku?

- určitě ano
- spíše ano
- nejsem si jist (a)
- spíše ne
- určitě ne



Vyčerpejte
všechny
možnosti!

Pokud si nejste jistí, připojte

nevím

nebo

jiné, upřesněte: _____

Upřesněte,
kolik
odpovědí



Seskupujte
otázky. Dejte
tomu příběh.

*Děkujeme za předešlé odpovědi. Teď
bychom rádi věděli něco o vás...*

Nasadte
konverzační
tón

1. HODNOCENÍ UPLATNĚNÍ

2. HODNOCENÍ AKTIVIT

EXKURZE	///
STÁŽE	///

3. ABSOLVOVÁNÍ STÁŽE FIND

NE

11./4. PLÁNUJETE JEŠTĚ STÁŽ ?

NE

12./5. DŮVOD

13./6. NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ

12./5. MÁTE DOST INFO?

6. V JAKÉ OBLASTI?

7. NA JAKÉ POZICI

8. ZAHRAŇOVÁNÍ STÁŽ

IDENTIFIKAČNÍ OT.

DĚKUJEME

WWW.PROJECTFIND.CZ

Používejte filtrační otázky

PROJEKT FIND

ANO

4. JAKÉ OTÁZKY?

5. INOVACIÁNY

6. DODATEL INFO?

7. HODNOCENÍ PŘÍPRAVY

8. SPOKOVENOST SE STÁŽENÍ

CELKOVÁ	///
ORSTH	///
ORGANIZACE	///

9. HODNOCENÍ PŘÍNOM

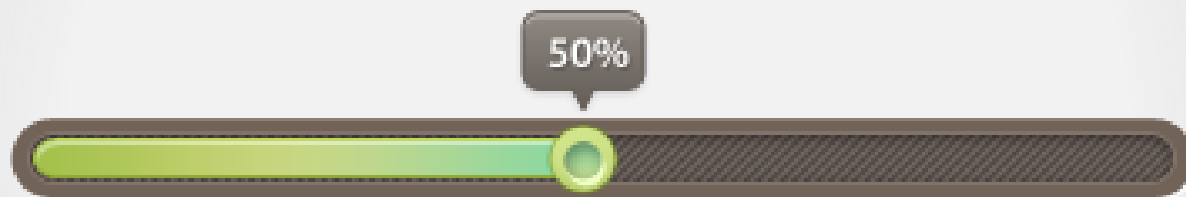
10. NÁPADOV NA INOVACE

11. PLÁNUJETE STÁŽ JEŠTĚ DO DUBNA? ANO NE


8. Používáte mobilní telefon k hraní her?

[ANO] → jdi na ot. 9

[NE] → jdi na ot. 10



Používejte
progress bar



Na začátek pár
jednoduchých
otázek...

pet peeves

foibles

Will

Love

Words that
rhyme with
"herring"

Reason

Složitější otázky
doprostřed

Citlivější otázky
nakonec



*** Přístup „přihodilo se to“:**

Stalo se vám někdy, že jste zabil svou manželku?

*** Přístup „číslované karty“:**

Přečetl byste mi prosím číslo karty, odpovídající tomu, co se stalo s vaší manželkou?

*** Přístup „všichni to dělají“:**

Je známo, že dneska řada mužů zabíjí svoje manželky. Stalo se vám, že jste zabil tu svoji?

*** Přístup „ostatní lidé“:**

Znáte někoho, kdo zabil svou manželku? ... A co vy?

Sociodemografie a kontakty úplně poslední




A photograph of a brick wall with a white sign that has the words "LOOK BACK" written in large, bold, black, sans-serif capital letters. The sign is slightly weathered and has some fraying at the edges. The bricks are a mix of reddish-brown and orange tones.

LOOK
BACK

Zbavte se
přebytečných
otázek

A ještě pár tipů

- Stránkování vs. rolování
- Radio buttons vs. drop-down boxes
- Vizuální prezentace, multimédia, fotografie...
- Středová kategorie?
- Povinné vs. nepovinné otázky?
- Délka dotazníku (pravidlo 10 otázek)?



Kolik dotazníků
potřebuji
sesbírat?

Reprezentativní výběry

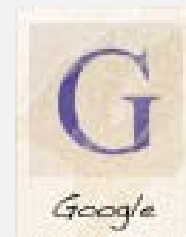
Velikost populace	Velikost vzorku (pravděpodobnostní výběry)
Do 100 jednotek	80 %
Do 1000 jednotek	40 %
Do 10 000 jednotek	7,5 %
Do 100 000 jednotek	1,5 %
Do 1 000 000 jednotek	0,25 %
Do 10 000 000 jednotek	0,045 %

Kde „nakoupit“ respondenty?

- Chcete reprezentativní výzkum?
 - CINT (www.surveio.com/cs/marketingovy-pruzkum-trhu)
 - Online panely
 - Omnibusy

Distribuce vlastními silami

- Databáze kontaktů – direct mailing (SurveyMonkey + MailChimp = <3)
- Twitter, Facebook, PPC, ...
- 5 fází oslovení
- Personalizace



Návratnost dotazníku

Míra odpovědí

=

Počet vrácených

Počet ve vzorku – (Nežádoucí + Nedostupné)

x100

Návratnost online (river sampling)

Míra odpovědí

=

$$\frac{\text{Počet vyplněných}}{\text{Počet otevření} - (\text{Nežádoucí} + \text{Nedostupné})}$$

x100



Voucher pro KISK

survio-kisk-gold-2012-jsnxUh3sj

Výhody online dotazníků

1. Široký zásah v krátkém čase
2. Okamžitá a průběžná kontrola výsledků včetně základní analýzy
3. Poměrně nízké náklady na sběr dat
4. Distribuce různými kanály
5. Snadná integrace dotazníků do webu/mailu atd.

Nevýhody online dotazníků

- Výzkumná skupina, kterou jsme schopni oslovit, nemusí být reprezentativní vzhledem k celkové populaci registrovaných čtenářů,
- Obtížná možnost kontroly identity respondenta,
- Míra návratnosti závisí na formě distribuce dotazníku.

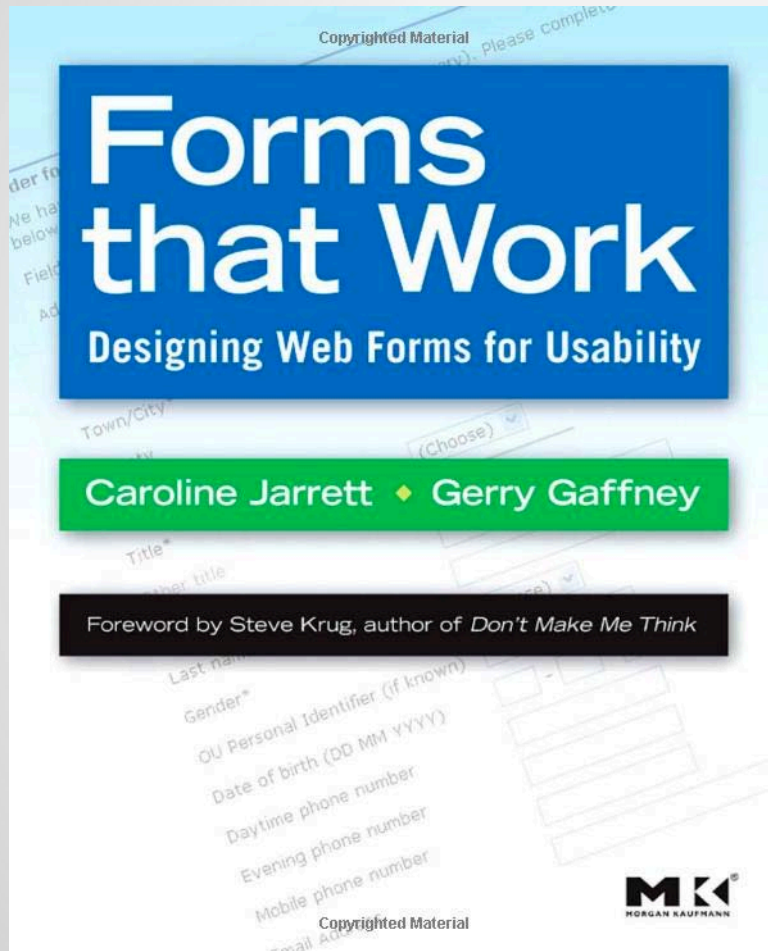
Než
rozešlete,
OTESTUJTE!



Co s daty?

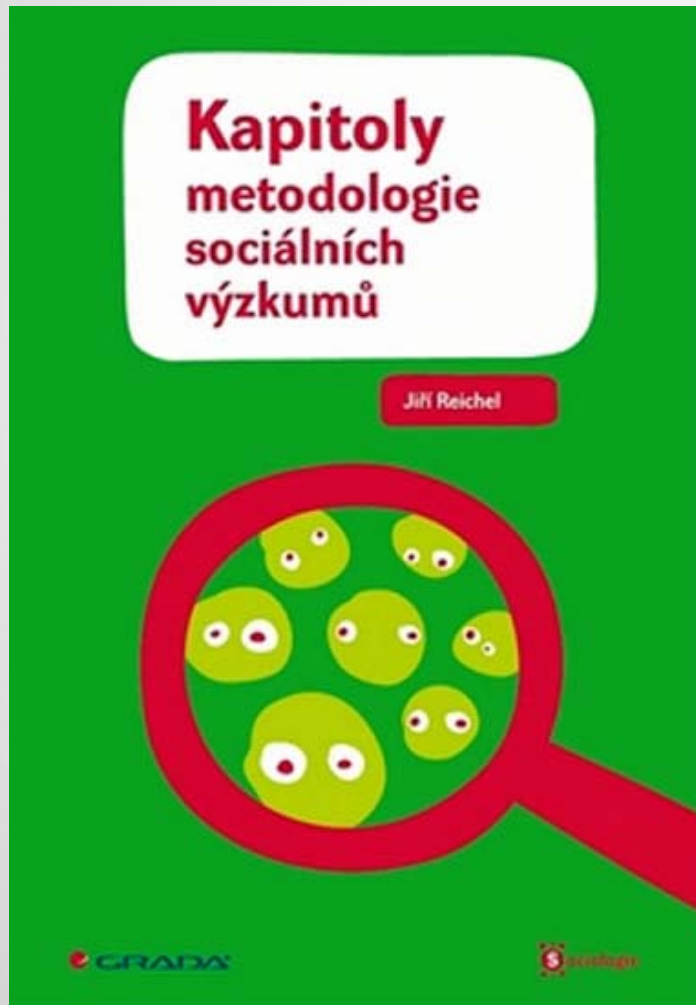
- Vyčistit
- Prozkoumat
- Segmentovat

Co si přečíst?



Forms that Work
Caroline Jarrett,
Gerry Gaffney

Co si přečíst?



Kapitoly
metodologie
sociálních výzkumů
Jiří Reichel

Domácí úkol

- **Téma: Jak využíváme e-knihy?**
- Stručný popis: KISK získal grant na výzkum elektronického čtení v ČR. Cílem je realizovat reprezentativní šetření mezi populací ČR 18+.
- Administrace: tazatelská síť, F2F rozhovory

Domácí úkol

- Cíl: Chceme zjistit odpovědi na následující otázky:
 - Jak lidé obecně využívají elektronické knihy?
 - Preferují lidé e-knihy nebo tradiční knihy?
 - Pokud lidé e-knihy využívají, na jakých přístrojích je čtou?
 - Kde e-knihy získávají?
 - Jaké jsou preferované formáty e-knih?
 - a další ...

Domácí úkol

- Dále chceme vědět, jaké faktory čtení e-knih ovlivňují.
 - Je ovlivněno čtení e-knih věkem?
 - Je ovlivněno čtení e-knih pohlavím?
 - Je ovlivněno čtení e-knih vzděláním?

Domácí úkol

- Výstup: Návrh dotazníku – 10 otázek
- Použijte online službu na tvorbu dotazníků (Survio, SurveyMonkey, Polldaddy, SurveyGizmo, Easyresearch, Survs, Click4Survey, Vyplňto.cz, Wufoo ...), do ISu do odevzdávacího vložte link na hotový dotazník