

Dotazník

Konštrukcia, formulácia a
typy otázok

Osnova

- Charakteristika dotazníka
- Konštrukcia dotazníka
- Formulácia otázok
- Vyhodnocovanie

Dotazník patrí medzi jednu z najčastejšie používaných metód vo výskume. Používa sa v spoločenských vedách na hromadné a rýchle zisťovanie faktov, názorov, postojov, preferencií, hodnôt, motívov, potrieb, záujmov a i.

Dotazník môžete použiť na vedecké účely ako:

- hlavnú metódu,
- pomocnú, doplňujúcu metódu,
- exploračnú metódu na oboznámenie sa s novým terénom.

Výhody a nevýhody používania dotazníka:

Výhody	Nevýhody
<ul style="list-style-type: none">■ Ekonomická metóda – veľa respondentov za krátky čas.■ Anonymita respondenta.■ Dotazník možno posielat', výskumník nemusí byť prítomný.■ V porovnaní s interview čas na premyslenie odpovedí.■ Ľahké vyhodnotenie najmä uzatvorených položiek.	<ul style="list-style-type: none">■ Hrozba nižšej návratnosti, hlavne pri dotazníkoch bez osobnej účasti výskumníka.■ Chýba kontrola, či dotazník vyplnil oslovený respondent.■ Ak respondent nerozumie otázke, nemá sa koho opýtať (pri zasielaných dotazníkoch).■ Žiadna flexibilita - otázky sú dané vopred.■ Obmedzená možnosť odpovedí pri zatvorených položkách.

Konštrukcia celého dotazníka

■ Dĺžka dotazníka

- nie je presne určená, ale nemala by presahovať dĺžku 30-40 minút
- závisí na použitom type dotazovania, mieste a dobe dotazovania

• Psychologické hľadisko

- napríklad pri dotazníku s 30 otázkami používať zložené listy formátu A4 (respondentovi dotazník pripadá kratší a taktiež sympatickejší)

Štruktúrovaný dotazník

- pevná logická štruktúra, ktorá sa musí dodržať
- využíva predovšetkým otázky s uzavretým počtom variant odpovedí
- výhody:
 1. rýchlosť snímania
 2. jednoduché zaznamenávanie odpovedí
 3. ľahké spracovanie
- nevýhody: *zniženie informačnej hodnoty*

Pološtruktúrovaný dotazník

- využíva aj polouzavreté alebo otvorené otázky
- možnosť zistiť viac individuálnych rozdielov
- respondent sa voľne vyjadruje a používa vlastný slovník

Pilotáž

- dôležitosť dotazníka

určený pre desiatky či stovky ľudí

- minimalizovanie rizika

- testovanie zrozumiteľnosti a jednoznačnosti
na malej vzorke respondentov

majú nezaujatý pohľad, nie sú vtiahnutí do problematiky

Predtým, ako budete realizovať samotný výskum, je potrebné urobiť **pilotné odskúšanie dotazníka**. Potrebujete na to 4-5 respondentov, ktorí by mali po vyplnení dotazníka odpovedať na tieto otázky:

- sú pokyny na odpovedanie zrozumiteľné?
- sú otázky jazykovo správne formulované?
- sú otázky ľahko pochopiteľné?
- sú niektoré otázky nadbytočné?
- sú položky logicky usporiadané?
- je dotazník dostatočne motivujúci?

Na základe týchto odpovedí dotazník upravíte.

Úvod dotazníka

- názov dotazníka

- stačí jednoducho napísať „Dotazník“ alebo „Dotazník + téma výskumu“

vysvetliť výber respondentov

- prislúbiť anonymitu, nezneužitie údajov
 - špecifikovať ako má dotazník vyplňovať
 - zdôrazniť naliehavosť rýchlej odpovedi
 - poďakovať za spoluprácu
 - podpísať sa

Úvod dotazníku

Příklad:

Vážení respondenti,

obracím se na Vás se žádostí o účast na výzkumu, který je součástí zpracování diplomové práce v oboru Sociální práce s poradenským zaměřením na Filozofické fakultě Ostravské univerzity v Ostravě v ak.r. 2011/2012.

Diplomová práce je zaměřena na zkoumání a analýzu úrovně emoční inteligence u zdravotnických pracovníků ve vztahu k osobní pohodě.

Tento dotazník je složen ze čtyř částí. Prosím Vás, aby jste zodpověděl/a všechny otázky. Vyplnění dotazníku Vám zabere asi 30 minut. Vaše odpovědi zaznamenejte zapsáním křížku u možnosti, která Vás nejlépe vystihuje.

Dotazník je anonymní a s veškerými informacemi bude zacházeno v souladu s platnými etickými principy.

Děkuji za Vaši trpělivost a ochotu spolupracovat.

jméno, kontakt

A) Vstupné informácie

- Sú mimoriadne dôležité hlavne pri dotazníkoch zasielaných poštou a elektronicky, t. j. bez osobnej administrácie výskumníkom. Tejto časti sa často venuje málo pozornosti, hoci výrazne vplýva na ochotu respondentov vyplniť dotazník, a tým má veľký vplyv aj na návratnosť.

■ Úvod

Úvod má byť krátky, prehľadný a výstižný. V úvode je potrebné zdôrazniť tri dôležité aspekty:

- dôležitosť výskumu,
- potreba informácií od respondenta,
- garantovanie anonymity respondenta (pri anonymných dotazníkoch).

Inštrukcie

Obsahujú jasné vysvetlenie toho, ako majú respondenti odpovedať, t.j. zakrúžkovať, označiť krížikom, podčiarknuť, napísať odpoveď a. i. Niekedy sa odporúča uviesť ilustratívny príklad spôsobu odpovedí. Odporúča sa uviesť, že nie sú dobré a zlé odpovede, ale každá odpoveď je správna.

Dotazník obsahuje rôzne typy otázok. Pri väčšine z nich odpovedzte označením vybranej možnosti krížikom:

- áno
- nie
- neviem
- Ak nie je uvedené inak, vyberte len jednu možnosť. Pri otvorených položkách máte možnosť vyjadriť svoj vlastný názor.

(B) Prostredná časť

■ Prostrednú časť dotazníka tvoria položky. **Položka** je súhrnný názov pre všetky typy podnetov dotazníka, teda otázok, výrokov a škál.

(C) Záverečná časť

- Záver dotazníka je stručný a mal by obsahovať:
- poďakovanie respondentovi za jeho čas a námahu,
- priestor na okomentovanie a poznámky respondenta k dotazníku.

Za čas, ktorý ste venovali vyplneniu dotazníka a za vaše úprimné odpovede vám ešte raz ďakujeme. Prosíme vás, skontrolujte, či ste odpovedali na všetky otázky.

Priestor na váš komentár:

.....
.....
.....
.....

Otázky z hľadiska funkcie rozlišujeme:

- Úvodné otázky

funkciou je nadviazanie kontaktu, predstavenie výskumu, vysvetlenie účelu, vzbudenie dôvery a záujmu dotazovaného

- Vecné, meritorné otázky

týkajú sa predmetu šetrenia, sú jadrom celého dotazovania

- Filtračné otázky

umožňujú logickú stavbu dotazníku, t.j. aby respondenti, ktorí odpovedajú určitým spôsobom na jednu otázku, nemuseli odpovedať na ďalšiu otázku, ktorá sa ich netýka

Otázky z hľadiska funkcie rozlišujeme:

- Filtračné otázky – príklad

1. Máte prístup k internetu?

Áno Nie

(ak ste odpovedali nie, vynechajte otázku č. 2 a prejdite na otázku č. 3)

2. Ako dlho už máte tento prístup?

asi rokov, mesiacov, dni

Otázky z hľadiska funkcie rozlišujeme:

Identifikačné otázky

Otázky charakterizujú respondenta, slúžia pri spracovaní výskumu k vyjadreniu hľadaných súvislostí medzi jednotlivými znakmi:

- veľkosť domácností
- počet detí
- región
- počet zamestnancov
- charakter činnosti, ktorou sa zaoberá

■ Priame otázky

Respondent vie, že svojím obsahom sú orientované na získavanie informácii o ňom samom.

■ Nepriame otázky

Respondent vie, že svojím obsahom sú orientované na získavanie informácii o niekom inom , pričom ich skutočným cieľom je získať poznatky práve o ňom.

Projekčné otázky

Test nedokončených viet

A) Uzavreté položky

Ponúkajú vopred stanovené alternatívy odpovedí.

Poznáme niekoľko typov ponúkaných odpovedí:

Forma	Príklad
Dichotomická ponuka	So svojím zamestnaním som spokojný. <ul style="list-style-type: none">■ áno■ Nie
Jednoduchý výber	Čo považujete za najdôležitejšie vo vašom povolání? Označte len jednu možnosť. <ul style="list-style-type: none">■ finančné ohodnotenie■ pracovnú dobu■ pocit uspokojenia z práce■ pracovné prostredie a klímu
Viacnásobný výber	Ako tráviš najčastejšie voľný čas? Môžeš označiť najviac 3 možnosti. <ul style="list-style-type: none">■ pozerám TV■ hrám sa na PC■ športujem■ stretávam sa s priateľmi■ Čítam
Poradové hierarchie	Usporiadajte nasledovné hodnoty podľa ich dôležitosti pre váš život: <ul style="list-style-type: none">■ ___ priateľstvo■ ___ financie■ ___ zdravie■ ___ láska

(B) Otvorené položky

■ Pri tomto type položiek respondenti nevolia odpoveď z ponúkaných alternatív, ale môžu voľne odpovedať. Výhodou je, že sa môžu objaviť nové pohľady na skúmanú problematiku. Otvorené položky nepoužívajte pri veľkom počte respondentov, pretože množstvo voľných odpovedí sa práčne vyhodnocuje.

■ S akými stresovými situáciami sa stretávate pri výkone vášho povolania?

.....
.....

■ Otvorené položky sa používajú v pilotáži pri konštrukcii dotazníka. Ak ich použijete v pilotnej sonde, môžete získané odpovede transformovať do zatvorených položiek v definitívnej verzii dotazníka.

(C) Polouzavreté položky

■ Predstavujú kombináciu uzavretej a otvorenej položky. Ponúkajú možnosť voľby odpovede, pričom sa ponúka aj výber s otvoreným zakončením. Na rozdiel od zatvorených položiek tu môže respondent buď zvoliť niektorú z ponúkaných alternatív, alebo dopísať vlastnú odpoveď. Od otvorenej položky sa líšia tým, že odpoveďou je väčšinou len jedno alebo niekoľko slov.

Ako ťa rodičia najčastejšie odmeňujú?

- pochvalou
- materiálnym darom
- financiami
- sľúbením niečoho
- inak (uved' konkrétne):

Škály

- prevedenie nemerateľných znakov na merateľné
- meranie nástrojov a postojov respondenta
- vyjadrenie postoja
 - respondentovi to niekedy robí ťažkosť, preto prostredníctvom škál mu dávame možnosť pohybovať sa iba v určitých intervaloch (stupnica, určitý počet bodov)
- určenie počtu kategórii (postojov)
 - nie je pevne dané, najvhodnejšie je rozmedzie 5 – 7 kategórii
 - ak sú kratšie, respondent nemusí pochopiť jemnejšie rozdiely vo vyznačených postojoch

Škály

■ vyváženost' škály

- mala by byt vyvážená v oboch smeroch, t.j. ponúkať rovnaký počet pozitívnych ako aj negatívnych kategórii
- pri kategórii s nepárnym počtom predstavuje prostredná kategória **neutrálno pozíciu** (neutrálna odpoveď)
- pri kategórii s párnym počtom sa neutrálna pozícia neuvádza (respondent je nútení vyjadriť nejaký postoj),
riziko, že respondent tak bude mať názor na niečo, k čomu nemá žiadny vzťah

Likertova škála

škála souhlasu

Příklad: při výzkumu image prodejny

	silně souhlasím	souhlasím	nemám názor	nesouhlasím	silně nesouhlasím
1. Prodejna vede bohatý sortiment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Nabízené zboží je kvalitní	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Zboží je přehled- ně umístěno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Prodavači jsou neochotní	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sémantický diferenciál

Produkt je:

	-2	-1	0	+1	+2	
Ošklivý						Hezký
K ničemu						Praktický
Staromódní						Moderní
Všední						Prestižní

Pri tvorbe otázok v dotazníku je nutné dbať:

- akú funkciu daná otázka v dotazníku má
- akým spôsobom ju položiť, aby odpoveď na ňu priniesla presne tú informáciu, ktorú potrebujem

Pri tvorbe otázok v dotazníku je nutné dbať:

- Zrozumiteľnosť použitej otázky
- Schopnosť a ochota pýtaného odpovedať na otázku

POZOR!

Zle formulovaná otázka je jedným z hlavných zdrojov nepresných alebo inak chybných odpovedí

Požiadavky na položky

Položky majú byť krátke

Čím dlhšiu a zložitejšiu položku vytvoríte, tým skôr je možné, že ju respondent nepochopí a odpovie nevhodne.

■ Negatívny príklad:

V čom vidíte pozitívne a negatívne stránky e-learningového vzdelávania, ktoré sa v súčasnosti realizuje v mnohých vzdelávacích inštitúciách a podnikoch, z hľadiska rozvoja najrôznejších stránok osobnosti?

Položky majú byť jednoznačné

- Položky formulujte tak, aby respondenti jednoznačne vedeli, na čo sa pýtate.
- Negatívny príklad
Koľko percent vášho času trávite čítaním literatúry?

Táto otázka je veľmi nepresná, nie je jednoznačne určené, o akú literatúru ide, miesta čítania (doma, na pracovisku), druh literatúry a pod.

Pri konštrukcii dotazníka dbajte na to, že aj malé jazykové nuansy môžu posunúť odpovede. V dotazníku by ste nemali používať výrazy často, obyčajne, niektorí ľudia, v poslednom čase, v blízkej budúcnosti, skôr, neskôr a pod. Tieto a podobné výrazy nie sú jednoznačne vymedzené a respondenti ich môžu interpretovať veľmi subjektívne.

V jednej položke sa pýtajte len na jednu vec

V položke sa nepýtajte na dve rôzne veci. V takomto prípade bude odpoveď rovnako nepresná ako vaša otázka. Typickým znakom zdvojených otázok je spojka "a", ktorá naznačuje, že spájate dve veci.

- Domnievate sa , že cholesterol a fajčenie spôsobuje kardiovaskulárne ochorenia?
- Súhlasia rodičia s Vaším postojom k zdraviu?
- Užívate pravidelne vitamíny, aby ste neochoreli

Kladná a záporná forma otázky

Prečítajte si otázku a zakrúžkujte odpoveď,
ktorá najlepšie vyjadruje Váš názor.

Nebojíte sa smrti? áno nie

Bojíte sa smrti? áno nie

- **Neklad' te sugestívne otázky**

Položky dotazníka nesmú naznačovať, ktorá odpoveď je správna alebo preferovaná.

Väčšina obyvateľov považuje zdravie za základnú hodnotu. Súhlasíte s tým?

áno nie

- **Na citlivé témy sa radšej pýtajte nepriamo**

Citlivé témy sa týkajú napríklad príjmov, sexuality a pod.

- V súčasnosti sa čoraz častejšie realizuje výskum prostredníctvom elektronických dotazníkov.

Odporúčania pre konštrukciu elektronických dotazníkov:

- Pri tvorbe elektronického dotazníka si dobre premyslite technické detaily. Do úvahy treba brať aj internetovú zručnosť respondentov. Spôsob označovania odpovedí formulujte čo najjednoduchšie a zrozumiteľne. Podobne ako pri klasickom dotazníku aj tu je nevyhnutné podporovať pozornosť a motiváciu respondentov. Preto je veľmi dôležitá grafická realizácia dotazníka.

Validita odpovedí dotazníka

- Na validitu dotazníka môžu negatívne vplývať rôzne faktory. Často nezáleží len od znenia položky, ale aj od samotných respondentov. Niektorí ľudia odpovedajú presne a pravdivo, iní pristupujú k odpovediam voľnejšie, "prifarbuju" odpovede. S týmto je potrebné rátať najmä pri neanonymných dotazníkoch. Anonymné dotazníky obyčajne prinášajú pravdivejšie odpovede než neanonymné.

L-otázky

- Na zistenie kontroly úprimnosti respondenta sa používajú lži-otázky. Sú zamerané na správanie, ktoré síce nezodpovedá spoločenskej norme, ale ľudia sa ho predsa dopúšťajú. Výskumník vsadí do dotazníka niekoľko takýchto otázok, zamieša ich medzi ostatné. Keď respondent na väčšinu L-otázok odpovie proti očakávaniu, je možné predpokladať, že ani pri ostatných otázkach nie je možné počítať s hodnovernosťou jeho odpovedí. Takýchto respondentov je potom možné z výskumného súboru vyradiť.

Boli ste už niekedy nahnevaný?

- Dá sa predpokladať, že každý z nás už bol niekedy nahnevaný. Preto, ak respondent odpovie záporne, môže sa usudzovať, že neodpovedal úprimne ani na ostatné otázky.

Dodrżanie zásad

■ koncentrovanosť klesá

- na koniec dotazníka nemôžeme zaradiť otázky náročné alebo dôležité (spravidla bývajú v strednej časti)

- môžeme zaradiť otázky, ktoré môžu vyvolať negatívny postoj (pocit respondentu, že musí dokončiť začatú prácu – odpovedanie na otázky intímneho charakteru)

■ dodrżanie celistvosti

- na koniec dotazníka môžeme zaradiť aj otázky, ktoré nie sú vyhodnocované

(z psychologického hľadiska plní úcel ako ukončenie tematiky)

Dodržanie zásad

■ poďakovanie

- v závere poďakovanie respondentovi za prejavené úsilie a venovaný čas pri zodpovedaní otázok

■ kontrola dotazovaných

- vyhradenie priestoru pre zaznamenanie kontaktných údajov respondenta

Vyhodnocovanie

- V dotazníku sa vyhodnocuje každá položka samostatne. Pri uzatvorených položkách sa obyčajne vyhodnocuje frekvencia odpovedí na každú z ponúkaných volieb pre celý výskumný súbor. Frekvencia sa vyjadrí v relatívnom počte, teda v percentách.
- Pri otvorených položkách je potrebné jednotlivé odpovede kategorizovať – položka sa vlastne pri vyhodnocovaní uzatvorí. Zastúpenie jednotlivých kategórií odpovedí sa vyhodnotí percentuálne. Podobne je to aj s polouzatvorenými položkami.

Použitá literatura

- Richterová K. a kol. 2006. Marketingový výskum. Bratislava : EKONÓM, 2006. ISBN 80-225-2064-0.
- Kozel R. a kol. 2006. Moderní marketingový výskum. Praha : GRADA, 2006. ISBN 80-247-0966-1