**DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ – PROČ A JAK?**

***Proč je vhodné využívat dotazníkové šetření?***

* Umožňuje pomocí vhodně zvoleného vzorku reprezentativně zachytit názory širokého okruhu osob.
* Respondent je ochotnější uvěřit v anonymitu výzkumu.
* Je to rychlá metoda.
* Dotazníkové šetření je ekonomicky výhodné (což nemusí platit při nízké návratnosti, kdy průměrné náklady na dotazník rostou).

***Možné způsoby dotazování:***

* *písemné dotazování* – nejběžnější forma dotazníkového šetření, které je jednoduchá a může být zcela anonymní. Je důležité dbát na opatření vedoucí k návratnosti dotazníků.
* *osobní dotazování* – účelný nástroj šetření, kde je větší potenciál zjištění potřebných informací.
* *telefonické dotazování* – spojuje výhodu osobního dotazování, ale vyžaduje delší přípravu (shromáždění telefonních dat atd.).
* *elektronické dotazování* – je možné využít veřejně přístupných elektronických formulářů. Výhodou je zpracování výsledků, jednoduchá manipulace, oslovení skupin se vztahem k výpočetní technice.

***Pro zajištění vyšší návratnosti je zásadní:***

* přiměřená délka dotazníku (nadměrná snižuje návratnost; s rostoucím počtem otázek klesá respondentova chuť odpovídat),
* přesně formulované, jednoduché otázky,
* otestování dotazníků předem (pomůže vyloučit nesrozumitelné a špatně položené otázky),
* dobře napsaný průvodní dopis (zbaví respondenta obav a motivuje ho k vyplnění; informace o účelu šetření, způsobu využití výsledků, délce vyplňování),
* poslat upomínací dopis,
* zpestření dotazníku (ilustrace, změna formy otázek, anekdotické otázky, graficky příjemné prostředí, apod.),
* případně odměna za vyplnění.

***Průvodní dopis má obsahovat tyto informace:***

* účel výzkumu,
* označení instituce/skupiny, která provádí a financuje výzkum,
* popis způsobu výběru respondenta,
* výzva ke spolupráci,
* přislíbení důvěrného zacházení s osobními údaji, pokud je to potřeba,
* pokyny, jak vyplnit dotazník,
* pokud je to možné, připojíme dotaz, zda chce respondent, aby mu byly zaslány výsledky výzkumu.

***Typy otázek v dotazníku:***

* *uzavřené* – respondent volí jednu z nabízených odpovědí,
* *polouzavřené* – respondent volí jednu z nabízených odpovědí, v případě, že se ani jedna nehodí, má možnost dopsat vlastní,
* *otevřené* – respondent formuluje vlastní odpověď,
* *filtry* – zvláštní druh otázek, který dělí respondenty na ty, kteří budou odpovídat na další skupinu otázek, a ty, kteří na ni nebudou odpovídat, nebo budou odpovídat na jinou skupinu otázek.

***Jak dotazník uspořádat:***

* první otázky jednodušší, neosobní (snaha zaujmout respondenta a podnítit ho ke spolupráci),
* ve střední části relativně méně zajímavé otázky,
* v závěrečné části citlivější otázky, otázky osobního charakteru a otevřené otázky.

***Jak šetření vyhodnotit:***

* na úvod uvést, kolik respondentů bylo osloveno a kolik vyplnilo dotazník,
* absolutní počty a relativní podíly (%) odpovědí na jednotlivé otázky (relativní podíly je vhodné počítat z celkového počtu respondentů, nebo z počtu respondentů, kteří odpověděli na danou otázku),
* případně lze vytvořit kontingenční tabulky pro provázání odpovědí na různé otázky,
* vyhodnocením dotazníku potvrdit či vyvrátit předem stanovenou hypotézu.