

# **Praktikum marketingového výzkumu**

# Petr Pakosta

- **Dříve:**
  - **Tambor** (statistika ve výzkumu trhu)
  - **OgilvyOne** (marketingové analýzy pro reklamní agenturu)
- **Nyní:**
  - 2006> **Fakulta sociálních studií MU** Brno (populační studia, výzkum veřejného mínění, metodologie)
  - **SurveySimply.cz** (online výzkum)
- Kontakt: [pakosta@fss.muni.cz](mailto:pakosta@fss.muni.cz)

# Formální požadavky

- Dílčí úkoly z každého semináře
- Závěrečná prezentace

# Základní úlohy výzkumu trhu

## 1) Zmapování trhu

- U&A (usage & attitude)
- Segmentace

## 2) Test výrobků, služeb

- Test konceptu
- Pre-test
- Post-test
- Cenový test

# Základní úlohy výzkumu trhu

## 3) Komunikace a reklama

- Test konceptu
- Pre-test
- Post-test
- Sledování úspěšnosti reklamy (monitoring reklamy)
- Umístění značky na trhu

# Základní úlohy výzkumu trhu

## 4) Spokojenostní studie

- Spokojenost zákazníků
- Spokojenost zaměstnanců
- Spokojenost distribučního řetězce

## 5) Výzkumy zaměřené na spotřební chování

- Spotřební deníky
- Peoplemetry
- „Media“ projekty

# Nejčastější obory

- FMCG (Fast Moving Consumer Goods)
- Bankovníctví
- Telekomunikace
- Automobilový průmysl
- Maloobchod
- Média
- B2B výzkumy (Business to Business)

# Úvodem: trochu skepse



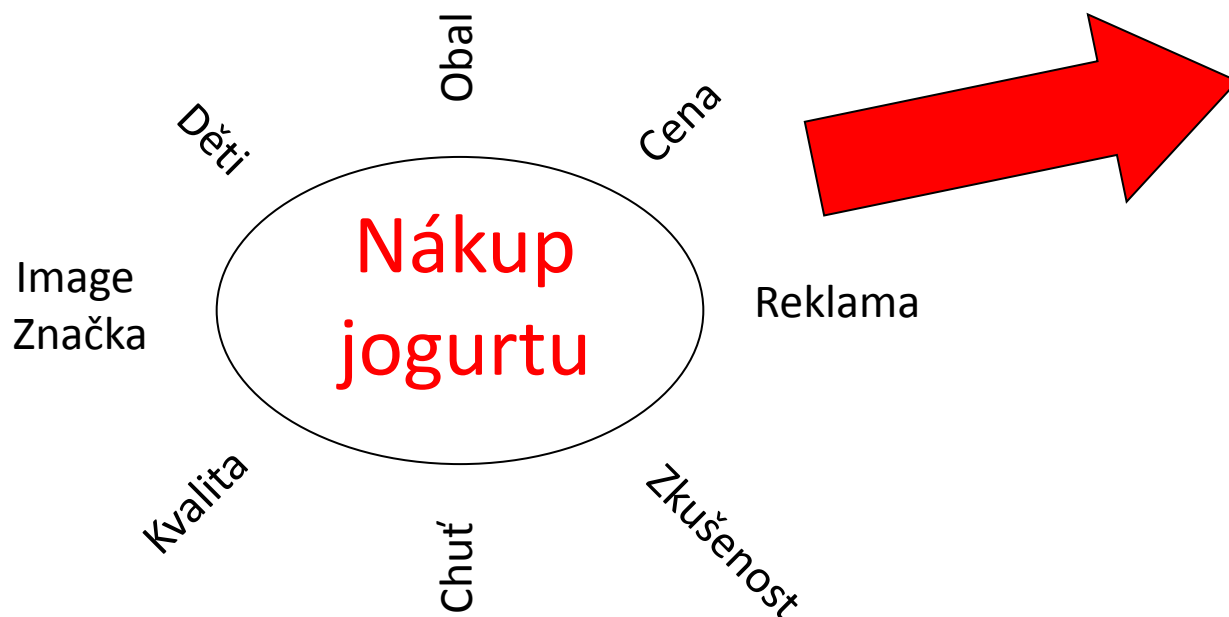
# Omezení kvantitativního výzkumu

- Komplexnost problémů
- Redukce informací
- Výzkum děláme pro lidi, na lidech a s lidmi
- Nemožnost některé problémy kvantifikovat

# Nakupování je komplexní činnost

**Největší omezení spočívá v komplexnosti problému a nutnosti převést jej na jednoduchá čísla**

Nákup jogurtu je poměrně banální věc, ale ani tak není jednoduché jej zkoumat:



Výzkumem zachytíme jenom **některé** motivátory nákupu

Respondenti si je nemusí ani uvědomovat (rozhodují se nejen racionálně, ale i nevědomě)

Odpověď proto ani neznají a na místě si ji „vymyslí“

# Redukce informace

- Převedení zkoumaného problému vede k redukci původní informace
- Bohužel nevíme, jak velká tato redukce je

# Výzkum děláme na lidech

**Vždy jsme závislí na odpovědích reálných lidí (tedy většinou:-)**

- KTEŘÍ se stydí odpovědět po pravdě
- KTEŘÍ nepochopí otázky (zbytečně dlouhé, komplikované, nejednoznačné otázky...)
- KTEŘÍ se bojí odpovědět (např. příjem) nebo ji nepřiznají
- KTEŘÍ záměrně zkreslují svoje odpovědi
- KTEŘÍ nedokáží svoji odpověď zobecnit
- KTEŘÍ si s tazatelem „hrají“ a dělají si z výzkumu legraci
- KTEŘÍ se snaží předvést se před tazatelem v tom, co „znají“
- KTEŘÍ neznají odpověď a vymyslí si ji (jsou k tomu vlastně přinuceni)

# Výzkum děláme s lidmi

**Vždy jsme závislí na práci třetí strany (tazatelů, agentury, atd.):**

- KTEŘÍ (**tazatelé**) si ulehčují práci a pochopí dotazník „po svém“
- KTEŘÍ porušují předepsané kvóty
- KTEŘÍ si z vlastní aktivity upravují otázky
- KTEŘÍ dotazníky rovnou falšují
- KTEŘÍ navštěvují opakovaně stejné respondenty, příbuzné, známé
  
- KTERÁ (**agentura**) sleduje při sběru i své vlastní cíle (rychlost, nákladovost, potvrzení předchozích výzkumů, vytvoření potenciálu pro prodej dalších výzkumů)
- KTERÁ nemusí přesně pochopit cíl výzkumu
- KTERÁ se nesnaží najít v sebraných datech souvislosti a výsledky interpretuje mechanicky
- KTERÁ nekontroluje tazatele vždy důsledně

# Nemožnost kvantifikace

- Lze měřit korupci?
- Samotné měření ovlivňuje výsledky (např. kriminalita)

# Příklad špatného pochopení možností výzkumu veřejného mínění

## Index vnímání korupce:



Pořadí země	Země / území	CPI 2011 - hodnocení
1	Nový Zéland	9,5
2	Dánsko	9,4
2	Finsko	9,4
4	Švédsko	9,3
5	Singapur	9,2
6	Norsko	9,0
7	Nizozemí	8,9
8	Austrálie	8,8
8	Švýcarsko	8,8
10	Kanada	8,7
11	Lucembursko	8,5
12	Hongkong	8,4

Idnes.cz: **Česko opět kleslo na žebříčku korupce, je prohnilé jako jih Afriky**

Česko si vysloužilo známku 4,6. Na stupnici od 0 do 10 přitom hodnocení blíží se nule znamená vyšší míru korupce, naopak, čím je známka vyšší, tím je země méně zkorumpovaná.

Situace s korupcí je v Česku rok od roku horší. Podle mezinárodní organizace Transparency International je na 53. místě ze 178 zemí. Oproti loňsku si tak o jedno místo pohoršilo. Lépe jsou na tom třeba Bahrajn, Malta a Jordánsko.

Zdroj: [http://zpravy.idnes.cz/cesko-opet-kleslo-na-zebricku-korupce-je-prohnilo-jako-jih-afriky-ph8-/domaci.aspx?c=A101026\\_102728\\_domaci\\_js](http://zpravy.idnes.cz/cesko-opet-kleslo-na-zebricku-korupce-je-prohnilo-jako-jih-afriky-ph8-/domaci.aspx?c=A101026_102728_domaci_js)

# Souhrn možných chyb

- **Výběrová chyba** (viz dále)
- **Chyba měření** – naše měření přímo ovlivňuje realitu
- **Chyba měřícího nástroje** (dotazníku) – žádné měřidlo neměří přesně
- **Chyba zpracování výsledků**
- **Chyba interpretace výsledků**

Má takový výzkum smysl? Aneb je lepší  
NĚCO než NIC?

(Je lepší když letíme do Španělska a pilot má mapu Portugalska? Tedy má alespoň nějakou mapu:))



# Postup výzkumu

- Po zvážení, zda má tento výzkum smysl:
  - Navrhněte vzorek
  - Udělejte pilotní test dotazníku
  - Vymyslete metodu sběru dat
  - Vytvořte finální verzi dotazníku
  - Sbírejte data
  - Vyhodnoťte výsledky

# Vzorek

## Vzorek je klíč ke správným výsledkům!

- **Všichni by měli mít stejnou šanci účastnit se výzkumu**
- **Všichni respondenti musí mít ve vzorku stejnou váhu (viz dále)**
- O své účasti by neměli rozhodovat respondenti sami
- Ptejte se těch správných lidí a ostatních si nevěšmejte
- Věnujte pozornost tomu, s kým výzkum děláte:
  - Rozumí respondent vašemu tématu?
  - Může znát odpověď?

# Vzorek

- Výběr zkoumaných jednotek – náhodný, kvótní
- Proč náhodný?
  - Kvalita vzorku (náhodnost všech ostatních proměnných, které nejsou předmětem zkoumání)
  - Statistické techniky, které náhodný výběr předpokládají
- Proč kvótní?
  - Nízká návratnost náhodných výběrů
  - Chybí opora pro náhodný výběr
  - U malých vzorků!
  - Problém specifických oborů

# Velikost vzorku

- Zvažujte k čemu data použijete
- Jak se budou zpracovávat?
- Do jakých podrobností hodláte v analýze zajít?
  
- **Orientační minima:** reprezentativní vzorek ČR 500-600 respondentů
- Nerepresentativní výzkumy cca 100 respondentů
- Velikost jedné podskupiny alespoň 20 respondentů

# Je velký vzorek zárukou kvality výsledků?

- Časopis Digest v roce 1936 v amerických volbách s velkým odstupem předpověděl vítězství Alfa Landona
- Vzorek **2,6 miliónu** respondentů
- Vyhrál však demokrat Roosevelt
- Vzorek byl opřen o telefonní čísla a registrační značky aut a v době končící krize toto představovalo systematické zkreslení vzorku

# Výběrová chyba

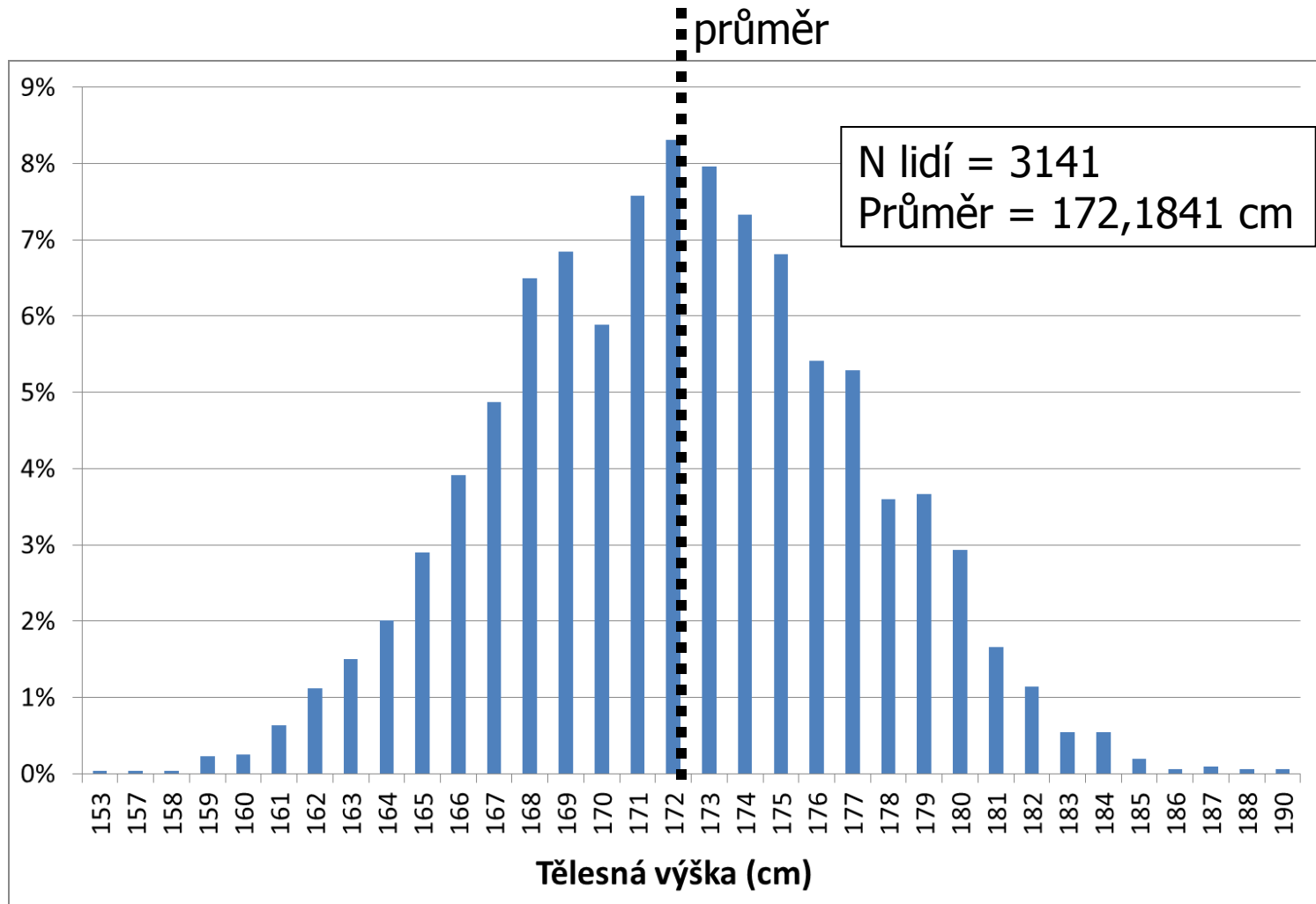
- **Základní soubor** (populace, z níž vybíráme)
- **Výběrový soubor** (naš sebraný soubor)
- Nikdy nevybereme stejný soubor => výsledky se budou při každém měření lišit
- **Výběrová chyba** (parametr, který nám udává, v jakém intervalu se naše výsledky pohybují)

Velikost vzorku / distribuce dichotomické proměnné v %

N	5/95	10/90	15/85	20/80	25/75	30/70	35/65	40/60	55/45	50/50
20	9,75	13,42	15,97	17,89	19,36	20,49	21,33	21,91	22,25	22,36
30	7,96	10,95	13,04	14,61	15,81	16,73	17,42	17,89	18,17	18,26
40	6,89	9,49	11,29	12,65	13,69	14,49	15,08	15,49	15,73	15,81
<b>50</b>	<b>6,16</b>	<b>8,49</b>	<b>10,10</b>	<b>11,31</b>	<b>12,25</b>	<b>12,96</b>	<b>13,49</b>	<b>13,86</b>	<b>14,07</b>	<b>14,14</b>
60	5,63	7,75	9,22	10,33	11,18	11,83	12,32	12,65	12,85	12,91
70	5,21	7,17	8,54	9,56	10,35	10,95	11,40	11,71	11,89	11,95
80	4,87	6,71	7,98	8,94	9,68	10,25	10,67	10,95	11,12	11,18
<b>100</b>	<b>4,36</b>	<b>6,00</b>	<b>7,14</b>	<b>8,00</b>	<b>8,66</b>	<b>9,17</b>	<b>9,54</b>	<b>9,80</b>	<b>9,95</b>	<b>10,00</b>
120	3,98	5,48	6,52	7,30	7,91	8,37	8,71	8,94	9,08	9,13
150	3,56	4,90	5,8	<b>Výběrová chyba</b>				8,00	8,12	8,16
<b>200</b>	<b>3,08</b>	<b>4,24</b>	<b>5,0</b>					<b>6,93</b>	<b>7,04</b>	<b>7,07</b>
250	2,76	3,79	4,5					6,20	6,29	6,32
300	2,52	3,46	4,12					5,66	5,74	5,77
350	2,33	3,21	3,82	4,62	5,00	5,29	5,51	5,66	5,74	5,77
400	2,18	3,00	3,57	4,28	4,63	4,90	5,10	5,24	5,32	5,35
450	2,05	2,83	3,37	4,00	4,33	4,58	4,77	4,90	4,97	5,00
500	1,95	2,68	3,19	3,77	4,08	4,32	4,50	4,62	4,69	4,71
<b>500</b>	<b>1,95</b>	<b>2,68</b>	<b>3,19</b>	<b>3,58</b>	<b>3,87</b>	<b>4,10</b>	<b>4,27</b>	<b>4,38</b>	<b>4,45</b>	<b>4,47</b>
550	1,86	2,56	3,05	3,41	3,69	3,91	4,07	4,18	4,24	4,26
600	1,78	2,45	2,92	3,27	3,54	3,74	3,89	4,00	4,06	4,08
650	1,71	2,35	2,80	3,14	3,40	3,59	3,74	3,84	3,90	3,92
700	1,65	2,27	2,70	3,02	3,27	3,46	3,61	3,70	3,76	3,78
750	1,59	2,19	2,61	2,92	3,16	3,35	3,48	3,58	3,63	3,65
<b>800</b>	<b>1,54</b>	<b>2,12</b>	<b>2,52</b>	<b>2,83</b>	<b>3,06</b>	<b>3,24</b>	<b>3,37</b>	<b>3,46</b>	<b>3,52</b>	<b>3,54</b>
850	1,50	2,06	2,45	2,74	2,97	3,14	3,27	3,36	3,41	3,43
900	1,45	2,00	2,38	2,67	2,89	3,06	3,18	3,27	3,32	3,33
950	1,41	1,95	2,32	2,60	2,81	2,97	3,09	3,18	3,23	3,24
<b>1000</b>	<b>1,38</b>	<b>1,90</b>	<b>2,26</b>	<b>2,53</b>	<b>2,74</b>	<b>2,90</b>	<b>3,02</b>	<b>3,10</b>	<b>3,15</b>	<b>3,16</b>
1200	1,26	1,73	2,06	2,31	2,50	2,65	2,75	2,83	2,87	2,89

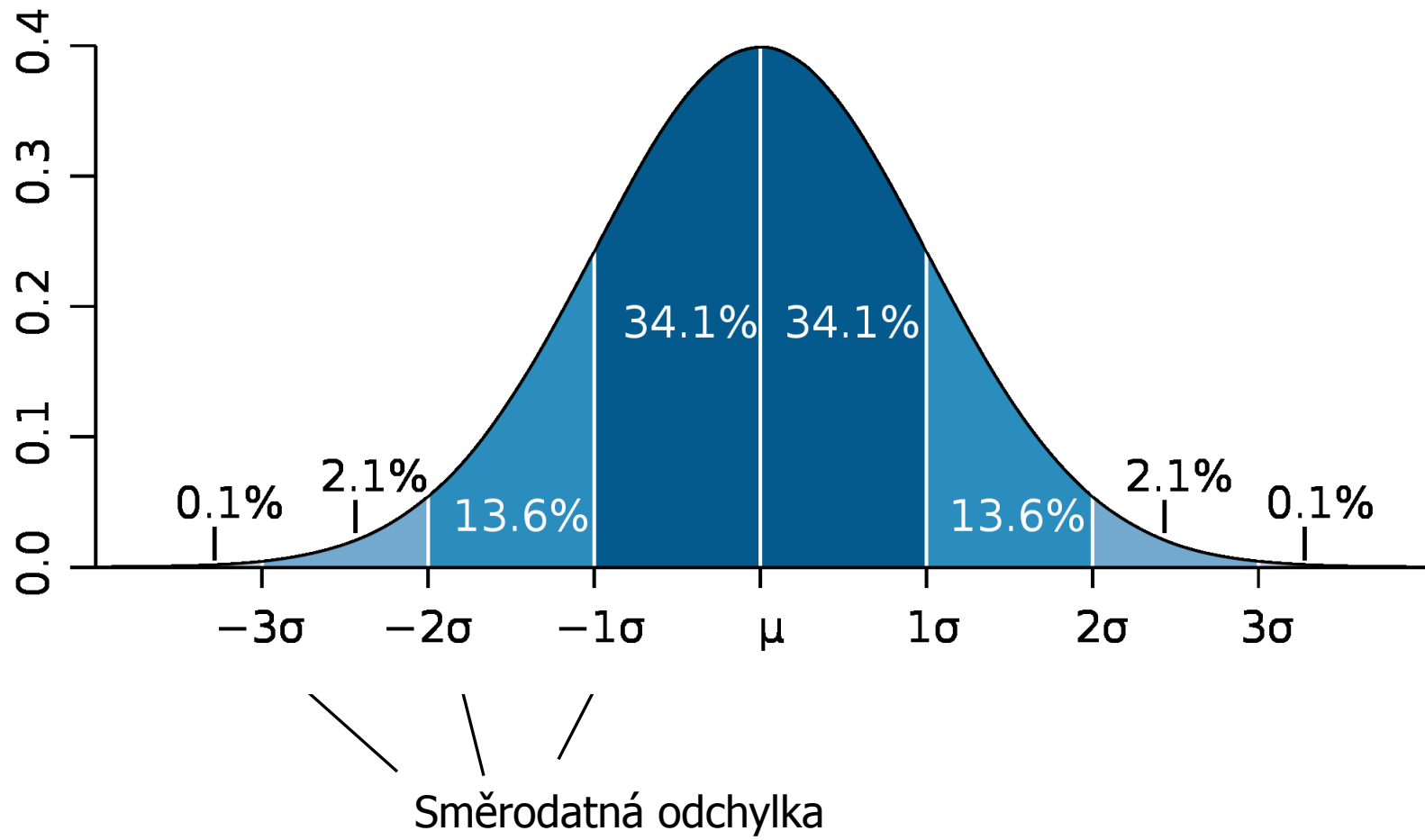


# Různá povaha měřených jevů

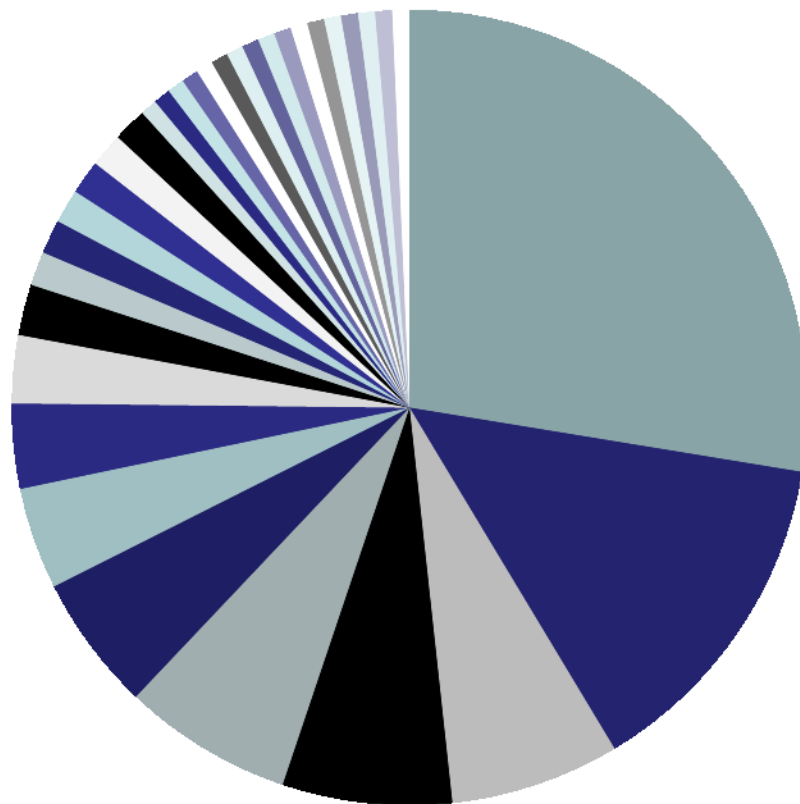
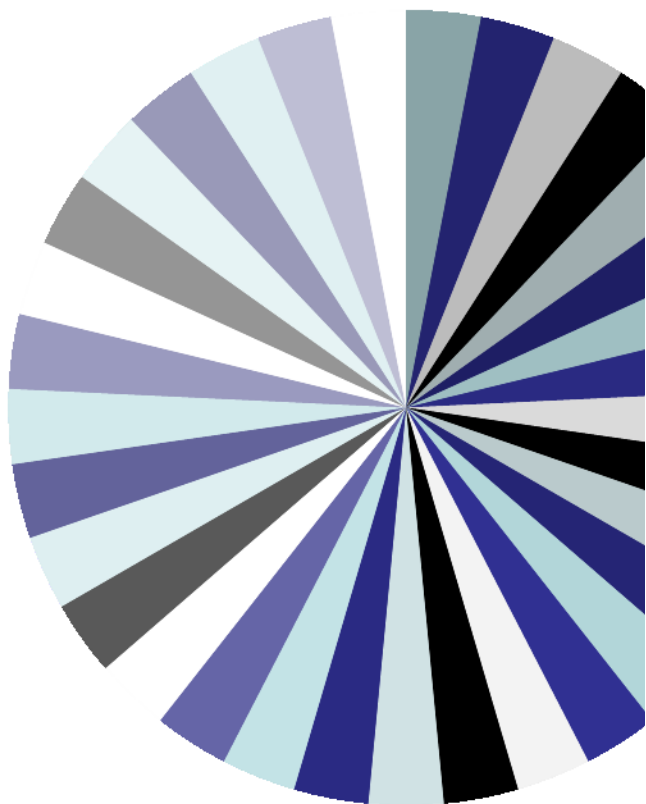


Pramen: Statistics Online Computational Resource, <http://www.socr.ucla.edu/>

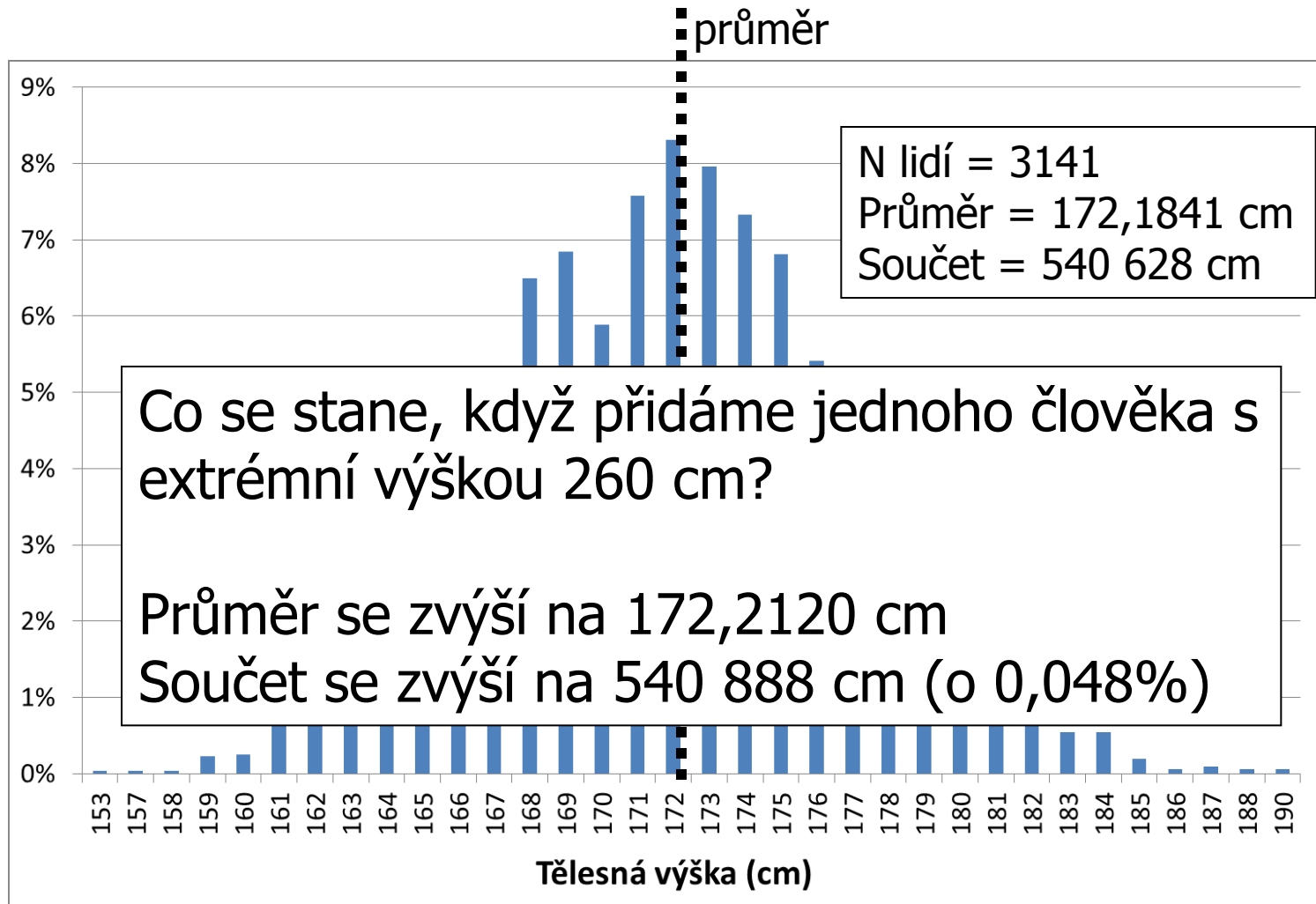
# Normální (Gaussovo) rozdělení



# Vzorky s nesterjnou vahou respondentů

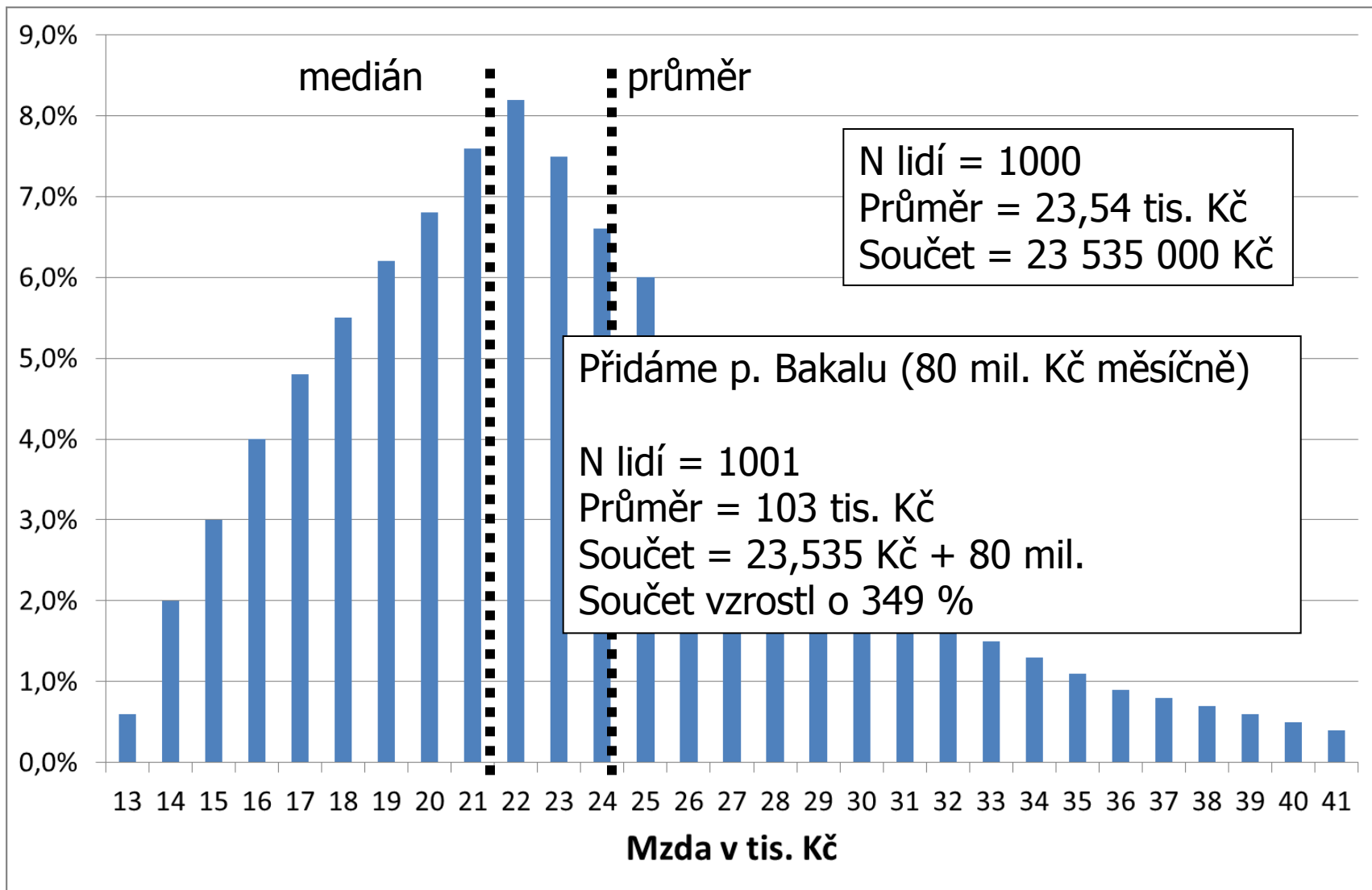


# Různá povaha měřených jevů



Pramen: Statistics Online Computational Resource, <http://www.socr.ucla.edu/>

# Různá povaha měřených jevů



# Jak špatné vzorky opravit

- Pečlivě tyto zásahy uvážit
- **Dovážit** (tj. spočítat váhu podle známých parametrů a respondentům ji přiřadit)
- Dovýběr
- Kontrolní vzorek (snažit se posbírat další menší vzorek, nejlépe jiným postupem a výsledky ověřit)

# Konstrukce dotazníku

# Konstrukce dotazníku

- Dotazník dominuje výzkumu v ČR
- Dotazníku se věnuje neúměrná pozornost:
  - Dotazník neovlivní nevhodně nastavenou cílovou skupinu
  - Dotazník nezajistí dobrou práci tazatelů
  - Nezajistí ochotu respondentů odpovídat správně
  - Většinou nezvýší míru návratnosti
  - ...



# Jak dotazník editovat

- MS Word a spol.
- Prefabrikované dotazníky agentur
- Elektronické dotazníky
- Online dotazníky
  
- Dotazníky pro tazatele
- Samovyplňovací dotazníky

# Délka dotazníku

- Ovlivňuje ji typ výzkumu, způsob sběru dat, rozpočet, téma a cílová skupina
- V ČR zhruba 20 až 40 minut
- Maximální délka v našich podmínkách max. 1 hodina
- Zvažujte pečlivě nezbytnost každé otázky!

# Tvorba dotazníku

- Respektujte pravidla
- **Vyčleňte si na dotazník co nejvíce času**
- Dotazník strukturujte do logických celků
- Všechny prvky v dotazníku musí být jednotné (graficky i textově)
- Uvádějte maximum pokynů tazatelům (všichni tazatelé musí pracovat s dotazníkem stejně)
- V co nejmenší míře používejte komplikovaných filtrů, logických vazeb, apod.

# Tvorba dotazníku

- Střídejte několik typů otázek
- Buďte struční, přesní, věcní x **nenuďní**
- Demografické a jiné identifikační otázky si nechte až na konec
- První otázka musí být „otevírací“, musí přitáhnout pozornost
- Respondentům poděkujte
- **Pilotní test!**

# Typy otázek

- Pro velké výzkumy preferujte **uzavřené otázky** testované pilotním výzkumem
- Pro malé vzorky naopak **otevřené otázky**, které vám poskytnou maximum informací
- Přemýšlejte nad tím, zda respondent může znát odpověď
- **Dávejte možnosti úniku z otázky (odpovědi „nevím“, apod.)**
- **Pokud je to potřeba nabízejte odpověď „jiné“**

# Typy otázek

- Češi mají tendenci držet se ve středu a odpovídat středními hodnotami => vynechávejte střední hodnoty škál
- Umí otázka „rozdělit“ respondenty?
- Problematické jsou otázky na minulost, obecná hodnocení, představy o budoucnosti...
- Ptejte se vždy na jednu věc

# Typy otázek

- Škály – 1 až 10 (100)

Prosím zvolte vhodnou odpověď pro každou z položek:

	Rozhodně souhlasím	Spíše souhlasím	Spíše nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Svatba je dnes zbytečná, dva lidé spolu mohou žít celý život, aniž by se vzali.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pokud chce pár dítě, měli by se vzít.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manželství je zastaralá instituce.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

# Typy otázek

- Škály – 1 až 10 (100)

**77 [Q52]Q52. V politice se hovoří o levici a pravici. Kam byste se sám(a) zařadil(a)?**  
\*

Prosím zvolte vhodnou odpověď pro každou z položek:

	1- levice	2	3	4	5	6	7	8	9	10- pravice
politická orientace	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



# Typy otázek

- Škály – 1 až 10 (100)

**78 [Q56]Q56. Jak jste spokojen/a v následujících oblastech Vašeho života? \***

Prosím zvolte vhodnou odpověď pro každou z položek:

	velmi spokojen/a	2	3	4	5	6	7	8	9	velmi nespokojen/a	Nehodí se	Neví
se svým zaměstnáním	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
se svým vzděláním	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
se širší okruhu přátel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
se svým partnerským	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. Rodičovství má své světlé i stinné stránky – nyní se Vás budu ptát na Vaše názory na rodičovství. Odpovídejte, prosím, tak, že se nejdříve rozhodnete, zda s výrokem souhlasíte nebo nesouhlasíte a poté mi řeknete, zda s ním souhlasíte nebo nesouhlasíte rozhodně, středně nebo málo.

**POKYNY: PŘEDLOŽTE DOTAZOVANÉMU KARTU 5.**

- a) Péče o děti je únavná a nezabavná záležitost.
- b) Dobrým důvodem, proč mít děti je skutečnost, že pomohou rodičům, když zestárnou.
- c) Jenom děti může člověk zcela bez zábran vyjádřit lásku a cit.
- ca) Žena má mít děti, bez toho je její život planý.
- d) Rodičovství dává člověku zvláštní podnět k tomu, aby byl v životě úspěšný.
- da) Je důležité mít děti, aby měli kdo pokračovat v rodinných tradicích.
- e) Je přirozené, když muž chce mít děti.
- ea) Dříve, než se pár rozhodne mít děti, měl by zvážit všechny nepřijemnosti, které to s sebou nese.
- eb) Neustálá přítomnost dětí znamená velké psychické vypětí.
- f) Vzhledem k tlaku ze strany rodiny a přátel člověk nemá příliš na výběr, zda mít nebo nemít děti.
- g) Mít děti je povinností vůči společnosti.
- h) Všechna námaha, která je s rodičovstvím spojena, se nakonec dlouhodobě vyplatí.
- ch) Mezi ženou a mužem se vytvoří pevnější pouto, když mají děti.
- i) Jedním z největších cílů života je mít děti.
- j) Dívka dospěje v ženu až poté, co se stane matkou.
- k) Dnes je těžké najít partnerku, která by byla zodpovědnou matkou.
- l) Nejdůležitějším posláním manželství/partnersví je mít děti.
- m) Děti člověka omezují v tom, že si nemůže dělat, co chce, a jít kam chce.
- n) Pro většinu lidí by byl život bez dětí nudný a hloupý.
- na) Mladý pár je svým okolím plně akceptován až tehdy, když má děti.
- o) Rodičovství zvyšuje pravděpodobnost, že se člověk bude chovat morálněji.
- oa) Pro většinu lidí je mít děti nevyhnutelnou skutečností.
- p) Jedna z nejlepších věcí na dětech je upřímná oddanost, kterou svým rodičům prokazují.
- q) Děti způsobují mnoho neshod a problémů v partnerském vztahu.
- r) Člověka, který má děti, si lidé víc váží, než toho, který děti nemá.
- ra) Je přirozené, že žena chce mít děti.
- s) Mít děti stojí za to už jen pro ten pocit, že ho dítě potřebuje.
- sa) Člověk, který je dobrým rodičem, může být zcela spokojený se svým životem.
- t) Rodina s dětmi je pro společnost základem pro vše dobré.
- ta) Dříve, než se pár rozhodne mít děti, měl by zvážit, jestli raději nevyužít peníze na něco jiného.
- u) Jedna z nejlepších věcí na rodičovství je příležitost předat dětem to, co jsme sami zkušeností získali.
- ua) Muž má povinnost mít děti, aby někdo dál nesl rodinné jméno.
- ub) Život člověka, který má děti, pokračuje v jistém smyslu i po jeho smrti.
- v) Jedna z nejlepších věcí na dětech je, že se člověk nikdy necítí osaměleji.
- w) Pro mnoho lidí je výchova dětí velká finanční zátěž.
- cb) Muž má mít děti, bez toho je jeho život planý.
- z) Partnerský pár nemá právo zasahovat do chodu přírody tím, že záměrně omezuje počet dětí, jež by mohli mít.
- za) Když má člověk děti, musí se vzdát spousty věcí, které má rád.
- x) Skutečně důležité věci pro život člověka se člověk naučí jenom ze zkušeností s výchovou dětí.
- y) Dříve, než se pár rozhodne mít děti, měl by zvážit, jak to zasáhne do pracovního uplatnění ženy.
- vv) Děti jsou pro manželství/partnersví požehnáním.
- zz) Rodina s dětmi je v tomto moderním světě jediným místem, kde se člověk může cítit spokojený a šťastný.
- xx) Člověk, který nemá děti, nemůže být skutečně šťastný.
- yy) Chlapec dospěje v muže až poté, co se stane otcem.
- zz) Podle věry má člověk mít děti.

	1 rozhodně souhlas	2 středně souhlas	3 málo souhlas	4 málo nesouhlas	5 středně nesouhlas	6 rozhodně nesouhlas
a) Péče o děti je únavná a nezabavná záležitost.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Dobrým důvodem, proč mít děti je skutečnost, že pomohou rodičům, když zestárnou.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c) Jenom děti může člověk zcela bez zábran vyjádřit lásku a cit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ca) Žena má mít děti, bez toho je její život planý.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d) Rodičovství dává člověku zvláštní podnět k tomu, aby byl v životě úspěšný.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
da) Je důležité mít děti, aby měli kdo pokračovat v rodinných tradicích.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e) Je přirozené, když muž chce mít děti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ea) Dříve, než se pár rozhodne mít děti, měl by zvážit všechny nepřijemnosti, které to s sebou nese.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
eb) Neustálá přítomnost dětí znamená velké psychické vypětí.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
f) Vzhledem k tlaku ze strany rodiny a přátel člověk nemá příliš na výběr, zda mít nebo nemít děti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
g) Mít děti je povinností vůči společnosti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
h) Všechna námaha, která je s rodičovstvím spojena, se nakonec dlouhodobě vyplatí.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ch) Mezi ženou a mužem se vytvoří pevnější pouto, když mají děti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
i) Jedním z největších cílů života je mít děti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
j) Dívka dospěje v ženu až poté, co se stane matkou.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
k) Dnes je těžké najít partnerku, která by byla zodpovědnou matkou.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
l) Nejdůležitějším posláním manželství/partnersví je mít děti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
m) Děti člověka omezují v tom, že si nemůže dělat, co chce, a jít kam chce.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
n) Pro většinu lidí by byl život bez dětí nudný a hloupý.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
na) Mladý pár je svým okolím plně akceptován až tehdy, když má děti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
o) Rodičovství zvyšuje pravděpodobnost, že se člověk bude chovat morálněji.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
oa) Pro většinu lidí je mít děti nevyhnutelnou skutečností.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
p) Jedna z nejlepších věcí na dětech je upřímná oddanost, kterou svým rodičům prokazují.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
q) Děti způsobují mnoho neshod a problémů v partnerském vztahu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
r) Člověka, který má děti, si lidé víc váží, než toho, který děti nemá.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ra) Je přirozené, že žena chce mít děti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
s) Mít děti stojí za to už jen pro ten pocit, že ho dítě potřebuje.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sa) Člověk, který je dobrým rodičem, může být zcela spokojený se svým životem.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
t) Rodina s dětmi je pro společnost základem pro vše dobré.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ta) Dříve, než se pár rozhodne mít děti, měl by zvážit, jestli raději nevyužít peníze na něco jiného.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
u) Jedna z nejlepších věcí na rodičovství je příležitost předat dětem to, co jsme sami zkušeností získali.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ua) Muž má povinnost mít děti, aby někdo dál nesl rodinné jméno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ub) Život člověka, který má děti, pokračuje v jistém smyslu i po jeho smrti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
v) Jedna z nejlepších věcí na dětech je, že se člověk nikdy necítí osaměleji.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
w) Pro mnoho lidí je výchova dětí velká finanční zátěž.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
cb) Muž má mít děti, bez toho je jeho život planý.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
z) Partnerský pár nemá právo zasahovat do chodu přírody tím, že záměrně omezuje počet dětí, jež by mohli mít.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
za) Když má člověk děti, musí se vzdát spousty věcí, které má rád.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
x) Skutečně důležité věci pro život člověka se člověk naučí jenom ze zkušeností s výchovou dětí.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
y) Dříve, než se pár rozhodne mít děti, měl by zvážit, jak to zasáhne do pracovního uplatnění ženy.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vv) Děti jsou pro manželství/partnersví požehnáním.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
zz) Rodina s dětmi je v tomto moderním světě jediným místem, kde se člověk může cítit spokojený a šťastný.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
xx) Člověk, který nemá děti, nemůže být skutečně šťastný.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
yy) Chlapec dospěje v muže až poté, co se stane otcem.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
zz) Podle věry má člověk mít děti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Value of Children, 2006

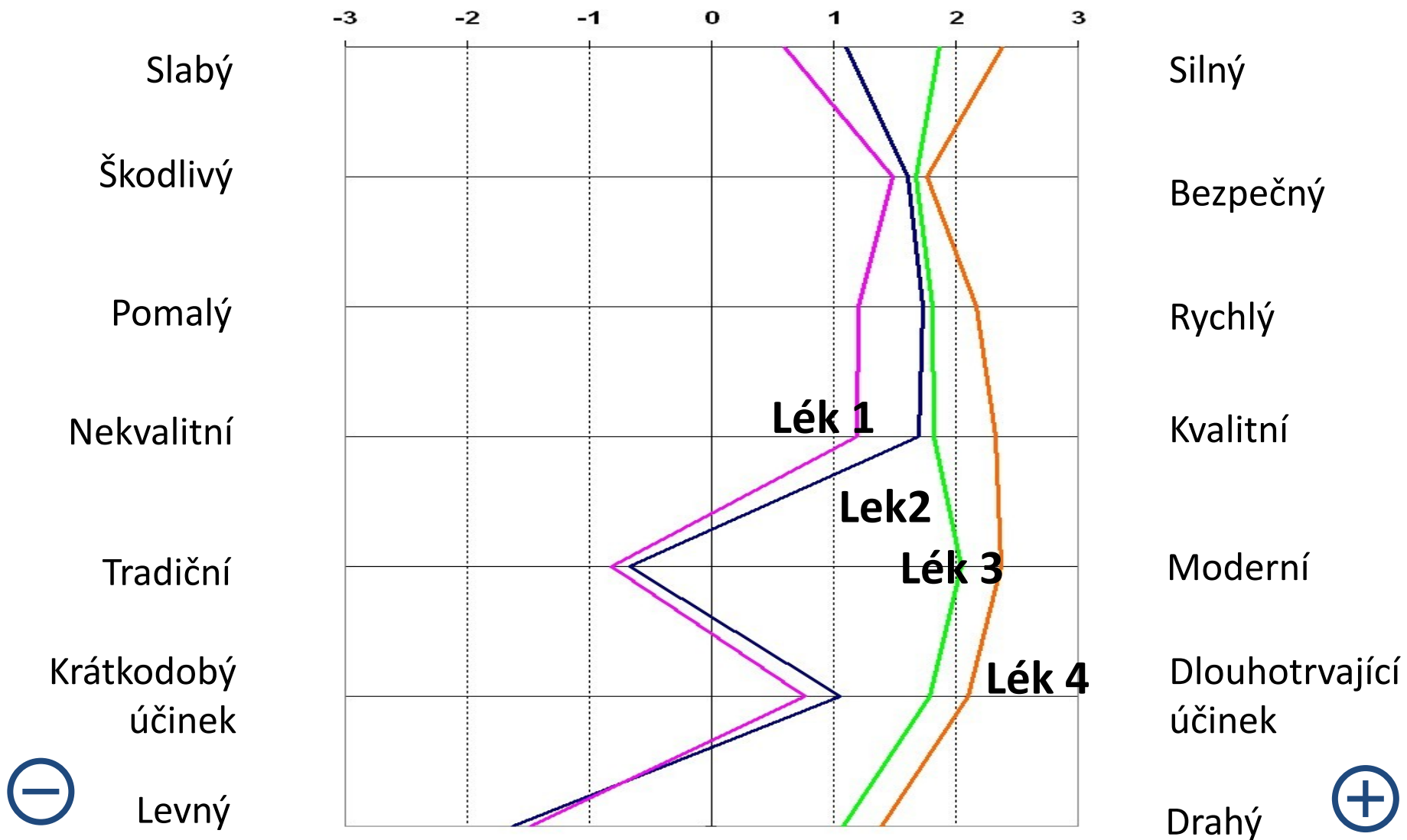
# Typy otázek

- Sémantický diferenciál

Prosím zvolte vhodnou odpověď pro každou z položek:

	-3	-2	-1	0	1	2	3	
RYCHLÝ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	POMALÝ
BEZNADĚJNÝ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	NADĚJNÝ
PROSPĚŠNÝ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ŠKODLIVÝ
NEOBVYKLÝ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	BĚŽNÝ
DEFINITIVNÍ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	OTEVŘENÝ
DOBŘÝ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ŠPATNÝ
SPRAVEDLIVÝ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	NESPRAVEDLIVÝ
SWAZUJÍCÍ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	OSVOBOZUJÍCÍ

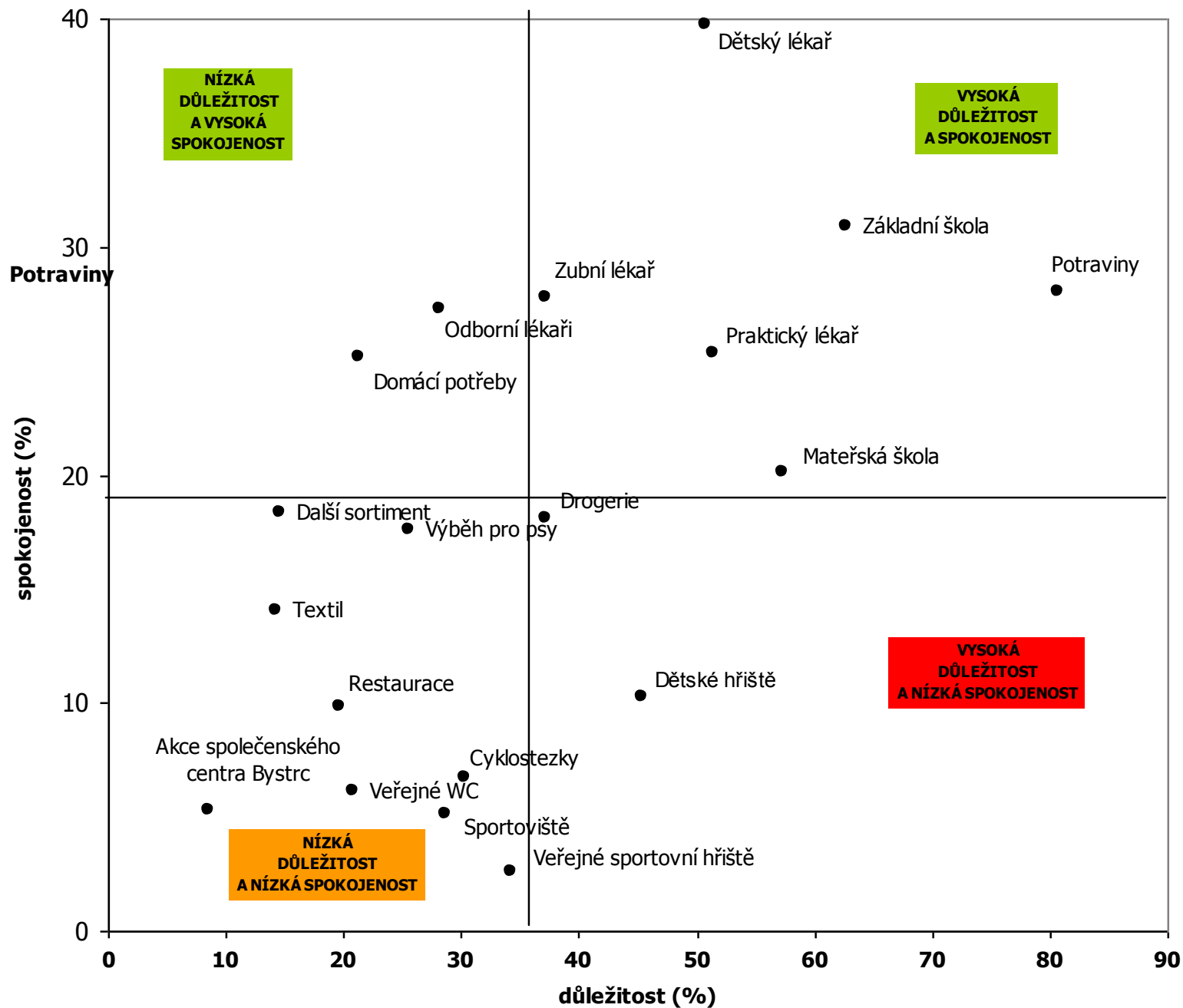
# Příklad



# Typy otázek

- Otázky s více odpověďmi
- Pořadí
- Důležitost x spokojenost

# Důležitost x spokojenost (kvadrantní analýza)



# Metody sběru dat

# Metody sběru dat

- **Dotazníkové šetření** (papírový dotazník, počítač)
- **Telefonický výzkum** (CATI – Computer Assisted Telephonic Interviewing)
- **Internetové výzkumy** (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing)
- **Anketa**



# Dotazníkové šetření

- Sběr dat probíhá v terénu pomocí papírových dotazníků nebo přenosných počítačů prostřednictvím tazatelské sítě agentury
- Hodí se i pro delší dotazníky
- Často velké vzorky
- Lepší pro neutrální témata výzkumu

# Dotazníkové šetření

- **Výhody**
- Respondent v přirozeném prostředí
- Je čas a klid na delší výzkumy, možnost „objektivního“ posouzení domácnosti tazatelem
  
- **Nevýhody**
- Tazatelé prakticky bez kontroly
- Neochota respondentů účastnit se výzkumu
- Nemožnost zastihnout některé typy respondentů v domácnosti (vyšší příjmové skupiny, apod.), strach z cizích osob (tazatelů)
- Neanonymita výzkumu
- Sběr dat trvá většinou déle

# CATI

- **Telefonický výzkum**
- Sběr dat probíhá v telefonickém studiu agentury nebo jejího dodavatele CATI služeb
- Vhodné pro kratší dotazníky, pro nekomplikované výzkumy, které se obejdou bez pomůcek, karet, grafiky, apod.)

# CATI

## Výhody

- Rychlé, levné, přesné
- Možnost získat odpovědi respondentů, kteří jsou jinak těžko dosažitelní
- Přímá kontrola práce tazatelů

## Nevýhody

- Není vhodné pro složitější výzkumy, pro výzkumy, které pracují s obrázky, apod.
- CATI „snese“ pouze krátké dotazníky
- Velký podíl lidí odmítajících odpověď
- Nízká motivace respondentů, někteří respondenti končí rozhovor předčasně
- Nemožnost oslovit respondenty bez telefonu

# CAWI – online výzkumy

- **Výhody**
- rychlost a láce
- možnost ptát se na věci, které člověk běžně není ochoten sdělovat (zdání anonymity výzkumu)
- data jsou již pořízena
  
- **Nevýhody**
- kvalita dat odpovídající použité metodologii – anketě (tzv. samovýběr respondentů)
- autocenzura odpovědí
- možnost zasáhnout jenom ty, kteří mají internet

# Výhody a nevýhody online výzkumu

- Čas – dotazníky musí být krátké! Max. 15 minut.  
(pro vybrané skupiny nebo specifické výzkumy samozřejmě více)
- V údajích o čase neklamati!
- Myslete na samovyplňování (komentáře, atd.)
- Nižší návratnost
- Možnost ušít dotazník respondentům na míru (pro mnoho z nich tak dotazník výrazně zkrátit)
- „Anonymita“ (citlivá témata, apod.)
- Precizní kontrola správnosti odpovědí
- Data jsou pořízena samotnými respondenty
- Online výsledky v tabulkách nebo grafech

# Anketa

- Porušuje všechna pravidla správné metodologie:
  - samovýběr (respondent se sám aktivně účastní)
  - respondenti nemají stejnou pravděpodobnost se výzkumu účastnit
  - možnost opakované účasti (manipulace se vzorkem)

# Zpracování výsledků a jejich interpretace



# Zpracování výsledků

- Zdravý selský rozum:)
- Pamatujte na pravidlo „Garbage in, garbage out“
- U anket, kvótních výběrů nepracujeme s výběrovou chybou a statistickou spolehlivostí výsledků
- Pamatujme na problematickou možnost zobecňování u anket a podobně problematických výzkumů

# Zpracování výsledků

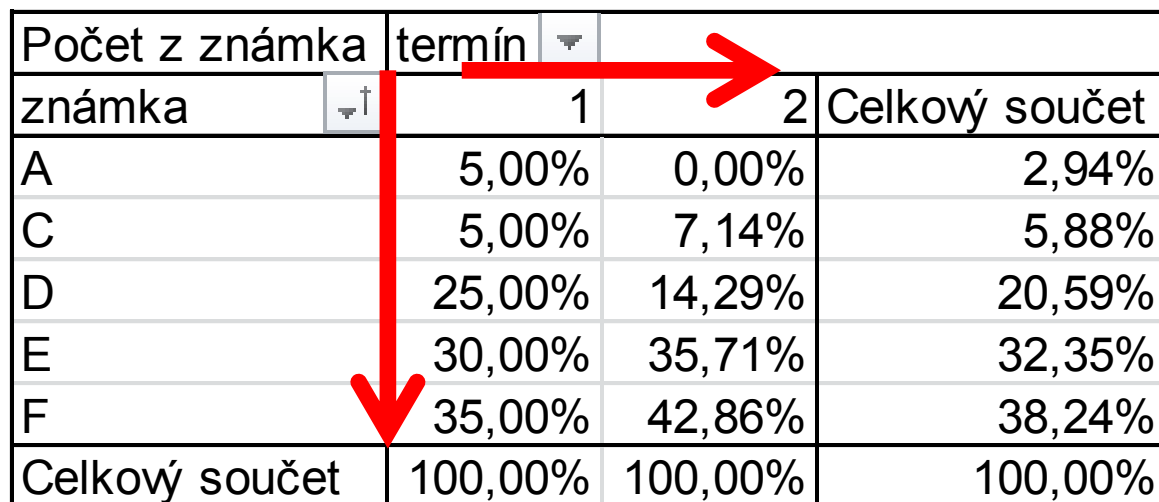
- Datová matice
- Pořízení dat  
(Excel, online nástroje)
- Čištění a kontrola logických vazeb
- Analýza: Excel, SPSS

termín	body	známka
1	57	F
1	71	E
2	64	F
2	74	D
1	55	F
2	65	E
1	80	D
1	84	C
2	80	D
1	84	A
2	66	E
1	39	F
2	59	F
1	69	E
1	71	E
1	64	F

# Zpracování výsledků

- Kontingenční tabulka:

Počet z známka	termín		
známka		1	2
A		5,00%	0,00%
C		5,00%	7,14%
D		25,00%	14,29%
E		30,00%	35,71%
F		35,00%	42,86%
Celkový součet		100,00%	100,00%



Sloupcová a řádková %

Demografické a identifikační otázky vždy ve sloupcích!

# Textové proměnné

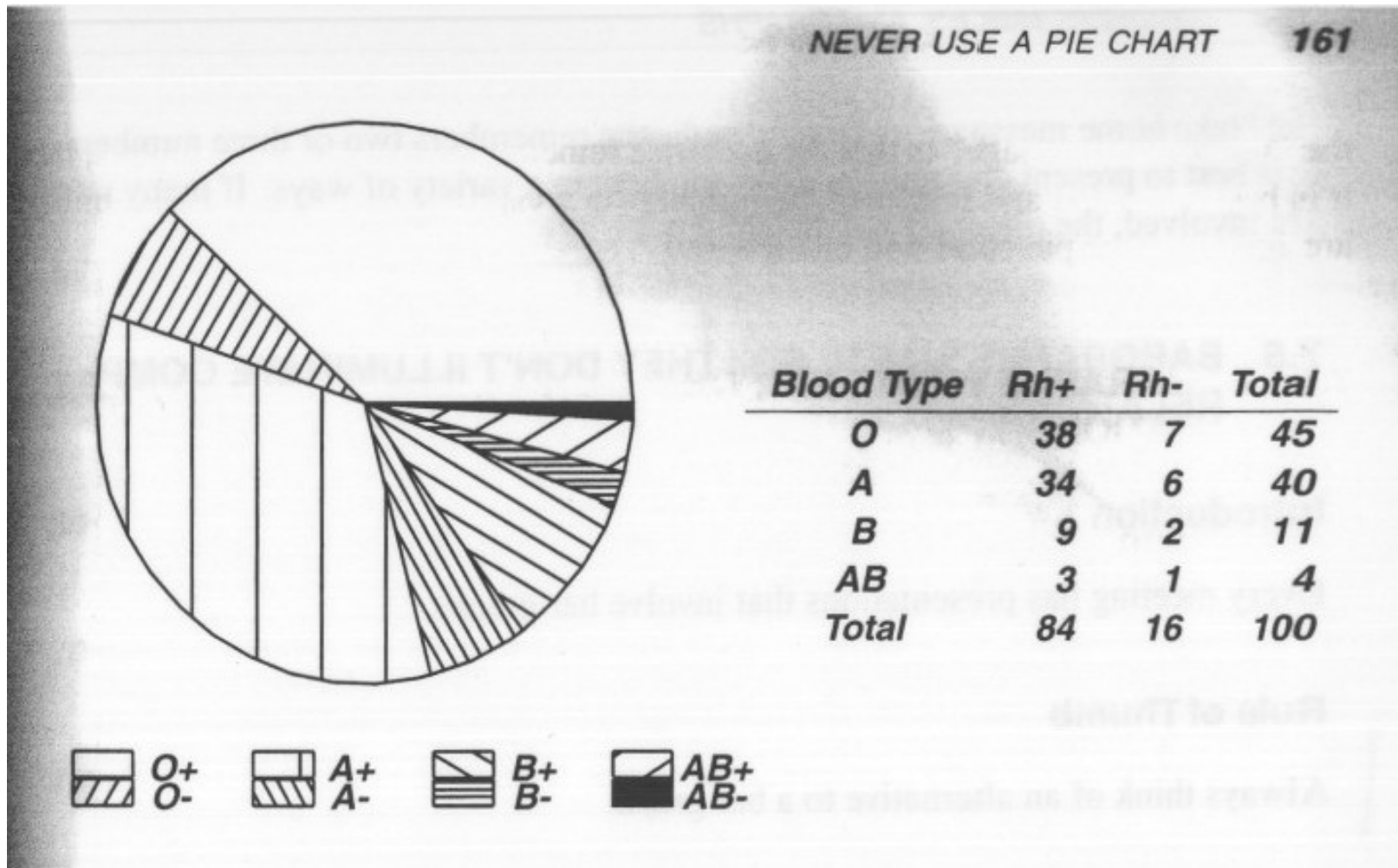
- Filtry v MS Excel
- Kódování odpovědí
- Klíčová slova

# Nejčastější chyby

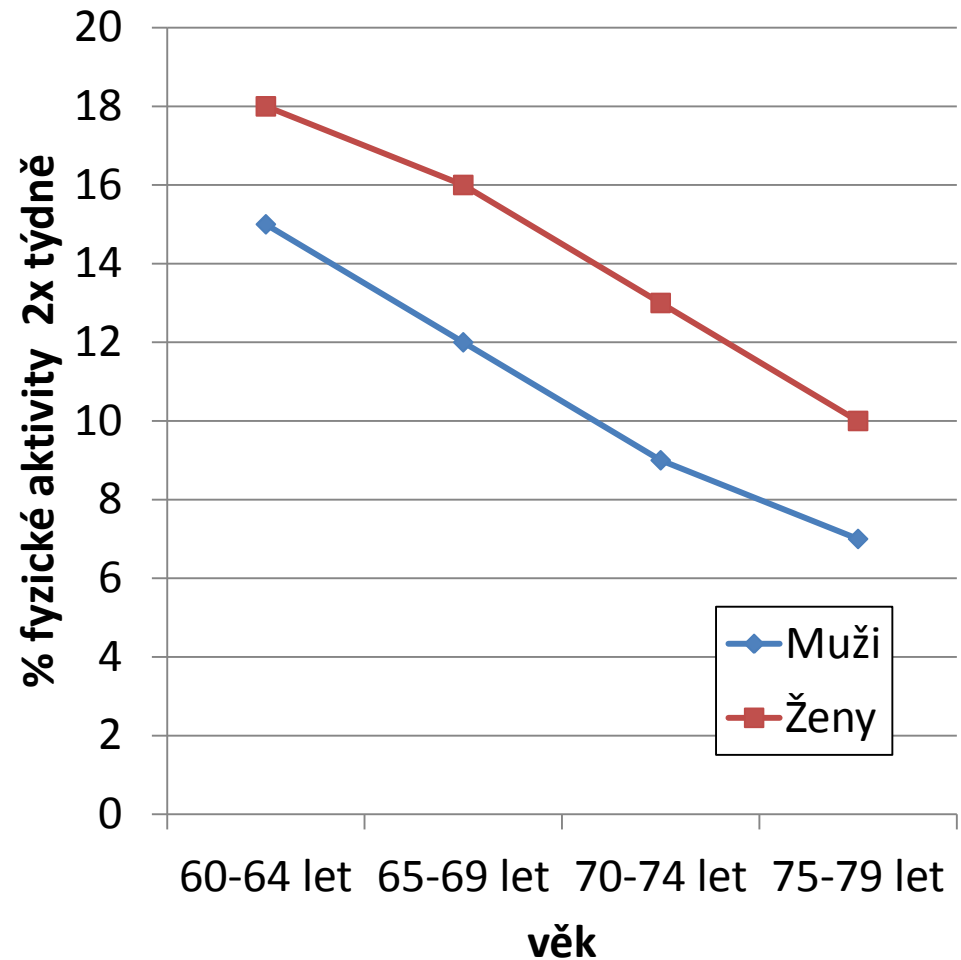
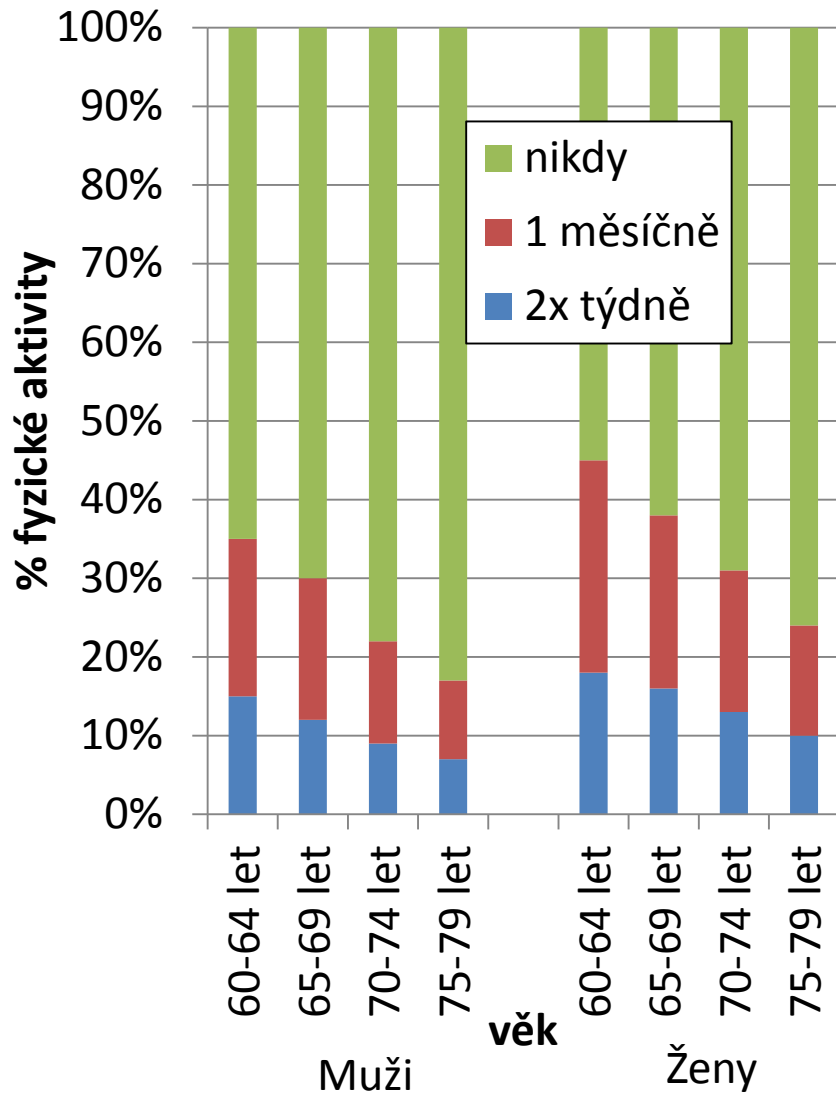
- Ignorování N souboru a výběrové chyby
- Neuvedení zkoumané populace
- Neuvedení výzkumné metody
- Neuvedení přesného znění položené otázky
- Odvážné zobecňování
- Interpretace „jednoprocentních“ rozdílů

# Vytváření zpráv a prezentací

# Koláčový graf

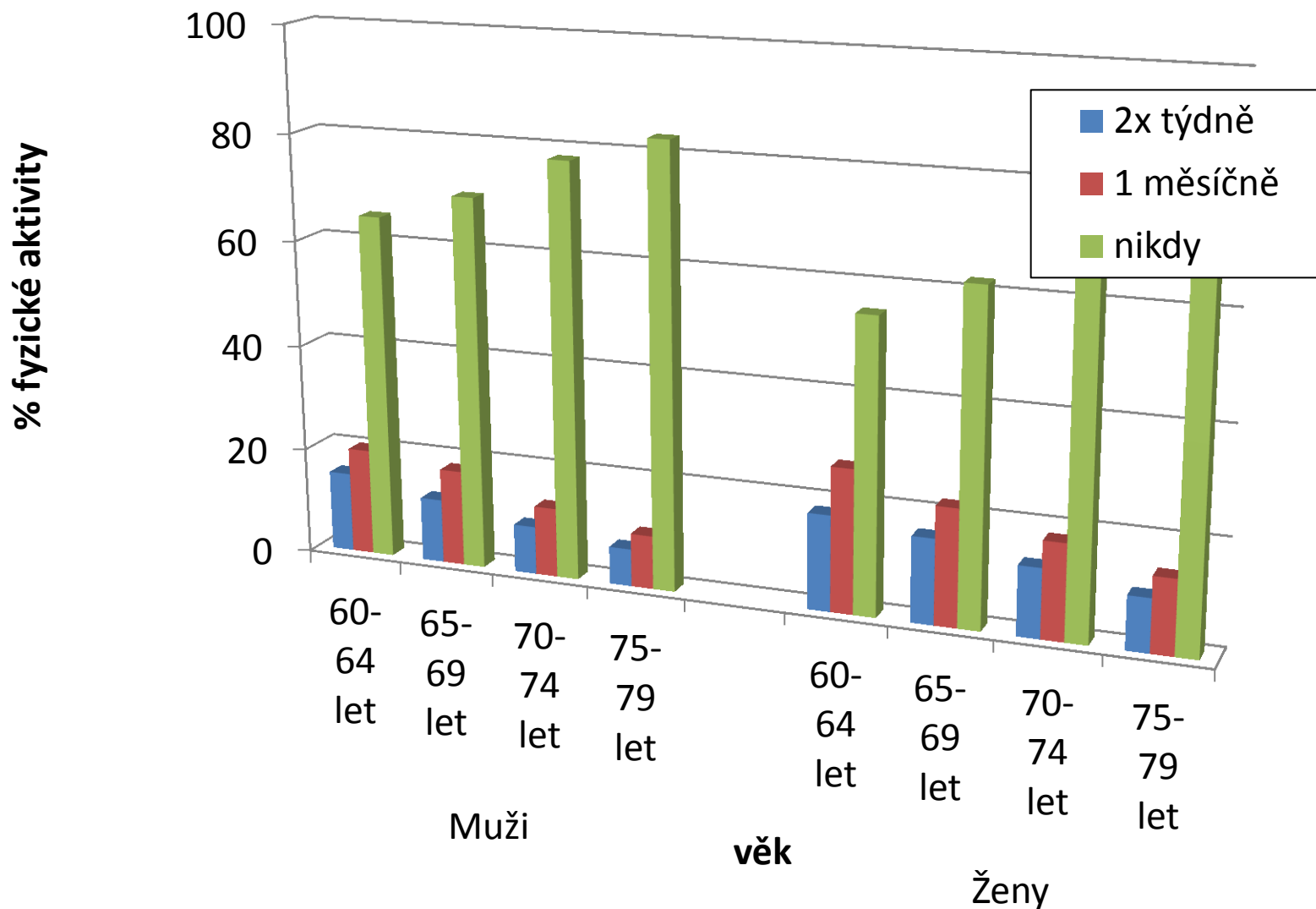


# 100% graf x spojnicový





# 3D graf



# Kdy graf a kdy tabulku?

- Zvažte obsah prezentace
- Publikum, hloubku a šíři informací
- Délku prezentace, atd.
  
- Propojte text s grafy a tabulkami (zároveň každý graf a tabulka musí být pochopitelný samostatně i bez textu)

# Některá základní pravidla

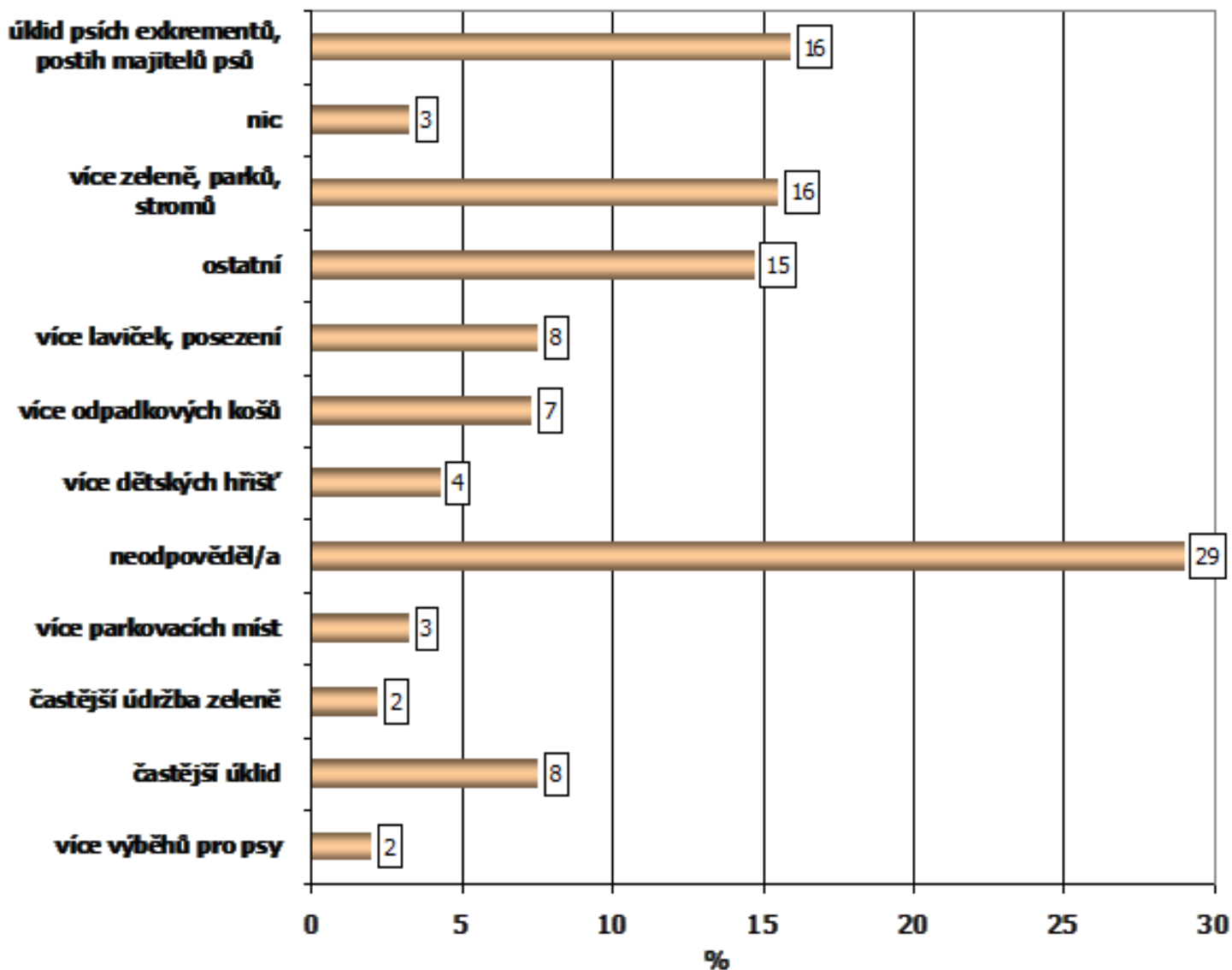
- Jednotnost grafických prvků v celé prezentaci!
  - Corporate Identity (CI)
  - Písmo (pro komentáře, hlavní sdělení, poznámky, dodatky)
  - Pozor na přespříliš kurzívy, tučného písma, různých velikostí a barev!
  - Barvy (zelená, červená, šedá, atd.)
  - Typy grafů (ne co „jiná ves, to jiný pes“, i když by se měly střídat a kombinovat s textem a tabulkami)

# Některá základní pravidla

- Tabulky a grafy řadit
- Zdůrazňovat trendy
- Škály a indexy orientovat stejným směrem (nejlépe „čím více tím lépe“)
- Pozitivní grafy musí růst
- Zajímavá třídění dopředu, nudná nakonec
- Odpovědi „nevím“, „celkem“, „ostatní“ by měly být v grafech i tabulkách odděleně
- Uvádějte přesné znění otázky, bázi respondentů, případné filtry

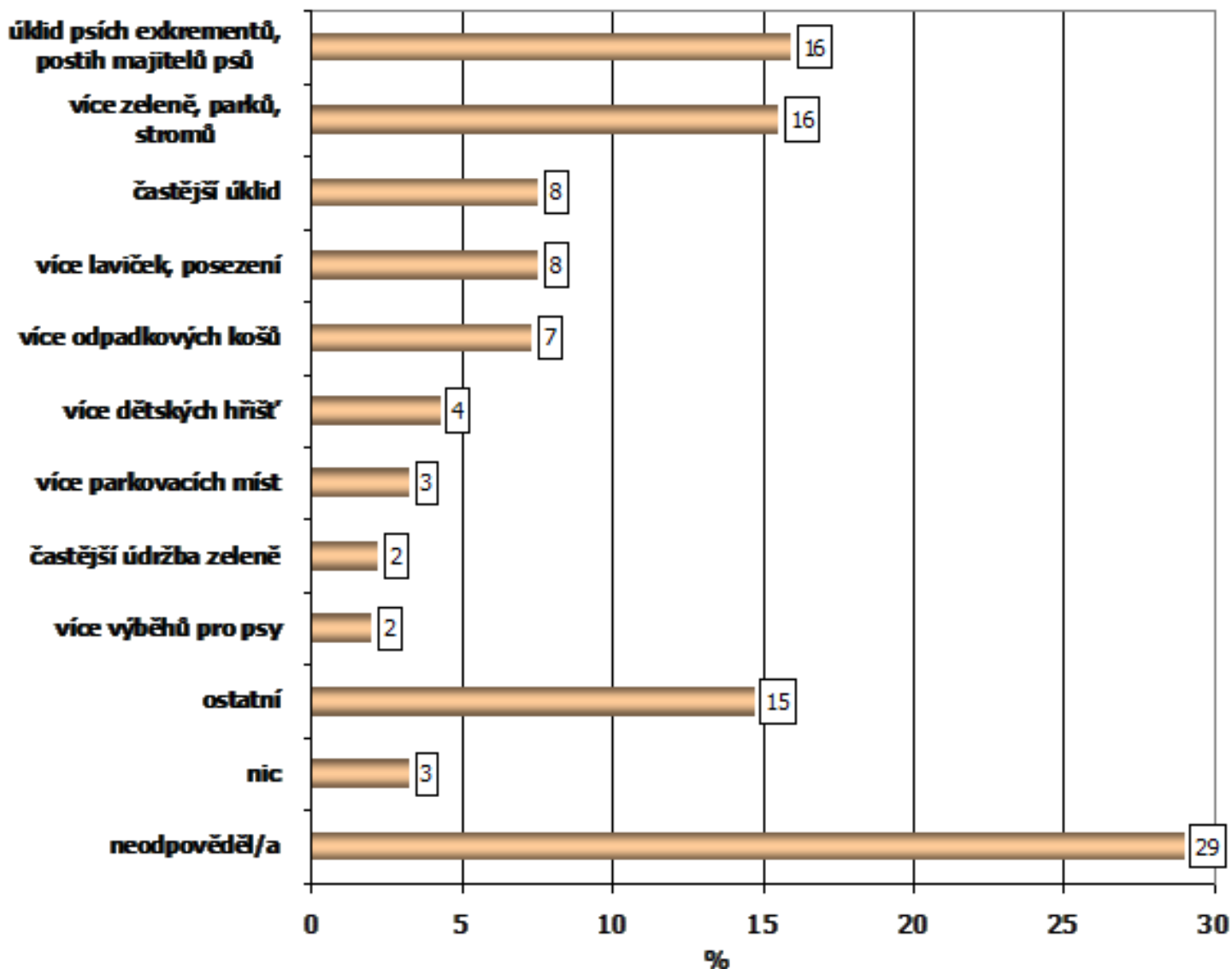
# Příklad

Co byste na veřejných prostranstvích ve vašem okolí změnil/a?

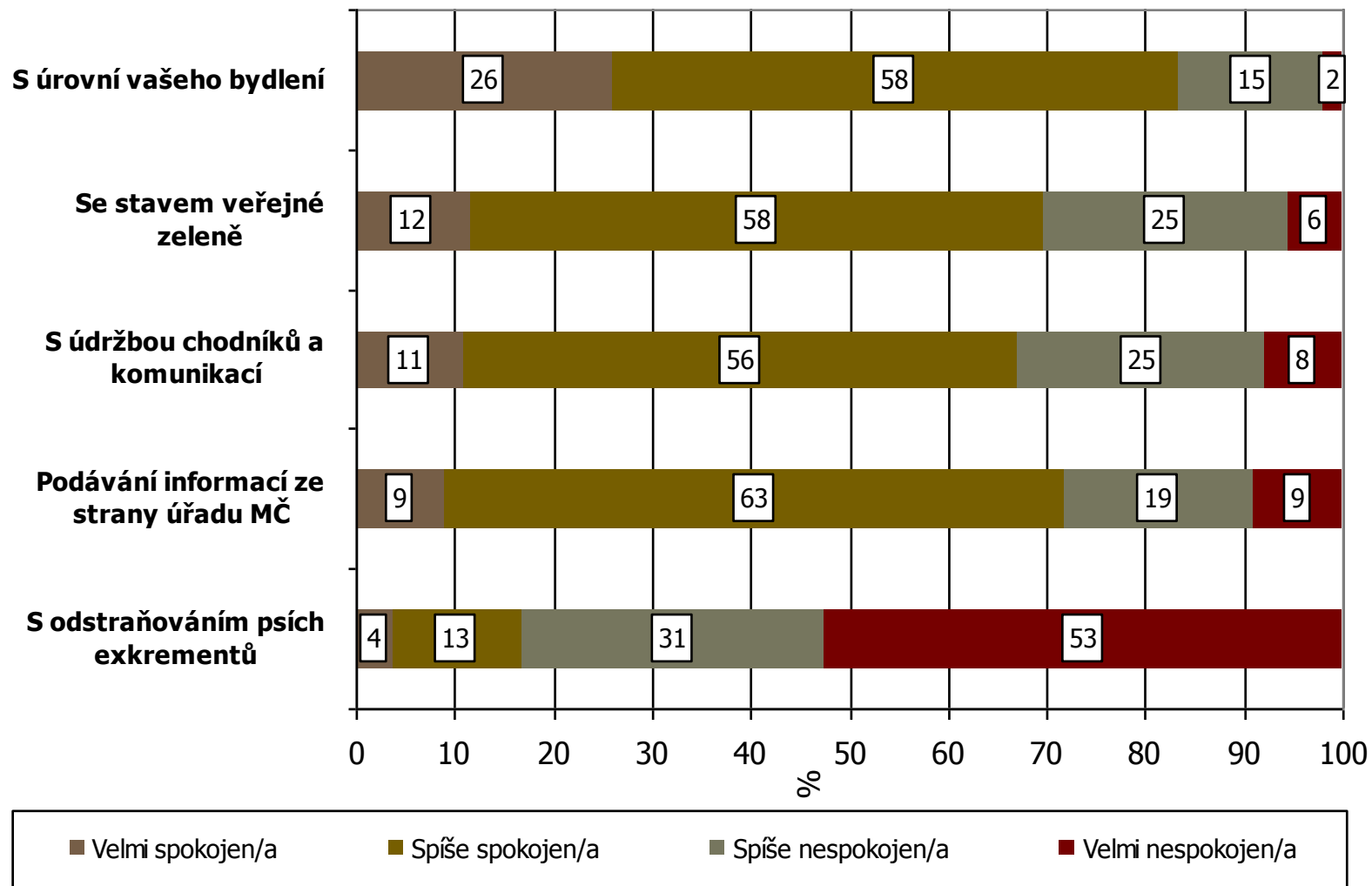


# Příklad

Co byste na veřejných prostranstvích ve vašem okolí změnil/a?



# Příklad

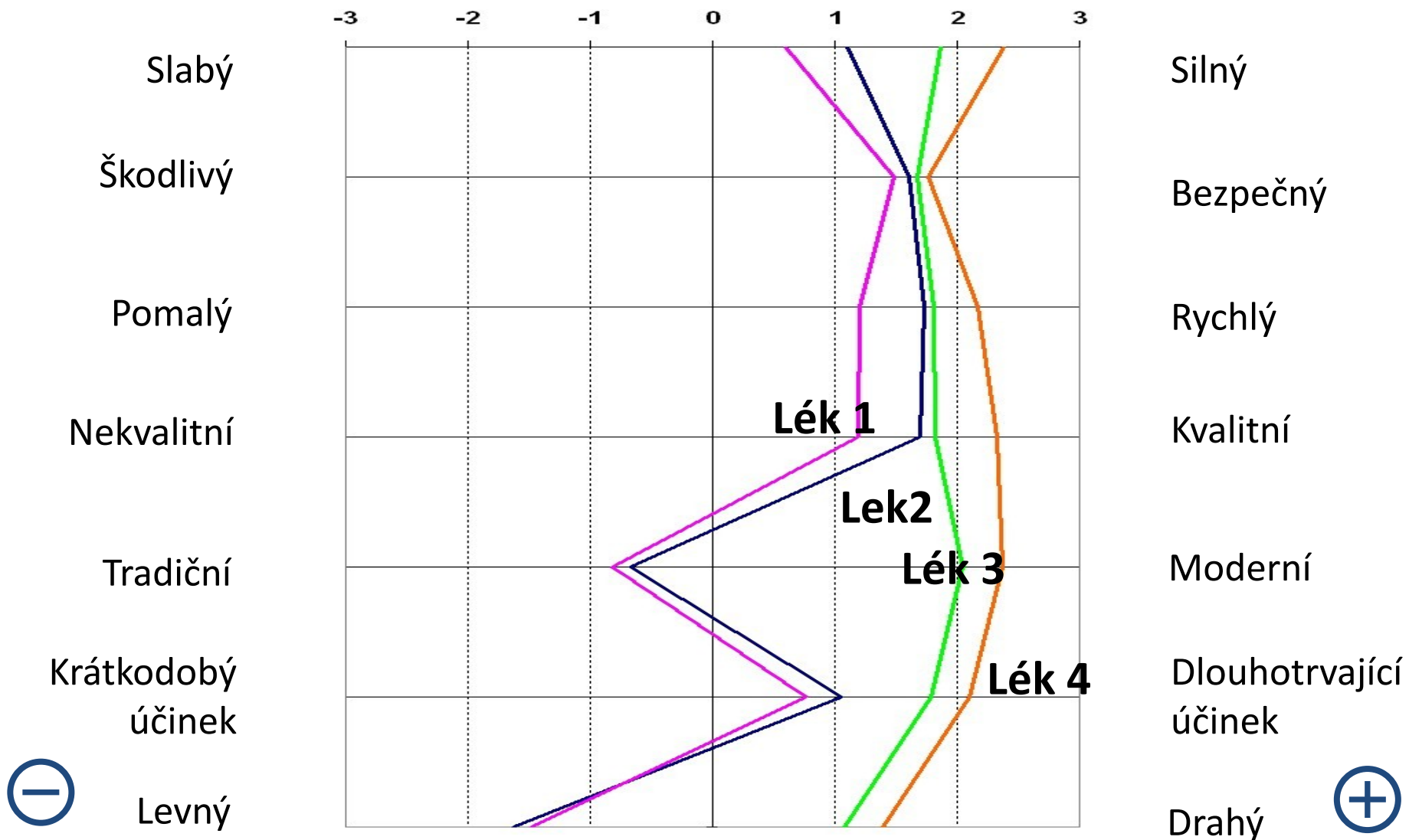


# Některá základní pravidla

- Uvádět N celého vzorku
- Někde na začátku naznačit rozsah výběrové chyby
- Procenta uvádět max. na 1 desetinné místo (v řádu desítek i na celá čísla)
- Průměry max. dvě desetinná místa
- Na konci nabídnout shrnutí a doporučení



# Ukázky grafů a tabulek



# Ukázky grafů a tabulek

	Brand1	Brand4	Brand2	Brand6	Brand5	Brand7	Brand8
High efficiency of the remedy	😊	😞	😊	😊	😞 😞	😊	😞
Minimization of side effects	😞	😊	😊	😊 😊	😞 😞	😞	😊
Cost of the remedy	😞 😞	😞	😞 😞	😞	😊	😊 😊	😞
Quick onset of action	😞	😞	😊 😊	😊	😞 😞	😞	😞
The remedy is specialist on certain pain	😊	😊 😊	😞	😊 😊	😞	😊	😞 😞
The remedy is all-purpose	😞	😞	😊	😊 😊	😞 😞	😞	😞
It acts for many hours	😞	😞	😊	😞	😞 😞	😊	😊
Well used	😞	😊	😊	😊 😊	😞 😞	😞	😞
Has pleasant taste	😊	😊 😊	😊	😊	😞 😞	😊	😊
It was recommended by friends	😞	😊	😞	😊 😊	😞 😞	😞	😞
Made in Romania	😞	😞	😞 😞	😞	😊	😊 😊	😊 😊
It is from famous producer	😞 😞	😞 😞	😞	😞	😞	😞	😊

# Uvádějte srovnání

