

Výzkum

- Aktivita zahrnující systematický sběr dat, jejich analýzu a interpretaci.
- Slouží k hlubšímu pochopení knihovny a jejích služeb.
- Lze zkoumat vnitřní i vnější procesy.

Proč je důležité dělat výzkum

1. **Kvůli propojení zájmů.** Ujistěte se, že splňujete poptávku svých uživatelů.
2. **Kvůli zlepšení kvality.** Pozvedněte poskytované služby dle požadavků uživatelů.
3. **Kvůli inovaci služeb.** Přesvědčte se, že děláte změny k lepšímu.
4. **Kvůli rozhodnutím vedení.** Postavte své argumenty na konkrétních datech.
5. **Kvůli rozhodování o změnách.** Podpořte své domněnky reálným stavem.

Co je potřebné určit

- Výzkumný problém** Stanovte si konkrétní problém, který právě potřebujete vyřešit.
- Spokojenost uživatelů s poskytovanými službami?
 - Spokojenost uživatelů s knihovním fondem?
 - Čtenářství a čtenářské chování?
 - Spokojenost s prostory knihovny?
 - Něco jiného?
- Nebojte se o tom popřemýšlet. Dobře stanovený výzkumný problém vám pomůže dopracovat se k efektivním výsledkům.
- Výzkumné otázky** Definujte si otázky, na které chcete znát odpověď. Formulujte je na základě stanoveného výzkumného problému, získají tím konkrétnější podobu. Pro získání výsledku s výpovědní hodnotou je ale třeba rozčlenit je na podrobnější podotázky.
- Sbírání dat** Možností je mnoho. Výběr by měl být ovlivněn tím, co chcete zjistit a jak podrobně chcete problém zkoumat. Na zjišťování postojů či chování uživatelů je vhodný například *Dotazník*, s testováním inovací a nových řešení vám víc pomůže například metoda *Focus group*.
- Výzkumný vzorek** Před zahájením výzkumu si položte otázku, koho se problém týká a koho se potřebujete ptát. Pomůže vám to zaměřit svůj výzkum na správnou cílovou skupinu a odpovědi budou přesnější. Jako opora vám může posloužit například seznam čtenářů knihovny.

Další kroky, *analýza a vyhodnocení dat*, se odvíjí od vybraného způsobu sběru dat. Poslední krok, *použití výsledků v praxi*, je již zcela na vás.

Typy výběru výzkumného vzorku

- Prostý náhodný** Vyberte respondenty ze seznamu možných dotazovaných pomocí losování nebo generováním náhodných čísel. Dbejte přitom na výzkumný problém: Neměli byste se například dotazovat seniorů, když hledáte odpověď na spokojenost dětí s konkrétní akcí.
- Skupinkový** Rozdělte respondenty do vzájemně zastupitelných skupinek a náhodně vyberte jen některé ze sestavených skupinek. Skupinky by měly být homogenní vzhledem k určenému kritériu, například k věku nebo pohlaví.
- Kvótní** Kvóty představují údaje rozlišující populaci podle pohlaví, dokončeného vzdělání, věku nebo jiné kategorie. Tyto údaje vytváří určitý model populace. Při zkoumání dětí se například postaráte o to, aby byl zahrnut alespoň jeden zástupce každého věku v rozmezí 6–15 let s podílem obou pohlaví.
- Systematický** Náhodně si určíte číslo n a poté zahrnete do výzkumu každou n -tou položku v seznamu. Když si určíte například číslo 3, výběr padne na každého třetího čtenáře v seznamu čtenářů.

Zcela nahodilý výběr, provedený na základě ochoty jednotlivců zapojit se, nedoporučujeme. Poskytuje nereprezentativní a zkreslený vzorek, výsledky mohou být nepravdivé a zavádějící.

Nejpoužívanější výzkumné metody

- Dotazník.** Způsob, jakým nenáročně zjistit jednoduchou reprezentativní odpověď na výzkumný problém. Pozor si dejte na přílišnou standardizaci a zkreslení výsledků.
- Rozhovory** Pomocí této metody získáte důkladný vhled do výzkumného problému. Metoda je časově náročnější a vyžaduje vzájemnou důvěru mezi účastníky.
- Focus group** Skupinové rozhovory vám pomohou s řešením nebo definováním komplexnějších problémů. Pozor na hlídání dynamiky ve skupině a ovlivňování diskuze.
- Výzkumný deník** Pro zachycení aktuálního problému pomocí myšlenek, názorů a pocitů je nejvhodnější využít tuto metodu. Vyžaduje ale určitou přípravu a je časově náročnější.

Při poznávání uživatelů můžete také použít testování bez přímé odezvy od uživatelů. Poznat své uživatele a jejich návyky lze například pomocí různých druhů *Pozorování* nebo vytvořením *Cesty službou* s určením kontaktních bodů.

Hlouběji se tématu věnují

- Portál vzskumy.knihovna.cz, kde naleznete e-learningový kurz, odkazy na literaturu a pomoc s dotazníkovým šetřením.
- Projekt [Libdesign](http://libdesign.cz), ze kterého vznikla sada 35 karet, která jednoduše a přehledně pomáhá se základními metodami a principy uživatelského výzkumu.
- Web 100metod.cz nabízí přehled a podrobnější informace o výzkumných metodách.

Dotazník

- + Přehledný, levný, jednoduchý a časově nenáročný.
- + Elektronická nebo tištěná verze.
- + Vysoce reprezentativní výsledky.
- Pochybná přesnost kvůli nezodpovězeným otázkám.
- Nemožnost zachytit emoce a reakce.
- Riziko vysokého zkreslení výsledků, kvůli lživým odpovědím.

Před začátkem se zeptejte

1. **CO** chcete dotazníkem zjistit? Jednoznačně si určete cíl.
2. **KOHO** se chcete ptát? Vyberte uživatele, kterých se cíl týká.
3. **JAK** budete dotazník distribuovat? Zvolte formu a distribuční kanál dotazníku.

Struktura dotazníku

Úvod Nejdříve uživatele oslovte, představte se a pár větami vysvětlíte cíle a důležitost vašeho výzkumu. Získají tím důvod a motivaci pro vyplnění dotazníku. Na začátku je ujistěte, že zabezpečíte jejich anonymitu a ochranu sdělovaných údajů, což také dodržte. Je rovněž vhodné uvést přibližnou dobu vyplňování dotazníku.

Otázky Tvořte dotazník jako příběh. Snažte se dodržovat určitou návaznost otázek, nebo si otázky rozdělte do souvisejících sad. První otázky by měly být snazší, zajímavé, konkrétní a neproblematické, aby respondenta upoutaly a našel na ně snadno odpověď. Otázky, u kterých by dotazovaný mohl být snadno ovlivněn, je potřeba také umístit na začátek. Následují otázky složitější, méně zajímavé a více soustředěné na výzkum. Na konec umísťujte kontroverzní nebo potenciálně konfliktní otázky, které mohou dotazované odrazovat. Dotazník by měl být uzavřen jednoduchými osobními a demografickými otázkami.

Závěr Po sadě otázek by mělo následovat poděkování respondentovi. Přidat můžete i informace o publikování výsledků.

Haló efekt Každá otázka ovlivňuje nejen odpověď na sebe samu, ale i na otázky následující. V řazení otázek je proto potřeba postupovat tak, aby otázky, které by případně mohly ovlivňovat odpovědi na jiné otázky, těmto otázkám nepředcházely.

Pozor! Délka dotazníku má vliv na míru nedokončení dotazníku, a také se s ní zvyšuje počet neurčitých odpovědí. Vzhled zase ovlivňuje návratnost, proto je vhodné použít vizualizace.

Otázky

1. **Ptejte se jednoduše.** Zvažte, co je pro respondenta opravdu relevantní informace.
2. **Ptejte se jednoznačně.** Určete jasný časový i místní rámec.
3. **Ptejte se pokaždé jen jednou otázkou.** Vícero možností si nechte pro odpovědi.
4. **Ptejte se na přímé zážitky.** Neužívejte podmiňovacího způsobu.
5. **Ptejte se podrobně.** Čím detailněji se zeptáte, tím kvalitnější bude výsledek.

Typy otázek

- Otevřené** (volné) Dotazovanému nabízíte volný prostor pro vyjádření svými slovy. Tento typ je velmi vhodný pro zjišťování názoru nebo popisu situace, má však vyšší nároky na zpracování.
- Uzavřené** (standardizované) Dotazovanému nabízíte několik variant možných odpovědí, ze kterých si může zvolit. Výhodou tohoto typu otázek je rychlé a jasné zpracování odpovědí. Velkou nevýhodou představuje vysoké riziko zkreslení v případě, že dotazovaný často volí odpověď jako kompromis z nabízeného.
- Polouzavřené** Dotazovanému nabízíte výčet možných odpovědí a na závěr uvedete variantu typu „jiné, uveďte jaké“ s prostorem pro vyjádření se vlastními slovy. Tento typ otázek zahrnuje výhody i nevýhody obou předchozích typů.
- Specifické** Pro zajištění lepší přehlednosti a výpovědnosti existují ještě další typy otázek:
- dichotomické (ano/ne),
 - Likertova škála (velmi dobře/dobře/ani dobře, ani zle/zle/velmi zle),
 - seřazování položek (Seřadte možnosti od nejdůležitější po nejméně důležitou:),
 - sémantický diferenciál (dobrý 1 2 3 4 5 6 7 8 9 zlý),
 - filtrační otázky (Pokud je odpověď ne, pokračujte otázkou 6).

Vyzkoušejte



Kde hledat pomoc

- Při realizaci dotazníkových šetření v knihovnách vám může pomoci portál **vyzkumy.knihovna.cz**. Naleznete tam vzory standardizovaných dotazníků, které vznikly ve spolupráci s Národní knihovnou ČR.