

Průvodce výzkumným rozpočtem aneb kde se opravdu (ne)dá ušetřit

3. února 2017

Mgr. Jana Hamanová

Úvodem

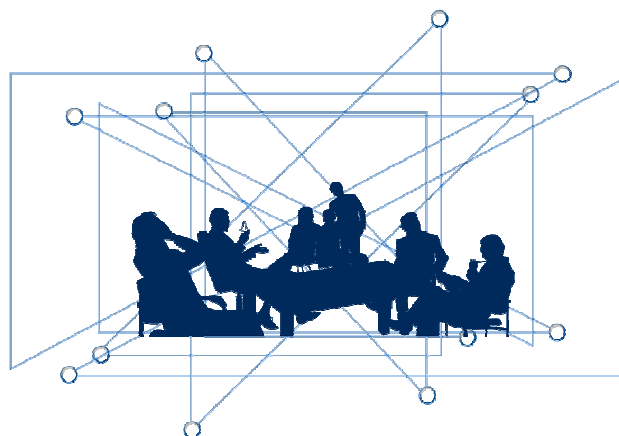
1. Zaměření příspěvku je na sociologická šetření kvantitativního charakteru, která se v ČR realizují
2. Podíváme se na kontext a faktory ovlivňující rozpočty
3. Cílem je otevřít debatu nad současnými rozpočty na výzkum v akademických i jiných výzkumných projektech

Sociologický výzkum je o lidech:

❖ Respondenti

❖ Tazatelé

- Výzkumníci
- Organizátoři
- Analytici, statistici
- IT specialisté



SC&C

Z čeho se skládá rozpočet projektu:

1. Management projektu
2. Příprava projektu (dotazník, programování, karty atd.)
3. Výběry (kvóty, pravděpodobnostní)
4. Školení a materiály
5. **Práce s tazateli, supervize**
6. **Sběr dat u respondentů**
7. Kontrola dat
8. Čištění dat a jejich příprava
9. Zpráva
10. Komunikace se zadavatelem

**Na všechny tyto činnosti
potřebujeme profesionály /
specialisty...**

**ALE HLAVNĚ – POTŘEBUJEME
RESPONDENTY
A TAZATELE**

Respondenti

Respondent **nemá důvod odpovídat** na sociologický výzkum:

1. nevidí relevanci svých odpovědí - nedostane se k žádným závěrům, které by byly pro něj užitečné
2. výsledky výzkumů se neprojevují v řízení této země
3. když se bojí o sobě cokoli sdělit

**A už vůbec nemá důvod
odpovídat zadarmo**



Jakého chceme tazatele?

1. sociálně schopného
2. psychicky odolného
3. časově flexibilního (večery, víkendy, školení)
4. ovládajícího počítač, mobil, práci s internetem, práci se speciálním softwarem
5. s minimálně SŠ vzděláním
6. bezúhonného, s čistým trestním rejstříkem
7. mobilního
8. loajálního
9. schopného si poradit v kritických situacích
10. **respektujícího všechna pravidla výzkumu**



Při pravděpodobnostním výběru tazatel musí:

1. zajet na místo a seznámit se s terénem - jaké jsou tam typy budov, zda adresy existují apod., někdy také roznést zvací dopisy do schránek
2. začít obcházet domácnosti, lépe řečeno pokusit se do nich dostat - dostat se do domu apod.
3. když už někdo otevře, tak zjistit, koho má vlastně dotazovat - pokud tedy uspěje na poprvé, aby spolu udělali screening
4. být připraven na zrušení schůzky těsně před rozhovorem nebo její přesun
5. jít opakovaně (až 6x) do domácnosti, do které se zatím nedostal
6. vyřizovat veškerou administrativu, podávat hlášení, být na telefonu....



To v praxi znamená:

Dotazník na **45 minut** tak v praxi znamená, že s ním tazatel stráví **2 -3 hodiny**
tj. pokud dostane 200 Kč za dotazník, tak je to mezi **60 a 100 Kč/ hod.** → to jsme na úrovni minimální mzdy...

Navíc chceme, aby tazatel udělal 10 – 20 dotazníků
tj. vydělá si v projektu cca 2 – 3 000 Kč ...



Kontext – okolní svět

- Navíc jsme v období **nulové nezaměstnanosti** a tím přetlaku na trhu práce → zaměstnavatelé se předhánějí v tom, kdo udělá zaměstnance „šťastnějším“
- Už nežijeme ve „výzkumně nadšených“ 90. letech – jak ze strany tazatelů, tak respondentů
- Tazatel není **prestižní povolání**, je spíše na úrovni podomního obchodníka a to někdy v našem prostoru znamená "šmejda"



Co znamená, když je budget na sběr dat:

- 300 tisíc Kč (bez DPH) na 1 000 respondentů
= **300 Kč na 1 respondenta**
- Co se za to dá udělat?
 - Krátký výzkum cca 15 minut
 - Kvótní výběr – běžná populace 18+
 - Od online po F2F



Kolik musím naopak počítat, když

... chci **1 500 respondentů**

Trvám na pravděpodobnostním výběru

CAPI

Dotazník mám na „45 minut“

Chci návratnost alespoň 60%

A požaduji „jen“ sběr dat...

Minimálně
1,2 M + DPH
tj. 800 Kč / dotazník



Zkušenosti z prestižních mezinárodních projektů:

- PIAAC (2010 – 2012): N = 6 100, LOI 120 min
 - Pravděpodobnostní výběr (supervizovaný ze zahraničí)
 - 65% návratnost
 - Cca 10 tisíc hodin zaměstnanců (každý dotazník = cca 1,5 hodiny zam.)
→ 60 človeko/měsíců
 - Cca 1 300 – 1 500 Kč přímý náklad na dotazník (tazatel, respondent)
 - Jen poštovné a tisky materiálů a jejich distribuce stály 0,8 M




Zkušenosti z prestižních mezinárodních projektů:

- SHARE (2014 – 2015): N = 5 200, LOI 90 min
 - Panelový výzkum (původně pravděpodobnostní výběr)
 - 80% návratnost
- Cca 6 tisíc hodin zaměstnanců (každý dotazník = cca 1 hodina)
- Cca 800 – 1 000 Kč přímý náklad na dotazník (tazatel, respondent)



Co se stane v případě podfinancování?

- Totéž, co všude jinde:
 - Špatná práce
 - Frustrace
 - Úpadek „řemesla“
 - Úpadek morálky
 - Nutnost „vícenákladů“
 - Nepravdivé výsledky...

A blue speech bubble with a tail pointing towards the list item 'Úpadek „řemesla“'.

Vy jste chtěl párek z masa???



Je z toho cesta ven?

- nesoutěžit na nejnižší cenu – ve službách je adekvátní, aby **cena tvořila 10 – 50%** rozhodování
- počítat s tím, že **zajištění sběru dat v terénu** je to **nejdražší** na celém výzkumném projektu
- **využívat informace z výzkumu pro blaho společnosti**
– prosazovat výsledky výzkumu aktivně do politiky, připravit z nich konkrétní návrhy na zlepšení, podklady pro zákony / novely, srozumitelné informace pro veřejnost, sdílet data



DĚKUJI ZA POZORNOST



Jana Hamanová

jhamanova@scac.cz

+420 732 150 284

[linkedin.com/in/jana-hamanová-164b1416](https://www.linkedin.com/in/jana-hamanová-164b1416)

www.scac.cz