

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut Sociologických studií

Katedra Sociologie

Diplomová práce

2018

Petra Terchová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut Sociologických studií

Katedra Sociologie

**Grafické modifikace možností odpovědí
u otázek v online dotazníku**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Petra Terchová

Studijní program: Sociologie

Vedoucí práce: Ing. Mgr. Jiří Remr, Ph.D., MBA

Rok obhajoby: 2018

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 5. 1. 2018

Petra Terchová

Bibliografický záznam

TERCHOVÁ, Petra. *Grafické modifikace možností odpovědí u otázek v online dotazníku*. Praha, 2018. 153 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut Sociologie. Katedra Sociologie. Vedoucí diplomové práce Ing. Mgr. Jiří Remr, Ph.D., MBA.

Rozsah práce: 128 820 znaků včetně mezer

Anotace

Tato diplomová práce pojednává o problematice vlivu grafických modifikací možností odpovědí u otázek v online dotazníku na odpovídání respondentů. Metoda sběru dat pomocí online dotazníku nabízí širokou škálu možností vizuálních úprav, a proto je nutné způsob grafického formátování předem pečlivě zvážit, jelikož různé druhy grafických modifikací možností odpovědí mohou produkovat značné rozdíly v odpovědích respondentů. Cílem práce je prostřednictvím dvou verzí online dotazníku lišících se v grafickém formátu možností odpovědí zjistit, zda a případně jaké rozdíly v odpovědích respondentů tyto odlišnosti způsobují. Pozornost je věnována také rozdílům v časové náročnosti jednotlivých otázek. Celkem je testováno jedenáct grafických modifikací, každá z nich se v dotazníku vyskytuje dvakrát. Analýza ukazuje, že rozdíly v grafickém formátu možností odpovědí mají vliv na odpovědi respondentů, potvrdilo se 7 z 11 hypotéz. Jedním z překvapivých zjištění je, že v případě porovnání formátu zaškrťování a vypisování odpovědí využili respondenti v obou verzích plného počtu možností. Takový výsledek nebyl v případě vypisovacího formátu očekáván. Další výsledky ukazují, že některé modifikace mají vliv spíše na ženy než na muže, například použití škály s označenými všemi body versus škály s označenými pouze těmi krajními. U škály s označenými všemi body umísťují ženy svou odpověď ve větší míře do první poloviny škály než v případě s označenými pouze krajními. U některých grafických modifikací analýza nedopadla jednoznačně, jelikož se nepotvrdila u obou testovaných dvojic otázek.

Annotation

This thesis deals with an issue of how can graphical modifications of response options in online questionnaire influence the respondents' answers. Online questionnaire as a data collection method offers a wide range of visual adjustments. Therefore, it is necessary for the graphical format to be treated with caution, because it can produce significant differences in respondents' answers. The goal of this thesis is to find out, with the help of two versions of online questionnaire that differ in the graphical format of response options, whether and

what differences in answers these modifications produce. The attention is also paid to the response time differences. Together there are eleven modifications tested, each of them is represented twice. The analysis shows that the differences in graphical format of response options do influence the answers; there were 7 of 11 hypotheses confirmed. One of the surprising findings is that in the case of comparing the format of check boxes and the format of writing answers into text boxes, respondents answered with a maximum number of allowed answers in both versions. This type of result was not expected in the case of the “writing into text boxes” format. Other findings show that some modifications influence more women than men, for example the use of a fully labeled scale versus scale with only polar points labeled. In the case of a fully labeled scale, women placed their answers more in the first half of the scale than in the case of a scale with only polar points labeled. Regarding some other modifications, the analysis was sometimes not clear, because the results did not match in both tested pairs of questions.

Klíčová slova

grafické modifikace, grafický formát, formát možností odpovědí, doba odpovídání, online dotazník, CAWI

Keywords

graphical modifications, graphical format, response options format, response time, online questionnaire, CAWI

Title

Graphical modifications of response options in online questionnaire

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu práce, Ing. Mgr. Jiřímu Remrovi, Ph.D., MBA, za cenné rady, věnovaný čas a ochotu. Další poděkování si zaslouží Ing. Pavol Procházka, který nese veškeré zásluhy za naprogramování online dotazníku. V neposlední řadě pak patří velké díky také týmu výzkumné agentury Médea Research, který se zasloužil o to, že mohla být provedena analýza na tak objemném vzorku respondentů.

Obsah

ÚVOD	3
1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA.....	4
1.1 Rozmach internetových výzkumů.....	4
1.2 Důležitost grafických úprav ovlivňujících výzkum.....	5
1.3 Grafické odlišnosti ovlivňující odpovědi respondentů	8
1.3.1 Vzestupné vs. sestupné seřazení škály.....	8
1.3.2 Označení jednotlivých bodů škály.....	9
1.3.3 Horizontální vs. vertikální orientace škály	10
1.3.4 Menší vs. větší velikost textového pole.....	10
1.3.5 Zaškrťávání ano/ne vs. výběr jen kladných	12
1.3.6 Zobrazení v řádku (horizontálně) vs. ve sloupci (vertikálně).....	13
1.3.7 Zaškrťávání vs. slider	14
1.3.8 Zaškrťávání vs. vypsání odpovědi	14
1.3.9 Zobrazení v jednom sloupci vs. ve dvou sloupcích.....	15
1.3.10 Samotný text vs. text doplněný o obrázky.....	15
1.3.11 Hodnocení pomocí čísel vs. pomocí smajlíků	17
1.4 Shrnutí.....	17
2 CÍL PRÁCE A VÝZKUMNÁ OTÁZKA	18
3 METODOLOGIE	19
3.1 Online dotazník.....	19
3.1.1 Příprava a návrh online dotazníku	19
3.1.2 Výhody naprogramování dotazníku	20
3.1.3 Služba Project SurveyJS.....	21
3.1.4 Sestrojení ostré verze online dotazníku.....	21
3.1.5 Otázky v dotazníku a jednotlivé grafické modifikace.....	23
3.2 Hypotézy	35
3.3 Pilotáž	37
3.4 Sběr dat a vzorek respondentů	38
3.4.1 Metoda sběru dat - CAWI	38
3.4.2 Vzorek respondentů.....	38
3.4.3 Sociodemografické charakteristiky respondentů	40

3.5	Etika výzkumu	41
3.6	Validita a reliabilita.....	41
3.7	Úprava dat.....	41
4	ANALÝZA DAT	43
4.1	Referenční rámec	43
4.2	Deskriptivní zjištění	47
4.2.1	<i>Otázky v 1. verzi online dotazníku.....</i>	<i>48</i>
4.2.2	<i>Otázky ve 2. verzi online dotazníku.....</i>	<i>84</i>
5	INTERPRETACE A DISKUZE.....	118
5.1	Grafická modifikace č. 1 = Zaškrtnutí vs. vypsání odpovědi.....	118
5.2	Grafická modifikace č. 2 = Popsané všechny body škály vs. jen krajní	119
5.3	Grafická modifikace č. 3 = Dvě text. možnosti na posuvníku vs. text dopln. o obrázky	121
5.4	Grafická modifikace č. 4 = Přetahování možností vs. přiřazování čísel	123
5.5	Grafická modifikace č. 5 = Menší okno pro textovou odpověď vs. větší okno	124
5.6	Grafická modifikace č. 6 = Škála seřazená vzestupně vs. sestupně	127
5.7	Grafická modifikace č. 7 = Odpovědi v jednom sloupci vs. ve dvou sloupcích	128
5.8	Grafická modifikace č. 8 = Odpovědi ve sloupci vs. v řádku	130
5.9	Grafická modifikace č. 9 = Výběr navrženého rozmezí vs. vytvoření vlastního	131
5.10	Grafická modifikace č. 10 = Odpověď na každý výrok vs. zaškrtnutí jen souhlasných	134
5.11	Grafická modifikace č. 11 = Hodnocení pomocí čísel vs. pomocí smajlíků	135
6	SHRNUTÍ	137
	ZÁVĚR	139
	SUMMARY	141
	POUŽITÁ LITERATURA	143
	SEZNAM PŘÍLOH	152
	PŘÍLOHY	153

Úvod

Tato diplomová práce se zaměřuje na problematiku grafického formátu možností odpovědí u otázek v online dotazníku. Vzhledem k neustálému vývoji výzkumů v oblasti internetového prostředí a vzhledem ke značnému nárůstu popularity u praktikování online dotazníků také širokou veřejností je nutné věnovat zvýšenou pozornost důležitosti designových úprav, které mohou mít značný vliv na proces odpovídání respondentů a následně také na jejich konkrétní odpovědi. Vzhledem ke skutečnosti, že tvorba online dotazníků je stále dostupnější, a to především díky internetovým platformám nabízejících šablony pro jednoduché a rychlé sestavení online dotazníku, může být o to náročnější realizovat opravdu pečlivě promyšlený a propracovaný dotazník, pomocí kterého budou sesbírána kvalitní data bez zkreslených odpovědí.

Ve své diplomové práci se proto budu zabývat několika typy grafických modifikací možností odpovědí u otázek v online dotazníku a tím, jaký vliv mají tyto modifikace na odpovídání respondentů. V teoretické části práce nejprve na základě odborné literatury doložím důležitost grafických úprav v online dotazníku, následně prostřednictvím předchozích výzkumů zabývajících se touto problematikou představím několik typů těchto úprav a popíšu, jaký vliv může mít rozdílné grafické formátování možností odpovědí na rozložení odpovědí respondentů. V rámci vlastního výzkumu naprogramuji dvě verze online dotazníku lišících se v úpravě možností odpovědí. Tento dotazník bude prostřednictvím internetu rozeslán respondentům, kterým bude na základě náhodného mechanismu přiřazena jedna ze dvou verzí tohoto dotazníku. Obě verze budou obsahovat celkem 11 dvojic grafických modifikací. Cílem analytické části práce bude detailně zanalyzovat okolnosti odpovídání na odlišně graficky zpracované možnosti odpovědí spolu s věnováním pozornosti také času, který respondenti strávili zodpovídáním jednotlivých otázek. Pomocí analýzy bude tedy snahou nalézt odpovědi na to, zda produkují různé grafické modifikace možností odpovědí v online dotazníku rozdíly v odpovědích respondentů a zda tyto různé grafické modifikace produkují také nějaké rozdíly v čase odpovídání respondentů. Výsledky analýzy budou v závěru práce diskutovány se zjištěními zmíněnými v teoretické části práce, budou zmíněny limity práce a návrhy na další výzkum.

1 Teoretická východiska

1.1 Rozmach internetových výzkumů

V souvislosti s příchodem 21. století začal internet značně ovlivňovat mimo jiné také oblast výzkumu, což způsobilo, že výzkumy realizované prostřednictvím webových stránek tak získaly v posledním desetiletí značně na popularitě a podléhají neustálému vývoji. (Couper 2000; Couper et al. 2001; Ganassali 2008) Nabízí totiž několik výrazných výhod oproti tradičním způsobům sběru dat. Jedná se například o kratší čas potřebný k přenosu informací, jelikož získaná data se ukládají v reálném čase, nižší náklady na doručení a v neposlední řadě také široké spektrum možností designových úprav. (Fan, Yan 2010: 132) Právě pomocí internetových výzkumů je totiž velmi snadné respondentům předkládat multimediální obsah, a i přesto zachovat metodu samovyplnění. To přispívá k odkrytí mnoha nových možností, jež byly dříve u tradičních metod sběru dat téměř či vůbec neaplikovatelné. (Couper 2000: 465)

Prudký nárůst v realizaci výzkumů prostřednictvím internetu vede některé výzkumníky k zamyšlení, zda má tato metoda sběru dat možnost v budoucnu nahradit ostatní tradiční metody. Někteří jsou k roli, jež v budoucnu mohou internetové výzkumy zaujímat, poměrně skeptičtí. Internetové výzkumy disponují jednou hlavní výhodou, a tou je fakt, že umožňují přístup k účasti na výzkumu široké mase lidí. Výzkumníci tak mohou získat výrazně více respondentů za výrazně nižší náklady než při použití tradičních metod. (Couper 2000: 464) Zároveň může také široká veřejnost využít zdarma nabízených služeb, prostřednictvím kterých lze pomocí určité šablony online dotazník snadno vytvořit a sbírat tak data od velkého množství lidí napříč celým internetovým prostředím. Možnost realizovat výzkumy ve velkém měřítku už tím pádem není výsadou pouze příslušných organizací a velkých společností, ale dostupnost webových nástrojů pro tvorbu dotazníků umožňuje provést výzkum téměř komukoliv, kdo má přístup k internetu. (Couper 2000: 465)

Couper (2000) však upozorňuje na stěžejní nedostatek pojící se s nárůstem internetových výzkumů a s vytrácející se skutečností, že realizace výzkumů bývala výsadou pouze povolanych organizací. Tvrdí, že s rostoucím množstvím internetových výzkumů bude obtížnější odhalit, které výzkumy jsou kvalitní a které nikoliv. To, že internet otevřel bránu novým možnostem a přispěl k nárůstu online výzkumů, je sice výrazným pozitivem,

nicméně současně i hlavním negativem. „Přemnožení“ výzkumů může vést k rostoucí neochotě lidí se jich účastnit. Couper (2000) prezentuje myšlenku, že může nastat okamžik, kdy budou lidé tak vytiženi žádostmi o zúčastnění se nějakého internetového výzkumu, že začnou žádosti odmítat zcela, či je budou filtrovat na základě tématu, obsahu, atraktivity výzkumu a podobných kritérií. (Couper 2000: 465)

Zatímco možnost vytvářet internetové výzkumy může být tedy v budoucnu čím dál dostupnější, a to zejména z hlediska finančních nákladů a časové náročnosti, realizovat opravdu kvalitní a dobře designově zpracované internetové výzkumy, které budou také produkovat kvalitní data, může být vzhledem k početné konkurenci o to náročnější. (Couper 2000: 465)

Aby dotazník nebyl pouze jedním z mnoha a mohl přinést spolehlivá zjištění na základě kvalitních odpovědí, je nutné věnovat zvýšenou pozornost formátu jednotlivých otázek, jelikož vzhledem k absenci tazatele je u internetových výzkumů pečlivé zpracování otázek v dotazníku jedinou možností, jak předat respondentům veškeré informace, a právě tyto informace získané z dotazníku mohou do značné míry ovlivnit průběh respondentova vyplňování. (Ganassali 2008: 22)

Na základě mnoha provedených výzkumů je dokázáno, že vliv formátu otázek v dotazníku, a to konkrétně vliv formátu možností odpovědí u jednotlivých otázek, má přímý vliv na odpovědi respondentů a tím pádem na celkovou kvalitu dat. (Ganassali 2008: 24)

1.2 Důležitost grafických úprav ovlivňujících výzkum

Prostředí internetu je pro sociologické výzkumy široce využíváno, jelikož online průzkumy poskytují efektivní způsob, jak sbírat informace od respondentů rychle a s nižšími náklady. Kromě důležitého prvního dojmu, jež dotazník umístěný na internetu v respondentech vyvolá a měl by je k vyplnění dotazníku motivovat, je dalším cílem výzkumníků dosáhnout validních odpovědí a co největší návratnosti. Jedním ze způsobů, jak se těmto cílům přiblížit, je prostřednictvím celkového vizuálního zpracování dotazníku a především také konkrétních otázek. (Toepoel et al. 2009: 510)

V internetových výzkumech může být otázka doplněna o širokou škálu vizuálních prvků – například o barvu, různé grafické či interaktivní doplňky. Před výzkumníky tak stojí téměř neomezené množství designových úprav, se kterými v rámci vytváření výzkumu mohou pracovat. Z toho vyplývá, že také vizuální kvalita internetových výzkumů se může výrazně lišit. S větším množstvím vizuálních prvků, s nimiž můžeme v rámci internetových výzkumů pracovat, roste také míra pozornosti, kterou bychom měli designové úpravě věnovat. Tato podpůrná „vylepšení“ totiž mohou respondentům jednak zodpovídání usnadnit, na druhé straně je však mohou také při vyplňování dotazníku rušit a rozptylovat. (Couper, Traugott, Lamias 2001: 230-1)

Tourangeau v roce 1984 představil čtyři hlavní kognitivní kroky, kterými respondent prochází při zodpovídání otázek. Tyto kroky zahrnují 1) porozumění otázce a přiřazení významu, 2) vyhledání relevantních vzpomínek a informací v paměti, 3) vytváření nejvhodnější odpovědi, a 4) zodpovězení otázky. Tento model byl původně navržen pro interview, nicméně Redline a Dillman (2002) ho rozšířili o další krok v souvislosti se samovyplňovacími výzkumy. Tento přídavný krok předchází již vyjmenovaným čtyřem krokům a jedná se o fázi vnímání (perception). V průběhu této fáze respondent vstřebává vizuální podněty, ze kterých se skládá výzkumný nástroj. (Stern et al. 2007: 121) Jenkins a Dillman (1997) definují vnímání jako složitý proces, při němž není důležité pouze to, že respondent vidí určitý vnější stimul, ale záleží zejména na tom, jaká má respondent očekávání či znalosti ohledně tohoto stimulu. (Redline, Dillman 2002) Redline a Dillman hovoří o důležitosti vnímání v souvislosti s používáním filtračních otázek. U těch je totiž velmi důležité, aby respondent filtr nepřehlédnul, což by následně vedlo k chybným datům. Jedním z důvodů, proč respondent filtr v otázce přehlédne, může být to, že jeho pozornost je příliš zaměstnána samotnou otázkou a výběrem odpovědi na úkor instrukcí právě ohledně filtru, nebo je respondent ponořen do setrvačnosti v zodpovídání jedné otázky za druhou, že si filtru v této stereotypní činnosti jednoduše nevšimne. Při konstrukci dotazníku se těmto jevům snažíme zabránit, a to například zavedením nějaké obměny, která upoutá respondentovu pozornost. Nedůkladné promyšlení těchto změn však může mít za následek opak kýženého efektu. (Redline, Dillman 2002)

Dotazník tak není pouze nástrojem, který slouží k získávání informací od respondentů. Prostřednictvím dotazníku výzkumníci také respondentům informace předávají. Nemusí si

přítom být vždy plně vědomi toho, co přesně jsou ty informace, jež respondentům prostřednictvím svého dotazníku předávají. Často jsou pak překvapeni, jak velký dopad mohou mít zdánlivě drobné variace v dotazníku na odpovědi respondentů. (Schwarz 1995: 154) V případě internetového výzkumu je tím pádem vzhled mnohem důležitější než v případě výzkumu, u kterého je přítomen tazatel. Pokud výzkum vede tazatel, může u jednotlivých respondentů kontrolovat správné chápání otázek a zajistit tak, že bude dotazník všemi respondenty chápán totožně a přinese tak kvalitní data. Naopak u internetového výzkumu, kde tazatel přítomen není, záleží zcela na respondentovi, jak si jednotlivé otázky vyloží a jaký vliv na něj bude mít jak verbální stránka dotazníku, tak jednotlivé grafické úpravy dotazníku, např. barva, obrázky, animace a podobně. Vliv těchto prvků se také u jednotlivých respondentů může méně či více lišit. (Couper 2000: 476)

Z výše zmíněných důvodů se grafickému formátu otázek musí věnovat speciální pozornost, jelikož každý detail hraje důležitou roli a ovlivňuje celkový výsledek. Percepce jednotlivých otázek a odpovědí či to, jak je dotazník vnímán jako celek, je důležitý jev, na který musíme při konstruování dotazníku myslet. Pokud při jeho sestavování nejsme důkladní a nevezmeme v potaz všechny okolnosti, které mohou respondentovo uvažování nějak ovlivňovat, zbytečně přicházíme o validní odpovědi, neboť i jemné rozdíly v grafickém zpracování otázky mohou vést k jiným odpovědím.

1.3 Grafické odlišnosti ovlivňující odpovědi respondentů

V následujících podkapitolách budou uvedeny jednotlivé příklady grafických prvků, které mají vliv na odpovídání respondentů, společně s výsledky předchozích výzkumů, které se zabývaly touto problematikou.

1.3.1 Vzestupné vs. sestupné seřazení škály

Nejčastěji používaným nástrojem u internetových výzkumů je podle autorky Toepoel et al. (2009) zřejmě ordinální škála. (Toepoel et al. 2009: 509) Hodnoticí škály mohou výrazně ovlivnit kvalitu dat, a to z hlediska průměru, rozložení odpovědí, doby odpovídání či chybějících hodnot. (Funke, Reips, Thomas 2011: 222)

Škálu můžeme sestavit několika různými způsoby, jež mají následně také různý vliv na odpovědi respondentů. Vliv na odpovědi respondentů má zejména verbální orientace škály, to znamená, zda jsou možnosti odpovědí sestaveny vzestupně či sestupně. Respondent totiž vnímá, jak jsou jednotlivé popisky odpovědí seřazeny, a podle toho reaguje. (Toepoel et al. 2009: 509-10)

Autoři Tourangeau et al. (2013) a Toepoel et al. (2009) poukazují na zjištění, že při seřazení škály od negativních k pozitivním odpovědím dochází k výraznému poklesu počtu pozitivních odpovědí. Stern et al. (2007) také tvrdí, že u takto seřazených škál mají respondenti tendenci vybírat variantu “nevím”. (Stern et al. 2007: 30) Christian et al. (2009) dospěl ke zjištění, že pokud škála začíná pozitivní odpovědí, respondenti odpovídají v kratším čase. (Maloshonok et al. 2016: 507)

Christian et al. (2009) se zaměřil na rozdíl v čase, který respondenti strávili zodpovídáním otázky, jejíž možnosti odpovědí byly ve formátu škály. Jedna verze obsahovala pozitivní možnost na prvním místě, zatímco druhá verze škály začínala tou negativní. Další autoři zaznamenali také odlišné průměry při srovnání otázek s možnostmi odpovědí seřazenými vzestupně, či sestupně. (Tourangeau et al. 2013; Toepoel et al. 2009)

1.3.2 Označení jednotlivých bodů škály

Dále může mít škála popsanou každou kategorií odpovědi, či pouze ty krajní. (Toepoel et al. 2009: 509) Co se týče popisů škály, je zde možnost přiřadit jednotlivým kategoriím popisky verbální či numerické. (Malhotra et al. 2009) Různé druhy popisování škály a použití odlišných výrazů může způsobit značné rozdíly v odpovědích respondentů, jelikož každý respondent nemusí daným popisům rozumět zcela totožně. (Schwarz 1991)

Respondenti si k jednotlivým položkám v dotazníku snaží vždy přiřadit nějaký význam. Buď jsou tyto položky definovány jasně, že respondentům nečiní potíže na tento význam přijít. V opačném případě pak význam nemusí být tak čitelný a jednoznačně definovaný, že mohou daným položkám různí respondenti přiřazovat různé významy. Schwarz et al. například ukazuje, jaký vliv mají číselné popisky přiřazené jednotlivým bodům škály na rozložení odpovědí. Dále ukazuje, že značný rozdíl také produkuje konkrétní číselné označení škály. To znamená, že škála označená popisky -5 až +5 přináší odlišné výsledky, než škála označená popisky 1 až 11. (Tourangeau, Couper, Conrad 2007: 70)

Schwarz (1991) dokazuje, že škály, jež mají označené pouze krajní body, vykazují nižší reliabilitu než škály s označenými všemi body. Při označených pouze krajních bodech škály je nutno se navíc potýkat s faktem, že v takovém případě mohou mít respondenti potíže s přiřazením významu zbývajícím neoznačeným bodům či jim nemusí rozumět zcela totožně, což může následně produkovat nevalidní odpovědi.

Christian (2003) se zabýval testováním rozdílů mezi škálou, která měla označené všechny odpovědi, a škálou, která měla označené jen ty krajní. V rámci svého výzkumu dochází ke zjištění, že plně označená škála v rámci internetového výzkumu má za následek produkování pozitivnějších odpovědí než škála s označenými pouze krajními odpověďmi. (Christian 2003: 33)

Výsledky výzkumu Tourangeau, Couper, and Conrad (2007) ukazují, že při interpretaci škály mají verbální popisky odpovědí na škály přednost před těmi číselnými a ty číselné mají přednost před barvou. (Tourangeau, Couper, Conrad 2007: 70)

1.3.3 Horizontální vs. vertikální orientace škály

Co se týče uspořádání odpovědí ve škále, respondenti používají několik heuristických technik, jež jsou založené na vizuálním vnímání a pomáhají respondentům s interpretací struktury škály. Podle Tourangeau et al. (2004, 2007) je například možnost odpovědi vyobrazená ve středu škály vnímána jako ta nejtypičtější. Dále je předpokládáno, že varianty odpovědí jsou prezentovány v jistém logickém pořadí. To znamená, že pokud je škála orientována vertikálně, je vrchní volba vnímána jako ta nejvhodnější. Stejně tak je u horizontálně orientované škály vnímána jako nejvhodnější odpověď ta na levém konci škály (Toepoel et al. 2009).

Friedman a Friedman (1994) také tvrdí, že rozdíly v odpovědích mohou být vyvolány horizontálním či vertikálním uspořádáním totožné škály. Při horizontální orientaci jsou jednotlivé odpovědi prezentovány v řadě, zatímco u vertikální orientace jsou vyobrazeny v jednom sloupci. Kromě horizontálního a vertikálního vyobrazení, jež se společně označují jako lineární, je známý také nelineární formát, který danou škálu prezentuje v několika řádcích a sloupcích zároveň. (Toepoel et al. 2009: 511) Podle mnoha výzkumů má i použití lineárního a nelineárního formátu škály za následek rozdíly v odpovědích. (Toepoel et al. 2009; Christian 2003; Christian et al. 2009)

Vertikálně orientované škály jsou vhodné pro mobilní internetové výzkumy vzhledem k orientaci jejich displeje, kde se horizontální škála nezobrazí celá bez nutnosti posouvání. Vertikálně orientovaná škála na displeji otočeném horizontálně a naopak může vést k chybným výsledkům, a to především kvůli tomu, že se nabídka možností nebude zobrazovat korektně a respondent může snadno něco přehlédnout. (Funke, Reips, Thomas 2011: 223)

1.3.4 Menší vs. větší velikost textového pole

Mezi vizuální prvky, které ovlivňují kvalitu odpovědí respondentů, patří mimo jiné například velikost textového pole pro zaznamenání odpovědí na otevřené otázky. (Behr et al. 2014: 525) Zájem o proces odpovídání na otevřené otázky v online výzkumech roste a studie, které se zabývaly způsobem odpovídání na otevřené otázky, se zaměřovaly zejména na délku

odpovědí, některé také na míru chybějících hodnot. (Zuell et al. 2015: 116)

Podstatou otevřených otázek je získat od respondentů odpověď formulovanou jejich vlastními slovy. Dillman, Smyth a Christian (2007) rozdělují otevřené otázky na tři typy. Prvním z nich je taková otázka požadující odpověď v číselném formátu, například datum, druhý typ zahrnuje odpovědi v podobě výčtu položek a třetím typem jsou otevřené otázky požadující po respondentech nějaký popis či úvahu. S těmito rozdílnými formáty se pojí také různá omezení v zápisu odpovědí na otevřené otázky, přičemž třetí typ se vyznačuje nejmenším množstvím omezení. (Behr et al. 2014: 525-6)

Dennis, deRouvray, a Couper (2000) zjistili, že v případě většího textového pole napíší respondenti více slov než v případě toho menšího. Také Smyth et al. (2009) potvrzují, že větší textové pole přispívá ke zvýšení kvality odpovědí. Respondenti si totiž díky většímu oknu pro odpověď odvodí, že je žádoucí delší odpověď. (Behr et al. 2014 525-6)

Ne vždy je ovšem větší okno pro odpověď tou správnou volbou. Smyth, Dillman a Christian (2007) ukazují rozdíly při použití několika oddělených menších oken pro zaznamenání odpovědí a jednoho společného většího okna. Prezentují, že v případě použití jednoho společného většího okna získali od respondentů více nepodstatných informací, které byly pro výzkum irelevantní, než v případě jednotlivých menších oken. Z tohoto výsledku autoři vyvozují závěr, že pokud je okno pro požadovanou odpověď příliš velké, může to mít za následek produkování zbytečných informací nad rámec dané otázky a tím pádem snižování kvality odpovědí. (Behr et al. 2014 525-6)

Otevřené otázky ve výzkumu pomáhají k získání dodatečných individuálních a více detailních odpovědí. Jsou však mnohem náročnější na respondentův kognitivní proces odpovídání, jelikož vyžadují daleko větší soustředěnost a snahu. Respondent nemůže pouze vybrat z připravených možností tu, která je mu nejbližší, ale musí svou odpověď vytvořit zcela sám a následně ji zformulovat do slov. (Zuell et al. 2015: 115-16)

Smyth, Dillman, Christian, and McBride (2009) se zabývali vlivem několika formátů otevřených otázek v online výzkumech na kvalitu odpovědí a chybějící odpovědi. Nejprve zkoumali vliv velikosti okna pro textovou odpověď v kombinaci s nebo bez dodatku, že

délka odpovědi respondentů není limitována velikostí okna pro vepsání textu. Následně testovali také účinek různých velikostí okna a použití motivačních poznámek. Ve své třetí studii se autoři zaměřili na efekt v případě zdůraznění důležitosti výzkumu a na použití motivační výzvy, aby respondenti se svou odpovědí nespěchali a v klidu si ji promysleli. Co se týče vlivu těchto úprav na délku odpovědi, potvrdilo se, že motivační výzvy měly za následek produkování delších odpovědí. (Zuell, Menold 2015: 116)

Emde a Fuchs (2012) také testovali vliv různých velikostí polí pro text na délku odpovědi a chybějící hodnoty. Stejně jako Smyth et al. (2009) dospěli ke zjištění, že velikost okna pro vepsání odpovědi nemá vliv na chybějící hodnoty. (Zuell, Menold 2015: 116)

Autorky se s výsledky autorů Smyth et al. (2009) a Emde a Fuchs (2012) neztotožňují. Co se týče chybějících hodnot, autorky uvádějí, že velká okna pro vepsání odpovědi mají za následek významné snížení množství odpovědí na otevřenou otázku. Respondenty totiž odradí velký prostor pro odpověď, jelikož pociťují, že je od nich očekáváno vepsat do velkého okna dlouhou odpověď. Množství odpovědí v případě velkého okna je nižší i při použití motivační výzvy. (Zuell, Menold 2015: 120)

Z některých výzkumů vyplývá také souvislost mezi sociodemografickými charakteristikami a odpovídáním respondenta. Denscombe (2008) se ve svém výzkumu zaměřil na souvislost mezi pohlavím a délkou odpovědi a také mezi vzděláním a podobou odpovědi na otevřenou otázku. Dospěl k závěru, že ženy poskytují na otevřené otázky delší odpovědi než muži. Co se týče vzdělání, tento faktor má na průběh zodpovídání otevřených otázek také vliv. Lidé s vyšším vzděláním odpovídají na otevřené otázky častěji a jejich odpovědi jsou delší na rozdíl od lidí s nižším vzděláním. Tento jev je ovlivněn mírou schopnosti, jak dokáží lidé formulovat odpověď na danou otázku. (Zuell, Menold 2015: 116)

1.3.5 Zaškrťávání ano/ne vs. výběr jen kladných

Autoři Stern et al. zkoumali rozdíly v odpovědích na otázku, kdy v jedné verzi odpovídali respondenti na každý výrok ano či ne a ve druhé verzi zaškrťávali pouze ty, se kterými souhlasí. Ve výzkumu odhalili rozdíl v počtu kladných odpovědí u jednotlivých variant otázky. Výzkum autorů Smyth et al. (2006) se kromě toho zaměřil také na rozdíl v čase, který respondenti strávili zodpovídáním verze se zaškrťáváním odpovědi u každého výroku

a verze se zaškrťáváním jen kladných výroků. (Stern et al. 2007: 126-7)

Autoři Stern et al. navazuje na předchozí výzkum od autorů Smyth et al. (2006), kteří ukazují, že v případě vyjádření souhlasu či nesouhlasu na každý výrok zvlášť jsou odpovědi respondentů ve větší míře kladné než u varianty, kde vybírají pouze ty výroky, se kterými souhlasí. Dalším zjištěním tohoto výzkumu bylo, že respondenti strávili průměrně delší dobu odpovídáním na otázku ve formátu zaškrťávání ano/ne, a to pravděpodobně proto, že museli posoudit každý výrok samostatně, projít takto celý seznam a na každou položku zvlášť odpovědět, což vyžaduje větší pozornost než v případě zaškrtnutí jen některých položek ze seznamu. Výsledky výzkumu autorů Stern et al. se ztotožňují s výsledky předchozího výzkumu autorů Smyth et al., jelikož také dokazují, že více kladných odpovědí se objevilo v té variantě, ve které byli respondenti nuceni u každého výroku zaškrtnout, zda s ním souhlasí, či nesouhlasí. (Stern et al. 2007: 126-7)

1.3.6 Zobrazení v řádku (horizontálně) vs. ve sloupci (vertikálně)

Maloshonok a Terentev se ve svém výzkumu zaměřili na srovnání použití zobrazení možností odpovědí horizontálně versus vertikálně, to znamená v řádku či ve sloupci. Dospěli ke zjištění, že rozdíl ve vlivu tohoto zobrazení nebyl signifikantní ani u jedné z testovaných otázek. Kromě toho, že nedošlo k signifikantním rozdílům mezi odpověďmi respondentů, rozdíly v čase stráveném zodpovídáním jednotlivých verzí se také neprokázaly. Autoři tím pádem prezentují takový závěr, že způsob zobrazení ve sloupci či v řádku nijak neovlivňuje odpovědi respondentů. (Maloshonok, Terentev 2016: 510)

Naopak autoři Funke et al. na základě svého výzkumu uvádějí, že čas strávený odpovídáním pomocí vertikálně orientované škály byl lehce delší než ten, jež respondenti potřebovali ke zodpovězení otázky s horizontálně orientovanou škálou. (Funke, Reips, Thomas 2011: 228) S tímto tvrzením se ztotožňují také autoři Christian et al. (2009). Při srovnávání lineárního a nelineárního uspořádání se také několik dalších výzkumníků shodlo, že lineární uspořádání produkuje nižší průměry, to znamená větší množství pozitivních odpovědí než nelineární uspořádání. (Christian 2003; Toepoel et al. 2009; Christian et al. 2009)

Toepoel et al. (2009) na základě svého výzkumu tvrdí, že zobrazení odpovědí v řádku je méně citlivý druh zobrazení než vertikální zobrazení. (Toepoel et al. 2009: 523) Dále tvrdí

že jedním efektem, který způsobil horizontální formát odpovědi, bylo, že v tomto formátu respondenti častěji vybírali čtvrtou možnost než ve vertikálním formátu. (Toepoel et al. 2009: 519)

1.3.7 Zaškrťávání vs. slider

Maloshonok a Terentev (2016) se ve svém výzkumu zaměřili na porovnání odpovědi na otázku ve formě zaškrťávání a formou slideru. (Maloshonok, Terentev 2016: 510) Také Buskirk et al. (2015) se zabývali srovnáváním použití zaškrťávání odpovědi a vybíráním odpovědi pomocí interaktivního slideru. Svůj výzkum rozdělili do několika dílčích fází, přičemž zkoumali vliv konkrétní výchozí pozice slideru. V prvním případě byla výchozí pozice slideru s posuvníkem vyobrazeným úplně vlevo, ve druhém případě byl posuvník uprostřed slideru a ve třetím případě byla jeho výchozí pozice úplně vpravo. (Buskirk et al. 2015: 234)

Maloshonok a Terentev ze svého výzkumu vytvářejí takový závěr, že pro respondenty je jednodušší odpovídat formou zaškrťávání než formou slideru, jelikož slider produkoval daleko větší míru odpovědí „Nevím“, než zaškrťávací formát. (Maloshonok, Terentev 2016: 510)

Autoři Funke et al. se například zaměřili na souvislost použití zaškrťávání a slideru se vzděláním respondenta. Zjistili, že použití slideru produkuje větší míru nedokončených dotazníků než použití zaškrťávací formy. Tento jev souvisel právě se vzděláním respondenta, kdy jedincům s nižším vzděláním činilo odpovídání prostřednictvím sliderů problémy, a proto zde docházelo k vyšší míře nezodpovězených otázek než u jedinců s vyšším vzděláním. Co se týče času, slidery měly za následek delší dobu odpovídání, tentokrát nezávisle na vzdělání respondenta, tím pádem se jednalo čistě o obecnou vlastnost slideru. (Funke et al. 2011: 227-8)

1.3.8 Zaškrťávání vs. vypsání odpovědi

Autoři Couper, Traugott a Lamias (2001) testovali rozdíl v použití zaškrťávacího formátu odpovědi a okna pro textovou odpověď. Jednalo se sice o krátké, číselné odpovědi, nicméně autoři i přesto věřili, že lepší výsledky bude produkovat zaškrťávací formát, jelikož respondent může stále používat myš a nemusí přecházet k psaní na klávesnici. Autoři také

předpokládali, že odpovídání v rámci zaškrťovací verze bude respondentům trvat kratší dobu než vepisování čísel do textového okna. Jejich další hypotézou bylo, že zaškrťovací verze bude produkovat nižší item nonresponse než textové okno. Jejich hypotéza se potvrdila, jelikož větší míra chybějících dat pramenila z verze s textovým oknem. (Couper, Traugott, Lamias 2001: 246-7)

1.3.9 Zobrazení v jednom sloupci vs. ve dvou sloupcích

Christian (2003) se ve svém výzkumu zabýval srovnáním zobrazení možností odpovědí v jednom sloupci a ve dvou sloupcích. U odpovědí vyobrazených ve dvou sloupcích totiž není úplně přesně jasné, zda bude respondent jednotlivé možnosti číst horizontálně či vertikálně. (Christian 2003: 17)

Christian se ve výzkumu zabýval různými kombinacemi srovnání zobrazení možností odpovědí lineárně či nelineárně ve více sloupcích. Do srovnání zahrnul jak zobrazení ve dvou sloupcích, tak ve třech, zároveň však tím způsobem, že v případě, že byly odpovědi vyobrazeny v několika sloupcích, bylo zkoumáno také horizontální či vertikální seřazení odpovědí v těchto sloupcích, to znamená, že se pořadí odpovědí četlo po řádcích zleva doprava či po sloupcích shora dolů. (Christian 2003: 38)

Ve verzi s jedním sloupcem vybírali respondenti častěji první odpověď, zatímco ve verzi se dvěma sloupci méně často. (Christian 2003: 32)

Toepoel et al. (2009) porovnával zobrazení škály v jednom sloupci a ve třech, zatímco zjistil, že respondenti častěji vybírali určitou odpověď, když byla zobrazena v prvním sloupci, což značí, že někteří respondenti čtou spíše po sloupcích než po řádcích. (Toepoel et al. 2009: 515)

1.3.10 Samotný text vs. text doplněný o obrázky

Couper et al. (2004) uvádí 3 funkce, které může zastávat obrázek v internetovém výzkumu. První funkce spočívá v tom, že použití obrázku ve výzkumu je nezbytné a obrázek tak má klíčovou roli. Jedná se například o použití obrázku za účelem identifikování značky výrobce a podobně. Ve druhém případě je obrázek ve výzkumu použit jako doplňující součást textu a slouží tak jako nějaké upřesnění či pomůcka pro lepší představu, co se skrývá pod

samotným textem. Poslední skupinou obrázků jsou takové obrázky, které v dotazníku nezaujímají žádnou stěžejní roli, ale jedná se pouze o obrázky, které dotvářejí celkový vzhled dotazníku. (Barbulescu 2012: 82)

Couper (2001) tvrdí, že efekt v případě použití obrázku, který slouží jako doplňující pro samotný text, může být takový, že daný obrázek slouží jako zdůraznění textového tvrzení. To však platí pouze v případě, že obrázek respondentovi vysílá stejnou informaci, kterou tvrdí daný text. Pokud si obrázek s daným textem odporují, efekt je opačný. (Barbulescu 2012: 82)

Barbulescu na základě vlastního výzkumu, kdy polovina respondentů odpovídala na otázku bez obrázků a polovina na otázku s obrázky, dochází k závěru, že obrázky měly výrazný vliv zejména na způsob měření, jelikož verze s obrázky a bez obrázků se značně lišily v průměrech u osmi položek z celkových šestnácti, což je přesně polovina. Barbulescu proto na základě těchto výsledků doporučuje, že i přesto, že používání obrázků v online výzkumech je dnes již zcela běžné, měl by se výzkumník jejich použití spíše vyhnout, pokud je to možné. V případě nutnosti použití obrázků je pak nutno jejich vliv důkladně předem otestovat. (Barbulescu 2012: 90)

Couper, Tourangeau a Kenyon (2004) se zaměřili na zkoumání vlivu obrázků na uvádění četnosti daných činností. Otázky ve výzkumu byly doplněny o takové obrázky, které představovaly buď méně časté nebo velice časté příklady činností uvedených v dané otázce. Jedna z otázek ve výzkumu se například ptala na četnost jezení mimo domov. Pokud byl jako příklad k této otázce respondentům předložen obrázek páru na večeři v luxusní restauraci, respondenti uvedli daleko menší četnost jezení mimo domov, než když jim byl jako příklad předložen obrázek jezení fast foodu v autě, na základě kterého naopak uváděli vysokou četnost jezení mimo domov. Podobně také respondenti reagovali například na obrázek nakupování jídla, na základě něhož uváděli vyšší četnost nákupů, než když byl součástí otázky obrázek znázorňující nakupování oblečení. Zdůvodněním je, že v tomto případě sloužily obrázky jako podpora při vzpomínání si na dané události. (Couper, Conrad, Tourangeau 2007: 625)

1.3.11 Hodnocení pomocí čísel vs. pomocí smajlíků

Výhoda použití smajlíků tkví zejména v tom, že umožňuje respondentům efektivně odpovědět na otázku bez nutnosti číst a rozumět verbálnímu ztvárnění škály. (Stange et al. 2016: 1). Autoři Stange et al. prováděli výzkum zaměřující se na sledování očních trajektorií respondentů v souvislosti se zodpovídáním otázek obsahujících škálu se smajlíky a bez smajlíků. (Stange et al. 2016: 3)

Autorům se potvrdila jejich hypotéza, a to taková, že pozornost věnovaná pouze samotnému textu otázky je statisticky významně kratší u otázky, která v možnostech odpovědi obsahuje smajlíky než u otázky, jejíž možnost odpovědi se skládají pouze z textu. Respondenti strávili přibližně o 0,5 sekundy méně času díváním se na otázky, která v odpovědích obsahovala smajlíky než na otázky bez smajlíků. (Stange et al. 2016: 6) Co se však týče přímého ovlivnění odpovědi respondentů, zde se vliv smajlíků neprokázal, jelikož odpovědi na otázky se smajlíky a bez smajlíků se statisticky významně nelišily u žádné otázky. (Stange et al. 2016: 7)

Vliv smajlíků na čas strávený díváním se na samotný text otázky se potvrdil jak u více gramotných, tak i u méně gramotných respondentů, nicméně u méně gramotných respondentů byl tento čas v případě přítomnosti smajlíků ještě kratší než u těch více gramotných. (Stange et al. 2016: 9)

1.4 Shrnutí

Vzhledem ke skutečnosti, že zjištění některých autorů ohledně grafických modifikací se neshodují a některé oblasti nejsou dostatečně probádány, jeví se jako vhodné věnovat se této problematice detailněji. Další výzkumy prováděné v odlišných podmínkách a na odlišných vzorcích respondentů tak pomohou ucelovat vědění o vlivu grafických modifikací na odpovědi respondentů a přispějí k jeho rozšíření.

2 Cíl práce a výzkumná otázka

Vzhledem k výraznému důrazu kladenému na grafickou podobu dotazníku, jenž byl pomocí odborné literatury prezentován v teoretické části práce, bude podstatou této práce danou problematiku dále rozvinout. Výzkum bude ze značné části navazovat na výzkumy zmíněné v teoretické části, nicméně přichází také s několika vlastními prvky, přičemž si klade za cíl potvrdit předešlé závěry, pokusit se objasnit některé sporné výsledky, ve kterých se zmínění autoři rozcházejí, a zejména pak poznatky ohledně této problematiky celkově rozšířit. Výhodou provedeného výzkumu je jeho komplexnost, jelikož obsahuje několik různých grafických modifikací v rámci jednoho dotazníku, tím pádem jsou všechny testovány stejnou cílovou skupinou a provedená analýza tak bude vztahována k jedné cílové skupině. Výhodou výzkumu je také možnost měření času stráveného na každé otázce, tím pádem bude možné detailně prozkoumat všechny grafické modifikace také z hlediska této problematiky. Teoretické podklady výzkumu vychází pouze ze studií zahraniční autorů, a proto je také cílem analýzy přinést určité srovnání zahraničních výzkumů s výzkumem provedeným v rámci české populace.

Cílem této práce bude pokusit se zaplnit zmíněné mezery a podrobněji zanalyzovat okolnosti odpovídání na rozdílně graficky zpracované možnosti odpovědí v online dotazníku, a to například zaměřením se na čas strávený zodpovídáním otázky.

Cíl práce bude naplněn prostřednictvím analýzy dat získaných ze dvou verzí online dotazníku lišících se v grafickém zpracování možností odpovědí, na základě níž bude zjištěno, zda a případně jaký vliv mají jednotlivé druhy grafických úprav na odpovědi respondentů. Snahou bude následně nalézt a definovat určitý vzorec odpovídání vyplývající z reakcí respondentů na odlišně graficky zpracované možnosti odpovědí.

Prostřednictvím výzkumné části práce bude cílem najít odpovědi na tyto výzkumné otázky:

- 1) Produkují různé grafické modifikace možností odpovědí v online dotazníku rozdíly v odpovědích respondentů?**
- 2) Produkují různé grafické modifikace možností odpovědí v online dotazníku rozdíly v čase, který respondenti stráví zodpovídáním otázek?**

- 3) Pokud ano, lze tyto rozdíly definovat v souvislosti se sociodemografickými charakteristikami respondentů?

3 Metodologie

3.1 Online dotazník

V následujících podkapitolách bude popsán proces tvorby online dotazníku včetně všech okolností. Následně bude také uveden obsah dotazníku v podobě představení jednotlivých otázek a klíčových grafických modifikací pro následnou analýzu.

3.1.1 Příprava a návrh online dotazníku

Pro účely výzkumu byl vytvořen dotazník ve dvou verzích lišících se v grafickém zpracování variant odpovědí na jednotlivé otázky. Šablona obou verzí dotazníku byla vytvořena v programu Microsoft Word 2016, podle které byla následně naprogramována ostrá verze dotazníku.

Nejprve bylo nutné vymyslet téma dotazníku, které by nebylo nijak náročné či citlivé, aby byli respondenti ochotni dotazník vyplnit a zejména aby povaha dotazníku nijak negativně nenarušovala samotný proces odpovídání respondentů. Zároveň bylo žádoucí vymyslet takové téma dotazníku, které by bylo univerzální a všeobecné, aby mohl dotazník vyplnit kdokoliv napříč věkovými i vzdělanostními kategoriemi. Na základě těchto kritérií bylo jako téma online dotazníku stanoveno téma Dovolená, u něhož bylo předpokladem, že bude pro respondenty přinejmenším zajímavé a při jeho vyplňování se budou cítit příjemně.

Na základě informací nabytých studiem odborné literatury a předchozích výzkumů byl sestaven dotazník celkem o 29 otázkách, přičemž 22 z nich je klíčových pro analýzu vlivu grafických úprav, 3 otázky jsou otázky doplňující, jež jsou v obou verzích totožné a slouží tak jako referenční rámec, další 3 otázky jsou otázky sociodemografické a zbývající 1 otázka je otázka nabízející prostor pro případné připomínky respondentů k dotazníku. Zmíněných 22 hlavních otázek se skládá z 11 dvojic, přičemž každá dvojice představuje jeden typ

grafické modifikace variant odpovědí. Každý typ grafické modifikace je tak v dotazníku testován dvakrát.

3.1.2 Výhody naprogramování dotazníku

Způsob sestavení dotazníku prostřednictvím naprogramování byl zvolen z několika stěžejních důvodů. I přes to, že nabídka různých prostředí pro tvorbu online dotazníků je široká a pestrá, dostupné možnosti stále nedisponují takovými přednostmi, které lze snadno zajistit pomocí programování. Online formuláře a dotazníky lze sice vytvořit pomocí různých platforem na celkem vysoké úrovni s kvalitním designem a širokou škálou chytrých prvků, nicméně pro pokročilejší uživatele ani to není dostačující. Jednoznačnou výhodou programování je, že lze naprogramovat prakticky cokoliv, co člověka napadne. Samozřejmě je tato cesta časově a technicky náročnější, naopak však disponuje nižšími finančními náklady, jelikož pokud chceme svůj dotazník zpracovat prostřednictvím služby na online tvorbu dotazníků na pokročilejší úrovni s propracovanějšími prvky, nejedná se samozřejmě o službu dostupnou zdarma, ta je nabízena jen pro základní a jednoduché verze dotazníků. I přes to, že tyto placené služby často nabízejí již velmi profesionální přístup k tvorbě dotazníků a dokáží uspokojit velmi individuální potřeby uživatelů, programování zůstává z hlediska problematiky vlivu grafického formátu otázek na odpovídání respondentů stále jednoznačně silnějším soupeřem.

Obecná výhoda plynoucí z naprogramování vlastního dotazníku tkví v tom, že je dotazník umístěn na libovolné doméně s libovolným názvem, který není nijak spojován s poskytovatelem služeb pro tvorbu online dotazníků. Je proto na první pohled patrné, že se jedná o specifickou individuální tvorbu.

Další pozitiva ručního programování dotazníků, jak už bylo řečeno, souvisí s možností vytvoření dotazníku přesně na míru, což bylo v případě řešené problematiky velmi žádoucí, dokonce to byla podmínka číslo jedna. Další podmínkou bylo pokusit se uživatelsky zpříjemnit práci se skutečností, že budeme disponovat dvěma verzemi dotazníku. Naprogramování dotazníku umožňuje tento fakt jednoduše zpracovat, a to tím způsobem, že budou obě verze schované pod jedním společným odkazem, který se následně rozvětví na dva, přičemž se respondentům po rozkliknutí zcela náhodně zobrazí jeden z nich.

Vyvarujeme se tak zbytečně komplikovanému rozesílání dvou verzí dotazníku zvlášť.

Další výhodou, jež programování nabízí, je například možnost zápisu času, který respondenti strávili zodpovídáním jednotlivých otázek. Tato funkce je pro následnou analýzu vlivu grafického formátu taktéž velmi přínosná, jelikož poskytne příležitost věnovat se rozdílům v získaných odpovědích ve větším detailu.

3.1.3 Služba Project SurveyJS

Pro vytvoření online dotazníku byla zvolena služba Project SurveyJS, která uživatelům poskytuje pro vytvoření individuálního online dotazníku tři komponenty. Skládá se z editoru, open-source knihovny a služby pro ukládání a analyzování výsledků z výzkumu. Ve vizuálním editoru má uživatel možnost vybrat si z několika základních přednastavených typů otázek, do nichž se jen vepíše znění otázky a potřebné varianty odpovědí. Základní nabídka typů otázek v editoru je opravdu velmi omezená, nicméně právě v knihovně se před uživatelem rozprostře bohaté spektrum různých druhů otázek, které může pomocí JavaScriptu jednoduše vložit do svého dotazníku. Pokud ani zde uživatel nenalezne požadovaný typ otázky, může si ji pomocí JavaScriptu naprogramovat sám a vložit do svého dotazníku. Služba Project SurveyJS následně poskytuje úložiště pro výsledky výzkumu a nabízí kromě rychlého přehledu výsledků a jednoduchých frekvenčních tabulek také samozřejmě export dat do formátů xls, xlsx či csv. (Project SurveyJS 2018)

3.1.4 Sestrojení ostré verze online dotazníku

Základní forma dotazníku byla vytvořena s využitím služby Project SurveyJS, kde se v editoru na webovém rozhraní této služby vytvořila základní podoba znění otázek. Editor SurveyJS nabízí několik základních typů otázek a omezené množství grafických úprav (umístění do sloupců, velikost textboxu atd.). U složitějších otázek vyžadujících specifickou podobu musely být úpravy provedeny zásahem do kódu stránky, a to ruční úpravou skriptů dotazníků pomocí HTML, CSS či JavaScriptu. Základním stavebním prvkem stránek bylo HTML, pomocí CSS byl popsán vzhled, a další funkce, které nebylo možné zajistit prostřednictvím HTML, byly zprovozněny pomocí JavaScriptu. Odkazy na takto vytvořené skripty byly vloženy do zdrojového kódu vlastních stránek dotazníku. Vlastní stránky dotazníku byly vytvořeny taktéž s využitím kombinace znalostí HTML, JavaScriptu a CSS

a byly umístěny na volně přístupný webhosting.

Pro umístění naprogramovaného dotazníku na internet byl zvolen prostor Webzdarma.cz. Při registraci v rámci této služby bylo nutné zvolit takovou kombinaci názvu domény a koncovky, která ještě není obsazená. V souvislosti s účely stránky a jejím tématem byla zvolena tato doména a koncovka: www.dotaznik-dovolena.wz.cz. Jedná se o doménu třetího řádu, která je službou Webzdarma poskytována zdarma, nicméně obsahuje vloženou reklamu. Tomuto nežádoucímu prvku bylo proto zamezeno nákupem vyššího stupně webhostingu, který vloženou reklamu neobsahuje, a respondentům tak bude následně umožněno dotazník vyplnit bez rušivého vlivu plynoucího z tohoto elementu.

Naprogramované verze dotazníku byly umístěny pod samostatné odkazy, přičemž jako rozcestník pro tyto dvě webové adresy sloužila úvodní stránka dotazníku, která byla zároveň úvodním slovem k dotazníku obsahujícím potřebné informace, jež by měl každý respondent před začátkem vyplňování vědět. Text obsahoval mimo jiné také důležité sdělení o anonymní povaze dotazníku.



Dobrý den, vítám Vás na úvodní stránce svého dotazníku na téma dovolená.

Jmenuji se Petra Terchová, jsem studentkou sociologie na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy a Vašich přibližně 10 minut, které u mého dotazníku strávíte, mi pomůže se zpracováním mé diplomové práce.

Všechny otázky jsou povinné, snažte se tedy vždy vybrat tu odpověď, která je Vám nejbližší.

Dotazník prosím vyplňte najednou - bez prodlev mezi jednotlivými otázkami.

A poslední informace na závěr - nemusíte se bát, dotazník je zcela anonymní!

[Vstup do dotazníku](#)

Obrázek č. 1

Po kliknutí na tlačítko „Vstup do dotazníku“ byla respondentovi náhodně vygenerována

jedna ze dvou verzí dotazníku, na kterou byl následně přesměrován a mohl začít vyplňovat. Princip náhodného vygenerování jedné ze dvou verzí dotazníku byl zajištěn matematickou funkcí `Math.random`, která generuje náhodné číslo v intervalu 0 až 1. Toto číslo je následně vynásobeno dvěma, čímž vznikne číslo v intervalu 0 až 2. Vynásobení dvěma je nezbytné pro použití následné funkce `Math.floor`, která zaokrouhluje na nejnižší celé číslo. Po zaokrouhlení tak vznikne číslo 0 nebo 1. Odkazy dvou verzí dotazníku jsou dány do společného pole a podle hodnot 0 nebo 1 je z tohoto pole vybrána první či druhá verze dotazníku. První záznam v poli odpovídá hodnotě 0, druhý záznam v poli je přiřazen hodnotě 1. Pokud tak na základně náhodného vygenerování vznikne hodnota 0, respondentovi se zobrazí první verze dotazníku. Stejně tak pokud se vygeneruje hodnota 1, respondentovi se zobrazí druhá verze dotazníku.

Na respondenta čekalo v rámci dotazníku k vyplnění celkem 29 jednotlivých stran jdoucích za sebou. Každá otázka byla z důvodu potřeb analýzy (zejména z důvodu možnosti měření času) umístěna na samostatné obrazovce. Po tom, co respondent dotazník vyplnil a odeslal, se data uložila na server služby SurveyJS, kde do nich bylo možné prostřednictvím uživatelského účtu nahlédnout. Bylo možné zobrazit rychlý náhled na matici dat spolu s informacemi například o počtu vyplněných dotazníků nebo o tom, kdy přesně byl vyplněn první a poslední dotazník. Jednotlivé řádky matice bylo možné smazat přímo v tomto náhledu, pro další úpravy bylo nutno data stáhnout.

3.1.5 Otázky v dotazníku a jednotlivé grafické modifikace

Na následujících stranách budou ilustrovány jednotlivé verze otázek a uvedeny klíčové prvky určující stěžejní body dotazníku, jež budou následně předmětem detailní analýzy.

Grafická modifikace č. 1 = zaškrtnutí odpovědi vs. vypsání odpovědi

Dvě dvojice otázek znázorňující první druh grafické modifikace možností odpovědí se vyznačují v tom, že ve verzi 1 (červený rámeček) měli respondenti na výběr z předem daných možností, ze kterých vybírali pomocí zaškrťování. V případě otázky V1_1 mohli zaškrtnout až 3 možnosti, v případě otázky V1_15 mohli zaškrtnout až 2 možnosti. Ve druhé verzi dotazníku (modrý rámeček) byla na totožnou otázku požadována odpověď v podobě vypsání čistého textu. V případě otázky V2_1 mohl respondent vypsát celkem na tři řádky

až 3 měsíce, v případě otázky V2_15 to byly dva řádky a 2 dopravní prostředky.

1. * Jaký měsíc/měsíce v roce upřednostňujete za účelem uskutečnění své dovolené? (označte max. 3 možnosti)

<input type="checkbox"/> Leden	<input type="checkbox"/> Květen	<input type="checkbox"/> Září
<input type="checkbox"/> Únor	<input type="checkbox"/> Červen	<input type="checkbox"/> Říjen
<input type="checkbox"/> Březen	<input type="checkbox"/> Červenec	<input type="checkbox"/> Listopad
<input type="checkbox"/> Duben	<input type="checkbox"/> Srpen	<input type="checkbox"/> Prosinec

Obrázek č. 2

1. * Jaký měsíc/měsíce v roce upřednostňujete za účelem uskutečnění své dovolené? (vypište max. 3 měsíce)

* 1	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>

Obrázek č. 3

15. * Jaké dopravní prostředky nejčastěji využíváte pro cestu do cílové destinace v rámci své dovolené? (vyberte max. 2 možnosti)

- Letadlo
- Autobus
- Vlak
- Auto
- Motorka
- Loď
- Jiná odpověď (napište)

Obrázek č. 4

15. * Jaké dopravní prostředky nejčastěji využíváte pro cestu do cílové destinace v rámci své dovolené? (napište max. 2 dopravní prostředky)

* 1	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>

Obrázek č. 5

Grafická modifikace č. 2 = popsání všech bodů škály vs. popsání jen krajních bodů škály

Druhá grafická modifikace znázorňuje v první verzi u otázek V1_2 a V1_3 popsání všech bodů škály, zatímco ve verzi dva u otázek V2_2 a V2_3 jsou popsány jen krajní body škály.

2. * Uvedte na stupnici 1 až 5, do jaké míry dáváte při výběru své dovolené přednost spíše tuzemské destinaci nebo zahraniční.

- 1 = jednoznačně tuzemské
- 2 = spíše tuzemské
- 3 = ani tuzemské, ani zahraniční
- 4 = spíše zahraniční
- 5 = jednoznačně zahraniční

Obrázek č. 6

2. * Uvedte na stupnici 1 až 5, do jaké míry dáváte při výběru své dovolené přednost spíše tuzemské destinaci nebo zahraniční.

- 1 = jednoznačně tuzemské
- 2
- 3
- 4
- 5 = jednoznačně zahraniční

Obrázek č. 7

3. * Uvedte na stupnici 1 až 5, do jaké míry trávíte svou dovolenou aktivně nebo pasivně.

- 1 = pouze aktivně
- 2 = spíše aktivně
- 3 = napůl aktivně, napůl pasivně
- 4 = spíše pasivně
- 5 = pouze pasivně

Obrázek č. 8

3. * Uvedte na stupnici 1 až 5, do jaké míry trávíte svou dovolenou aktivně nebo pasivně.

- 1 = pouze aktivně
- 2
- 3
- 4
- 5 = pouze pasivně

Obrázek č. 9

Grafická modifikace č. 3 = dvě textové možnosti na posuvníku vs. dvě textové možnosti na posuvníku doplněné o obrázky

Třetí grafická úprava se vyznačuje tím, že v případě první verze u otázek V1_4 a V1_5 je posuvník opatřen pouze textem na jeho levém a pravém konci, zatímco otázky V2_4 a V2_5 jsou kromě textového popisku doplněny také o obrázky korespondujícími s danou textovou odpovědí.



4. Na posuvníku prosím vyznačte, která z těchto dvou náplní dovolených je Vám bližší a do jaké míry.

Odpočinek u vody **Turistika v horách**

Obrázek č. 10

4. Na posuvníku prosím vyznačte, která z těchto dvou náplní dovolených je Vám bližší a do jaké míry.

Odpočinek u vody **Turistika v horách**

Obrázek č. 11

5. Na posuvníku prosím vyznačte, která z těchto dvou náplní dovolených je Vám bližší a do jaké míry.

Sport **Wellness**

Obrázek č. 12

5. Na posuvníku prosím vyznačte, která z těchto dvou náplní dovolených je Vám bližší a do jaké míry.

Sport **Wellness**




Obrázek č. 13

Grafická modifikace č. 4 = Přetahování možností vs. přiřazování čísel

V případě otázek 6 a 18 spočívala grafická úprava v tom, že ve verzi 1 byly řazeny možnosti podle respondentových preferencí prostřednictvím přetahování položek z jednoho boxu do druhého, zatímco ve druhé verzi dotazníku byly v totožných otázkách přiřazovány

jednotlivým položkám preference prostřednictvím výběru číselné hodnoty.

6. * Seřadte následující typy dovolených podle svých preferencí - od nejvíce preferovaného typu po nejméně preferovaný typ.

Sem přetáhněte vaše volby dle pořadí

Letní odpočinek u moře/u vody
Letní turistika v horách
Poznávací dovolená
Vzdělávací dovolená
Adrenalinová dovolená
Exotická dovolená
Wellness pobyt
Zimní dovolená na horách

Obrázek č. 14

6. * Přiřadte následujícím typům dovolených čísla 1 až 8 podle svých preferencí, kdy 1 = nejvíce preferovaný typ a 8 = nejméně preferovaný typ.

	Vaše volba
Letní odpočinek u moře/u vody	<input type="text" value="Vyber..."/>
Letní turistika v horách	<input type="text" value="Vyber..."/>
Poznávací dovolená	<input type="text" value="Vyber..."/>
Vzdělávací dovolená	<input type="text" value="Vyber..."/>
Adrenalinová dovolená	<input type="text" value="Vyber..."/>
Exotická dovolená	<input type="text" value="Vyber..."/>
Wellness pobyt	<input type="text" value="Vyber..."/>
Zimní dovolená na horách	<input type="text" value="Vyber..."/>

Obrázek č. 15

18. * Seřadte následující typy stravování podle svých preferencí - od nejvíce preferovaného typu po nejméně preferovaný typ.

Sem přetáhněte vaše volby dle pořadí

All-inclusive

Plná penze

Polopenze

Snídaně

Stravování si zajišťuji sám/sama

Obrázek č. 16

18. * Přiřadte následujícím typům stravování čísla 1 až 5 podle svých preferencí, kdy 1 = nejvíce preferovaný typ a 5 = nejméně preferovaný typ.

	Vaše volba
All-inclusive	Vyber... ▼
Plná penze	Vyber... ▼
Polopenze	Vyber... ▼
Snídaně	Vyber... ▼
Stravování si zajišťuji sám/sama	Vyber... ▼

Obrázek č. 17

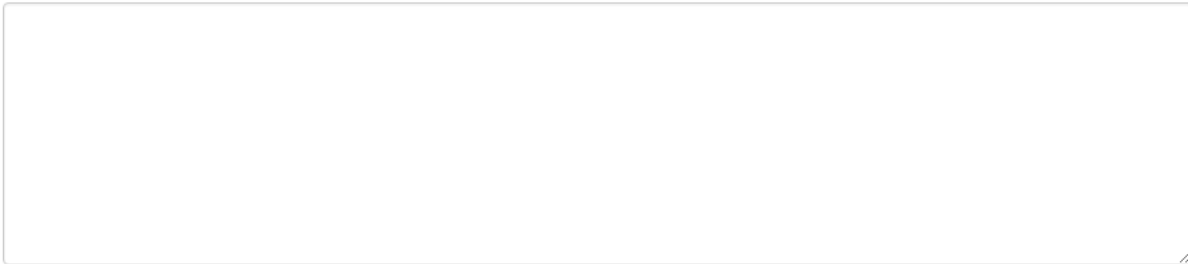
Grafická modifikace č. 5 = Menší okno pro textovou odpověď vs. větší okno

Další grafická úprava spočívala ve velikosti okna pro vepsání textové odpovědi. Ve verzi 1 byla u dvou otázek zvolena menší velikost okna, a to konkrétně tři řádky textu, zatímco ve druhé verzi byla velikost okna rovna trojnásobku, to znamená devíti řádkům textu. Pro druhou variantu dotazníku byl trojnásobek velikosti okna u první varianty zvolen z toho důvodu, aby se jednalo o takové zvětšení okna, které by bylo již na první pohled zjevné a aby tak byl rozdíl mezi velikostmi obou oken znatelný.

8. * Pokuste se prosím popsat, jak si představujete svou ideální dovolenou.

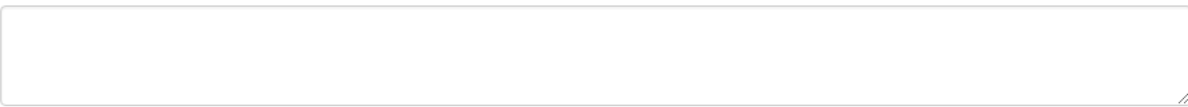
Obrázek č. 18

8. * Pokuste se prosím popsat, jak si představujete svou ideální dovolenou.



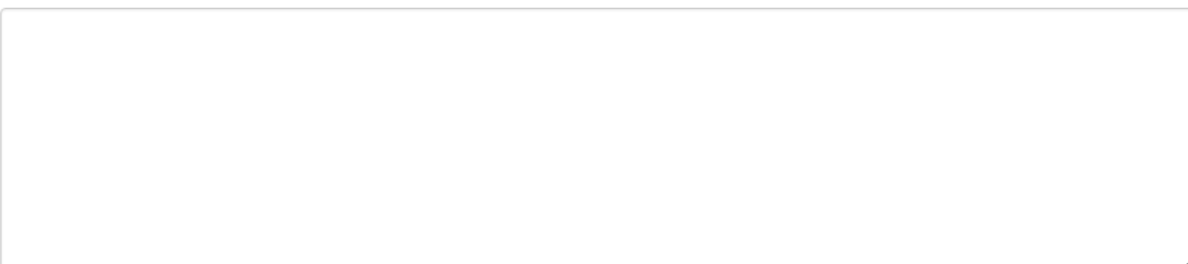
Obrázek č. 19

25. * Pokuste se prosím popsat, jaká nejhezčí dovolená, na které jste byl/a, se Vám vybaví a proč.



Obrázek č. 20

25. * Pokuste se prosím popsat, jaká nejhezčí dovolená, na které jste byl/a, se Vám vybaví a proč.



Obrázek č. 21

Grafická modifikace č. 6 = Škála seřazená vzestupně vs. škála seřazená sestupně

Šestá grafická úprava se týkala orientace škály. V první verzi online dotazníku byla škála orientovaná vzestupně (tzn. od zcela souhlasím po zcela nesouhlasím; a od naprosto rozhodující pro naprosto nerozhodující). Ve druhé verzi pak byla totožná škála seřazena opačně, tj. sestupně (od zcela nesouhlasím po zcela souhlasím; a od naprosto nerozhodující po naprosto rozhodující).

9. * Uveďte, do jaké míry souhlasíte s výrokem "Pro svou dovolenou si vybírám pokaždé jinou destinaci; rád/a objevuji nová místa."

- Zcela souhlasím
- Spíše souhlasím
- Ani souhlasím, ani nesouhlasím
- Spíše nesouhlasím
- Zcela nesouhlasím

Obrázek č. 22

9. * Uvedte, do jaké míry souhlasíte s výrokem "Pro svou dovolenou si vybírám pokaždé jinou destinaci; rád/a objevuji nová místa."

- Zcela nesouhlasím
- Spíše nesouhlasím
- Ani nesouhlasím, ani souhlasím
- Spíše souhlasím
- Zcela souhlasím

Obrázek č. 23

13. * Do jaké míry je pro Vás při výběru dovolené rozhodujícím prvkem její cena?

- Naprosto rozhodující
- Spíše rozhodující
- Ani rozhodující, ani nerozhodující
- Spíše nerozhodující
- Naprosto nerozhodující

Obrázek č. 24

13. * Do jaké míry je pro Vás při výběru dovolené rozhodujícím prvkem její cena?

- Naprosto nerozhodující
- Spíše nerozhodující
- Ani nerozhodující, ani rozhodující
- Spíše rozhodující
- Naprosto rozhodující

Obrázek č. 25

Grafická modifikace č. 7 = Odpovědi v jednom sloupci vs. odpovědi ve dvou sloupcích

V sedmém případě se jednalo o vyobrazení možností odpovědí v jednom či ve dvou sloupcích. Ve verzi 1 tak byly odpovědi zobrazeny pod sebou pouze v jednom sloupci, zatímco ve verzi 2 byly odpovědi rozděleny do dvou sloupců vedle sebe.

11. * Vyberte prosím, odkud nejčastěji čerpáte inspiraci pro svou dovolenou.

- Televize
- Internet
- Rádio
- Noviny
- Časopisy
- Knihy
- Billboardy, plakáty
- Letáky
- Jiná odpověď (napište)

Obrázek č. 26

11. * Vyberte prosím, odkud nejčastěji čerpáte inspiraci pro svou dovolenou.

<input type="radio"/> Televize	<input type="radio"/> Časopisy
<input type="radio"/> Internet	<input type="radio"/> Knihy
<input type="radio"/> Rádio	<input type="radio"/> Billboardy, plakáty
<input type="radio"/> Noviny	<input type="radio"/> Letáky
<input type="radio"/> Jiná odpověď (napište)	

Obrázek č. 27

16. * Vyberte prosím druh ubytování, který v rámci svých dovolených nejčastěji využíváte.

- Hotel
- Apartmánový dům
- Hostel
- Motel
- Botel
- Penzion
- Karavan/obytný přívěs
- Chata
- Stan
- Loď
- Pronájem
- Jiná odpověď (napište)

Obrázek č. 28

16. * Vyberte prosím druh ubytování, který v rámci svých dovolených nejčastěji využíváte.

<input type="radio"/> Hotel	<input type="radio"/> Karavan/obytný přívěs
<input type="radio"/> Apartmánový dům	<input type="radio"/> Chata
<input type="radio"/> Hostel	<input type="radio"/> Stan
<input type="radio"/> Motel	<input type="radio"/> Loď
<input type="radio"/> Botel	<input type="radio"/> Pronájem
<input type="radio"/> Penzion	<input type="radio"/> Jiná odpověď (napište)

Obrázek č. 29

Grafická modifikace č. 8 = Odpovědi ve sloupci vs. odpovědi v řádku

Principem osmé grafické modifikace bylo vyobrazení odpovědí v první variantě dotazníku do jednoho sloupce pod sebe, zatímco ve druhé verzi dotazníku byly tyto odpovědi seřazeny do jednoho řádku vedle sebe.

12. * S jakým časovým předstihem obvykle začínáte plánovat svou dovolenou?

- Několik hodin předem
- Několik dní předem
- Několik týdnů předem
- Několik měsíců předem

Obrázek č. 30

12. * S jakým časovým předstihem obvykle začínáte plánovat svou dovolenou?

- Několik hodin předem
- Několik dní předem
- Několik týdnů předem
- Několik měsíců předem

Obrázek č. 31

20. * Za co na dovolené nejvíce utrácíte své "kapesné"?

- Za občerstvení
- Za poznávací výlety, zábavu
- Za nákupy, suvenýry
- Jiná odpověď (napište)

Obrázek č. 32

20. * Za co na dovolené nejvíce utrácíte své "kapesné"?

- Za občerstvení
- Za poznávací výlety, zábavu
- Za nákupy, suvenýry
- Jiná odpověď (napište)

Obrázek č. 33

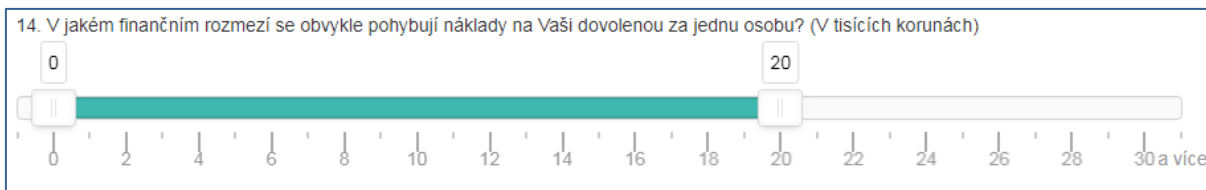
Grafická modifikace č. 9 = Výběr navrženého rozmezí vs. vytvoření vlastního rozmezí

V případě deváté grafické modifikace bylo od respondenta v první variantě dotazníku vyžadováno zaškrtnutí jednoho z navržených rozmezí. V případě druhé varianty dotazníku však respondent musel sám pomocí oboustranného posuvníku na základě očíslované osy vytvořit vlastní rozmezí.

14. * V jakém finančním rozmezí se obvykle pohybují náklady na Vaši dovolenou za jednu osobu?

- Méně než 5 000 Kč
- 5 000 - 9 999 Kč
- 10 000 - 19 999 Kč
- 20 000 - 30 000 Kč
- Více než 30 000 Kč

Obrázek č. 34

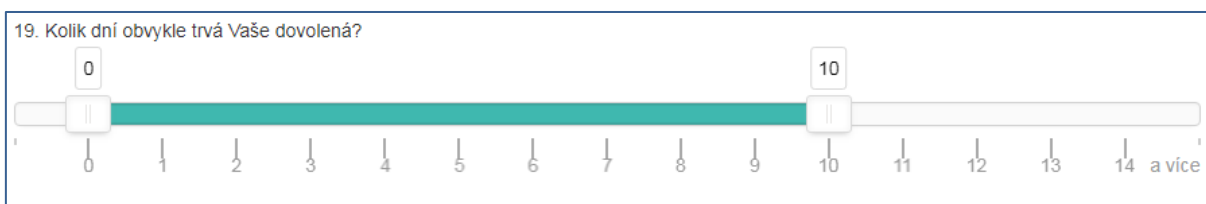


Obrázek č. 35

19. * Kolik dní obvykle trvá Vaše dovolená?

- 1 - 2 dny
- 3 - 5 dní
- 6 - 9 dní
- 10 - 13 dní
- 14 a více dní

Obrázek č. 36



Obrázek č. 37

Grafická modifikace č. 10 = Odpověď na každý výrok vs. zaškrtnutí jen v případě souhlasu

V případě otázek 21 a 22 byla dvojice otázek v první variantě dotazníku koncipována tak, že respondentovým úkolem bylo u každého výroku zaškrtnout „ano“ či „ne“ podle toho, zda s výrokiem souhlasí či nesouhlasí. V případě druhé varianty dotazníku zaškrtoval respondent pouze ty výroky, se kterými souhlasí.

21. * U následujících výroků vždy zaškrtněte, zda s nimi spíše souhlasíte, či nesouhlasíte:

	* Zaškrtněte
V cizině se vždy snažím domluvit jazykem dané země.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne
V cizině se dorozumívám vždy anglicky.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne
V cizině se dorozumívám vždy německy.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne
V cizině komunikuji takzvaně "rukama, nohama".	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne
Při komunikaci v cizině se spoléhám na cizí pomoc.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne

Obrázek č. 38

21. * U následujících výroků zaškrtněte pouze ty, se kterými souhlasíte:

- V cizině se vždy snažím domluvit jazykem dané země
- V cizině se dorozumívám vždy anglicky
- V cizině se dorozumívám vždy německy
- V cizině komunikuji takzvaně "rukama, nohama"
- Při komunikaci v cizině se spoléhám na cizí pomoc

Obrázek č. 39

22. * U následujících výroků vždy zaškrtněte, zda s nimi spíše souhlasíte, či nesouhlasíte:

	* Zaškrtněte
Dávám přednost vysokému komfortu při cestování.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne
Dávám přednost nízkým nákladům za dopravu.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne
Dávám přednost vysokému komfortu při ubytování.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne
Dávám přednost nízkým nákladům za ubytování.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne

Obrázek č. 40

22. * U následujících výroků zaškrtněte pouze ty, se kterými souhlasíte:

- Dávám přednost vysokému komfortu při cestování
- Dávám přednost nízkým nákladům za dopravu
- Dávám přednost vysokému komfortu při ubytování
- Dávám přednost nízkým nákladům za ubytování

Obrázek č. 41

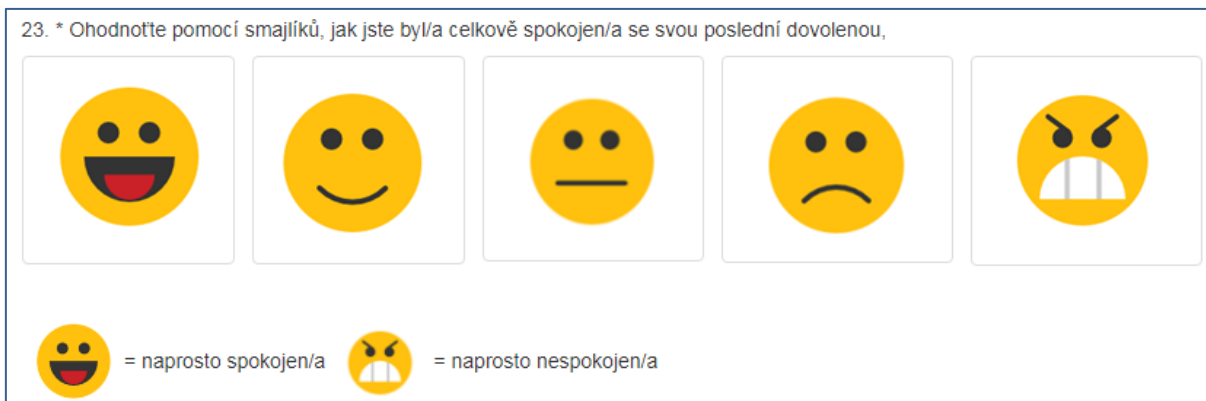
Grafická modifikace č. 11 = Hodnocení pomocí čísel vs. hodnocení pomocí smajlíků

Poslední grafická úprava se týkala formy hodnoticí škály. V případě první varianty dotazníku na respondenty čekala škála očíslována číslicemi 1 až 5, zatímco škála ve druhé variantě dotazníku obsahovala místo číslic obrázky smajlíků. V obou případech byl uveden význam první a poslední možnosti.

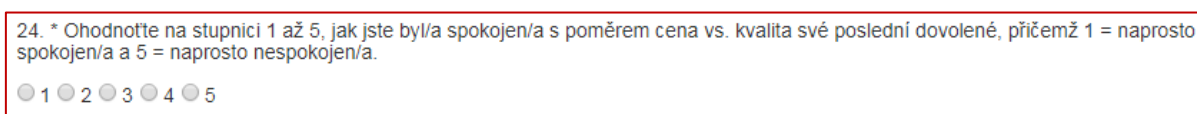
23. * Ohodnotte na stupnici 1 až 5, jak jste byl/a celkově spokojen/a se svou poslední dovolenou, přičemž 1 = naprosto spokojen/a a 5 = naprosto nespokojen/a.

1 2 3 4 5

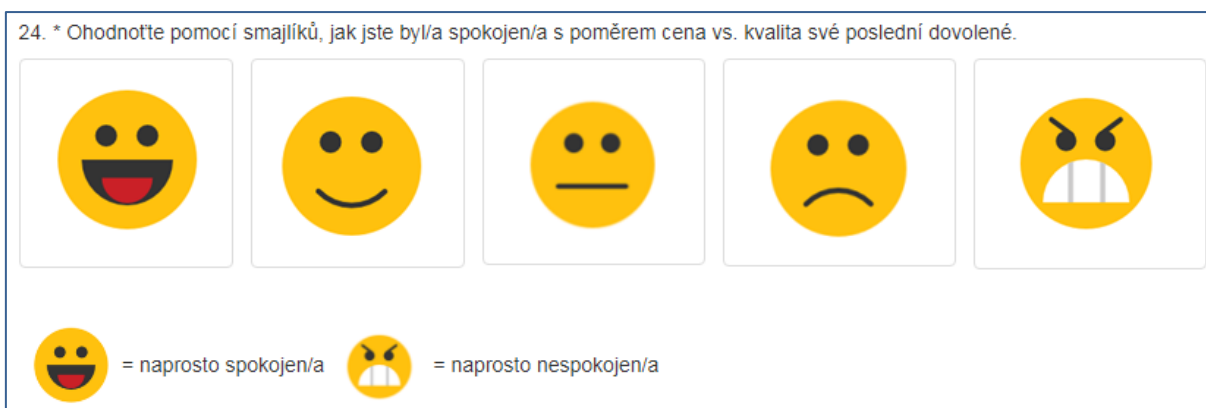
Obrázek č. 42



Obrázek č. 43



Obrázek č. 44



Obrázek č. 45

3.2 Hypotézy

V rámci výzkumu byly k jednotlivým grafickým modifikacím stanoveny následující hypotézy. Pro formulaci hypotéz byly využity podklady z odborné literatury včetně výsledků předchozích výzkumů zabývajících se totožnou problematikou.

Grafická modifikace č. 1 = zaškrtnutí odpovědi vs. vypsání odpovědi

H1: Ve verzi 1 budou uvádět respondenti více možností než ve verzi 2.

Grafická modifikace č. 2 = popsání všechny body škály vs. popsání jen krajní body škály

H2: Ve verzi 1 budou odpovědi respondentů více v první polovině škály než ve verzi 2.

Grafická modifikace č. 3 = dvě textové možnosti na posuvníku vs. dvě textové možnosti na posuvníku doplněné o obrázky

H3: Ve verzi 1 se budou odpovědi respondentů nacházet více na středu posuvníku než ve verzi 2.

Grafická modifikace č. 4 = Přetahování možností vs. přiřazování čísel

H4: Doba odpovídání na otázku ve verzi 1 bude kratší než v případě verze 2.

Grafická modifikace č. 5 = Menší okno pro textovou odpověď vs. větší okno

H5: Ve verzi 1 napíší respondenti menší množství textu než ve verzi 2.

Grafická modifikace č. 6 = Škála seřazená vzestupně vs. škála seřazená sestupně

H6: Ve verzi 2 budou odpovědi respondentů více v první polovině škály než ve verzi 1.

Grafická modifikace č. 7 = Odpovědi v jednom sloupci vs. odpovědi ve dvou sloupcích

H7: Ve verzi 1 budou častěji vybírány odpovědi na začátku než ve verzi 2.

Grafická modifikace č. 8 = Odpovědi ve sloupci vs. odpovědi v řádku

H8: Odpověď ve verzi 1 bude trvat kratší dobu než odpověď ve verzi 2.

Grafická modifikace č. 9 = Výběr navrženého rozmezí vs. vytvoření vlastního rozmezí

H9: Interval zvoleného rozmezí ve verzi 2 bude širší než v případě navrženého intervalu ve verzi 1.

Grafická modifikace č. 10 = Odpověď na každý výrok vs. zaškrtnutí jen v případě souhlasu

H10: Ve verzi 1 bude více souhlasných odpovědí než ve verzi 2.

Grafická modifikace č. 11 = Hodnocení pomocí čísel vs. hodnocení pomocí smajlíků

H11: Ve verzi 1 budou odpovědi respondentů více negativní než ve verzi 2.

3.3 Pilotáž

Po umístění dotazníku na web a zajištění jeho technické funkčnosti bylo nezbytné ho otestovat malým vzorkem respondentů, aby se před spuštěním ostré verze a začátkem sběru dat mohlo předejít případným nedostatkům týkajících se například nesprávného porozumění otázce plynoucího z její nevhodné formulace či aby se mohlo včas opravit nesprávné fungování některých vizuálních prvků. S tímto testovacím vzorkem respondentů byl dotazník vyzkoušen po telefonu, aby mohl respondent slovně komentovat průběh vyplňování a zároveň mu byl zachován pocit soukromí. U každé otázky tak bylo žádoucí zjistit, zda respondent rozumí zadání a správně chápe, jaká forma odpovědi je po něm požadována. Důraz byl tedy kladen na použitá slova v rámci otázky, na její celkovou formulaci a její význam. Co se týče výběru možností odpovědí, zde bylo testováno, zda se respondent dokáže u každé otázky zařadit k nějaké odpovědi a zda mu například nějaká varianta, kterou by považoval za důležitou, mezi nabízenými možnostmi nechybí.

Dotazník byl již před pilotáží testován v různých internetových prohlížečích a na několika počítačových zařízeních, aby se zkontrolovala jeho správná a totožná funkčnost v různých prostředích disponujících odlišnými vlastnostmi. I přes tuto prvotní kontrolu bylo cílem pilotáže od malého vzorku respondentů zjistit, jaký internetový prohlížeč použili k vyplnění dotazníku a zda narazili na nějaké technické problémy či nikoliv.

Co se týče technické funkčnosti dotazníku, v tomto ohledu nebyly na základě pilotáže zjištěny žádné potíže či odlišnosti ve fungování dotazníku mezi jednotlivými osobami, jež byly předmětem pilotáže. Co se týče formulace otázek a nabídky možností odpovědí, v této souvislosti bylo na základě výsledků pilotáže provedeno několik drobných úprav týkajících se znění otázek. Tyto korekce však neměly za následek žádnou výraznější změnu, jež by původní význam otázek nějak ovlivnila.

3.4 Sběr dat a vzorek respondentů

3.4.1 Metoda sběru dat - CAWI

Pro sběr dat byla zvolena metoda CAWI (Computer Assisted Web Interviewing). Vzhledem k řešené problematice nebylo zvažováno použití jiných metod sběru dat. Působení grafických modifikací na odpovědi respondentů by bylo možné zkoumat také s využitím papírového dotazníku a metody samovyplnění, nicméně metoda CAWI nabízí oproti papírovému dotazníku značné výhody. Prostřednictvím online dotazníku je možné realizovat výzkum s ohledem na větší detaily a přesnost. Online prostředí také nabízí možnost využití širšího vizuálního potenciálu a schopnost zahrnout tak do výzkumu kreativnější prvky. V rámci tohoto výzkumu se tak jedná například o použití interaktivních posuvníků ke znázornění určitého rozmezí či o přetahování jednotlivých položek z jednoho boxu do druhého za účelem seřazení prvků dle priorit. Realizace výzkumu prostřednictvím metody CAWI přináší také výhody z hlediska následné analýzy dat. Zde se jedná zejména o možnost měření času, který respondenti strávili odpovídáním na jednotlivé otázky. Této přínosné charakteristice, jež zastává důležité místo v celkové analýze, byl uzpůsoben styl dotazníku, a to tak, že byla každá otázka umístěna na zvláštní obrazovku. Vedle již zmíněných předností je metoda CAWI oproti papírovému dotazníku také méně finančně nákladná metoda, jelikož zde odpadá produkce papírových dotazníků. Kromě nižších finančních nákladů disponuje CAWI také nižšími časovými náklady, jelikož se v porovnání s papírovým dotazníkem nemusí potýkat s náročnější distribucí papírových dotazníků či s následným přepisem dat do elektronické podoby.

3.4.2 Vzorek respondentů

Po provedení drobných úprav v dotazníku, k nimž byly získány podněty v rámci pilotáže, bylo možné začít s oslovováním respondentů. Výběr respondentů byl realizován prostřednictvím tří metod výběru, které měly za následek vytvoření čtyř skupin potenciálních respondentů. Jednalo se tedy konkrétně o účelový výběr, o snowball techniku výběru a o prostý náhodný výběr. Účelový výběr spočíval v přímém oslovování konečných respondentů, to znamená, že se jednalo o oslovování rodinných příslušníků, přátel či známých, kteří tak tvořili první skupinu potenciálních respondentů. Dále byla tato metoda výběru použita k vytvoření druhé skupiny potenciálních respondentů. Tu tvořili

zaměstnanci nejmenované střední školy, kteří byli na základě žádosti osloveni ředitelem této školy. Použití snowball techniky mělo za následek vytvoření třetí skupiny potenciálních respondentů. Ta byla složena z takových lidí, kteří byli oslovováni prostřednictvím respondentů první skupiny. Poslední, čtvrtá skupina potenciálních respondentů byla oslovena na základě prostého náhodného výběru. Skládala se totiž z uživatelů registrovaných do online panelu výzkumné agentury Médea Research, kteří byli osloveni náhodně prostřednictvím této společnosti.

První a třetí skupině potenciálních respondentů (účelový výběr a snowball) byla žádost o vyplnění dotazníku spolu s odkazem na něj zasílána prostřednictvím e-mailu či sociální sítě Facebook. Druhá a čtvrtá skupina potenciálních respondentů (účelový a prostý náhodný výběr) byla oslovena pouze prostřednictvím e-mailu.

Skupina respondentů	Metoda výběru	Způsob oslovení
1. skupina	Účelový výběr	E-mail + Facebook
2. skupina	Účelový výběr	E-mail
3. skupina	Snowball	E-mail + Facebook
4. skupina	Prostý náhodný výběr	E-mail

Tabulka č. 1

Samotný sběr dat byl rozdělen do dvou samostatných vln. První vlna sběru dat probíhala od 27. 10. 2017 do 7. 11. 2017, v rámci byl uskutečněn účelový výběr a metoda snowball. Pomocí těchto dvou metod sběru dat bylo získáno 45 respondentů pro první verzi dotazníku a 46 respondentů pro druhou verzi, celkem tedy 91 respondentů. Druhá vlna sběru dat probíhala od 28. 11. 2017 do 29. 11. 2017, a to formou prostého náhodného výběru v rámci online panelu agentury Médea Research. V rámci této vlny sběru dat vyplnilo první verzi dotazníku 354 respondentů a druhou verzi 333 respondentů, celkem tedy 687 respondentů. První verze dotazníku tak čítala celkem 399 respondentů a druhá verze 379. Celková velikost vzorku po sečtení respondentů z obou verzí dotazníku a obou vln sběru dat se tak rovnala 778 respondentům.

	1. verze dotazníku	2. verze dotazníku	Celkem
1. vlna sběru dat (27. 10. – 7. 11. 2017)	45	46	91
2. vlna sběru dat (28. 11. – 29. 11. 2017)	354	333	687
Celkem	399	379	778

Tabulka č. 2

3.4.3 Sociodemografické charakteristiky respondentů

Respondenti byli členěni dle tří sociodemografických charakteristik, a to dle pohlaví, věku a vzdělání. V následující tabulce můžeme vidět rozložení respondentů první a druhé varianty dotazníku dle zmíněných vlastností.

		Varianta 1		Varianta 2	
		Absolutní četnosti (N)	Relativní četnosti (%)	Absolutní četnosti (N)	Relativní četnosti (%)
Pohlaví	Muži	164	41,1	164	43,3
	Ženy	235	58,9	215	56,7
Věk	18 – 25 let	20	5,0	19	5,0
	26 – 35 let	49	12,3	40	10,6
	36 – 45 let	83	20,8	70	18,5
	46 – 55 let	89	22,3	85	22,4
	56 – 65 let	87	21,8	89	23,5
	65 a více let	71	17,8	76	20,1
Vzdělání	ZŠ	3	0,8	8	2,1
	SŠ bez maturity	45	11,3	52	13,7
	SŠ s maturitou	167	41,9	167	44,1
	VOŠ	26	6,5	19	5,0
	VŠ	158	39,6	133	35,1

Tabulka č. 3

3.5 Etika výzkumu

Respondenti byli před vyplněním dotazníku obeznámeni s faktem, že data sesbíraná prostřednictvím tohoto online dotazníku jsou zcela anonymní. Po respondentech nebyly v rámci výzkumu vyžadovány žádné osobní údaje kromě uvedení pohlaví, věku a vzdělání. Také server SurveyJS, prostřednictvím kterého byl výzkum realizován a na kterém se ukládala nasbíraná data, nezaznamenával do datové matice kromě samotných odpovědí na otázky a času vyplnění dotazníku žádná další data o respondentech.

3.6 Validita a reliabilita

Míra interní validity a reliability byla zvýšena pomocí pilotáže, prostřednictvím níž bylo cílem otestovat výzkumný nástroj a zajistit tak, aby byl proces měření co nejpřesnější. Cílem bylo zhodnotit jednotlivé otázky použité ve výzkumu a případně je upravit do takové podoby, aby byly jasně, jednoznačně a srozumitelně formulované. Na základě provedení pilotáže na malém vzorku respondentů před samotným sběrem dat je pravděpodobnější, že dokážeme odstranit případné nejednoznačnosti ve výzkumu a zvýšíme tak přesnost daných otázek, které budou následně produkovat také přesnější odpovědi.

K vyšší míře validity a reliability přispívá také metoda výběru vzorku, kdy většina vzorku je tvořena respondenty, kteří byli vybráni náhodně v rámci online panelu výzkumné agentury Médea Research. Samotné přiřazování konkrétního dotazníku jednotlivým respondentům bylo uskutečněno také na zcela náhodném principu pomocí vícefázové matematické funkce. Z toho vyplývá, že výzkumník měl na výběru jednotlivých respondentů velmi nízký podíl a do procesu přiřazování konkrétní verze dotazníku nezasahoval vůbec.

3.7 Úprava dat

Jednotlivé datové matice obou verzí dotazníku byly ze serveru SurveyJS staženy ve formátu xlsx. V programu Microsoft Excel 2016 byly následně provedeny základní úpravy těchto datových souborů získaných z jednotlivých fází sběru dat. Úpravy zahrnovaly shodné seřazení a pojmenování jednotlivých proměnných, což umožnilo následné spojení jednotlivých výběrových vzorků a vznikly tak pouze dva datové soubory s verzí 1 a verzí 2. Některé proměnné byly pro účely analýzy rekódovány, například kategorie respondentů se základním vzděláním byla z důvodu nízkého zastoupení jedinců sloučena s kategorií

respondentů se středním vzděláním bez maturity, a to v obou datových souborech. Následně byly obě upravené datové matice převedeny do formátu sav, aby byly vhodné pro analýzu v IBM SPSS Statistics 20.

Aby proměnné obsahující naměřený čas strávený u jednotlivých otázek neprodukovaly zkreslující výsledky, bylo nutné u těchto proměnných identifikovat odlehlé hodnoty, které by jinak mohly výrazně ovlivnit měřený průměr. K detekci odlehlých hodnot byla zvolena osvědčená a hojně používaná Tukeyho metoda (1977), která k odlehlým hodnotám není příliš citlivá v porovnání s ostatními metodami. Tukeyho metoda je založena na principu interkvartilového rozpětí. Postup je následující: nejprve si určíme krajní hodnoty spodního (25 %) a horního (75 %) kvartilu. Rozmezí mezi těmito dvěma kvartily se nazývá interkvartilové rozpětí. Tukey zvolil koeficient o hodnotě 1,5, kterým se vynásobí hodnota tohoto interkvartilového rozpětí. Vzniklá hodnota se následně odečte od hodnoty spodního kvartilu a přičte k hodnotě horního kvartilu, čímž vznikne nové rozmezí. Nazveme ho rozmezím č. 1. Následně se stejný postup provede s koeficientem 3, čímž vznikne rozmezí č. 2. Hodnoty, které se nacházejí mezi těmito dvěma nově vzniklými rozmezími, tedy mezi rozmezím č. 1 a rozmezím č. 2, jsou považovány za potenciální odlehlé hodnoty. Hodnoty, které se nacházejí vně rozmezí č. 2, jsou považovány za extrémní odlehlé hodnoty. (Seo 2006: 13) Pro účely této práce bylo počítáno pouze s koeficientem 3, pomocí kterého bylo vypočteno takové rozmezí, na základě něhož došlo k detekci jen těch velmi extrémních odlehlých hodnot.

4 Analýza dat

4.1 Referenční rámec

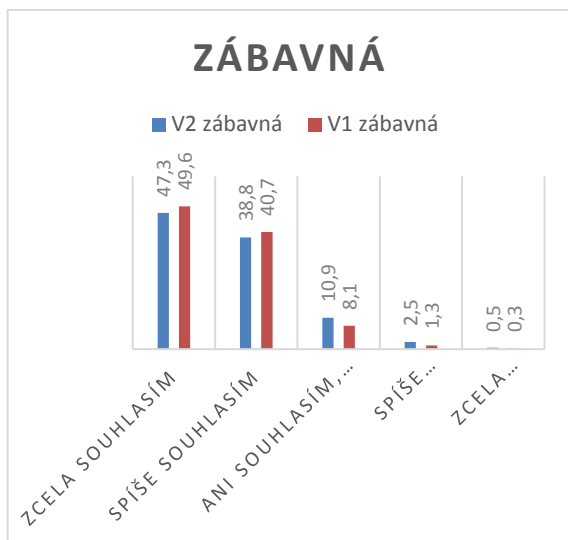
Tři otázky v dotazníku sloužily jako referenční rámec pro porovnání míry reliability ve dvou verzích výzkumu. Tyto tři otázky měly shodný formát v obou verzích, tím pádem, pokud v obou verzích dospějeme ke stejným výsledkům v rámci těchto tří otázek, můžeme oba vzorky respondentů vyplňujících verzi 1 a verzi 2 považovat za vhodné k porovnání a veškeré odchylky v odpovědích v rámci ostatních otázek můžeme přisuzovat grafickým modifikacím, které jsou předmětem této práce.

Otázka č. 7

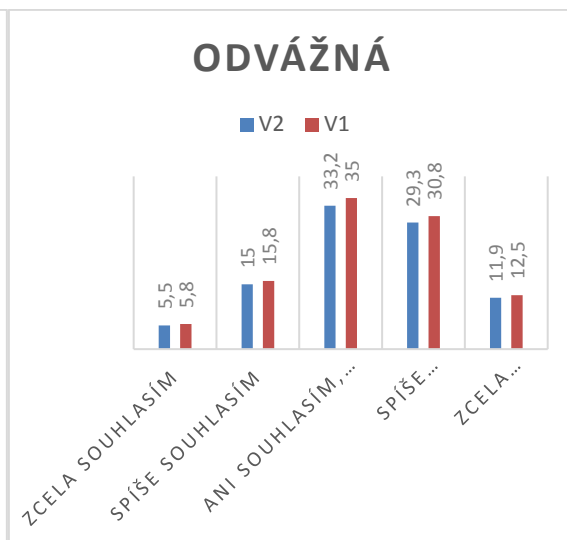
7. * Uvedte, do jaké míry souhlasíte s následujícími charakteristikami: "Chci, aby moje dovolená byla..."					
	Zcela souhlasím	Spíše souhlasím	Ani souhlasím, ani nesouhlasím	Spíše nesouhlasím	Zcela nesouhlasím
Zábavná	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Odvážná	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pohodová	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rozmanitá	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Energická	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Odpočinková	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vzrušující	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Obrázek č. 46

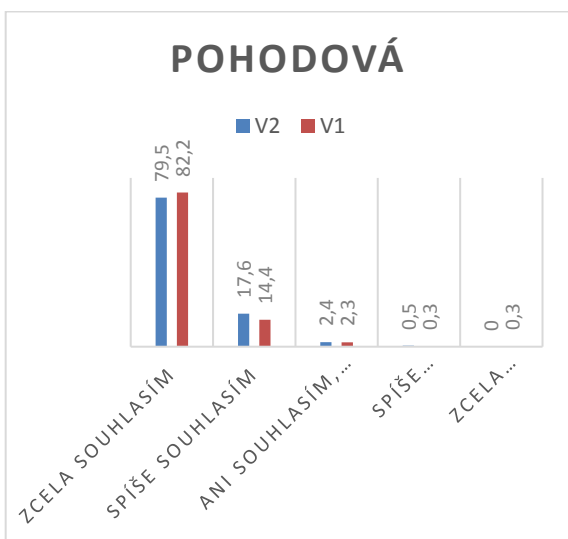
První ze tří otázek testující reliability byla baterie sedmi výroků s odpověďmi na škále „zcela souhlasím“ až „zcela nesouhlasím“. V následujících grafech můžeme vidět rozložení odpovědí u jednotlivých výroků v rámci verze 1 a verze 2. Vidíme, že rozložení odpovědí jsou v rámci obou verzí velmi podobná až na drobné odchylky, které však nemají za následek věcné rozdíly v odpovědích. Co se týče času stráveného na této otázce, v obou verzích byl čas vyrovnáný, tj. 31,5 vteřiny a 31,9 vteřin.



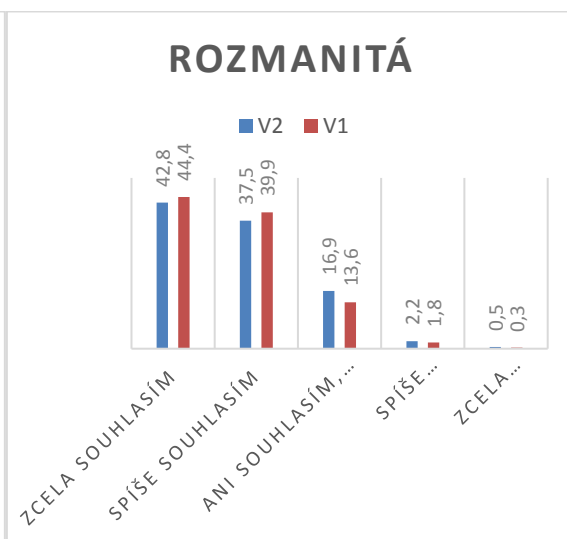
Graf č. 1



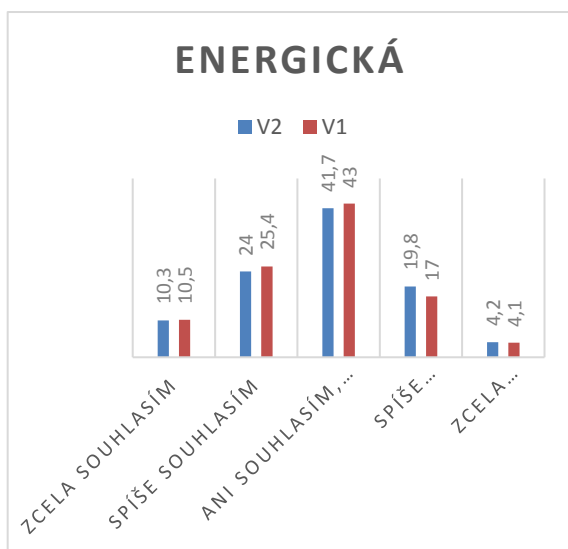
Graf č. 2



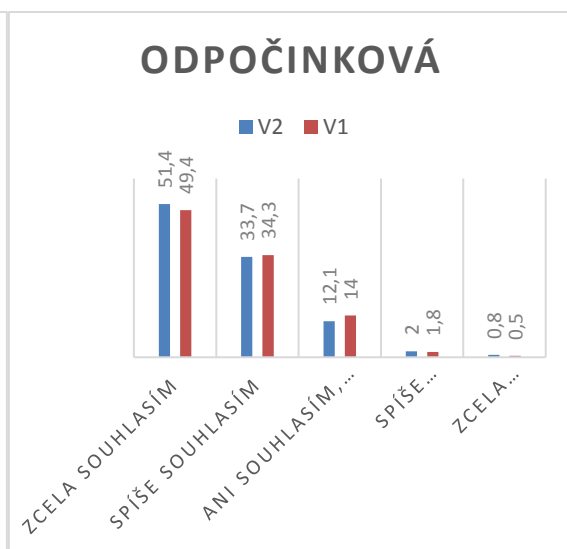
Graf č. 3



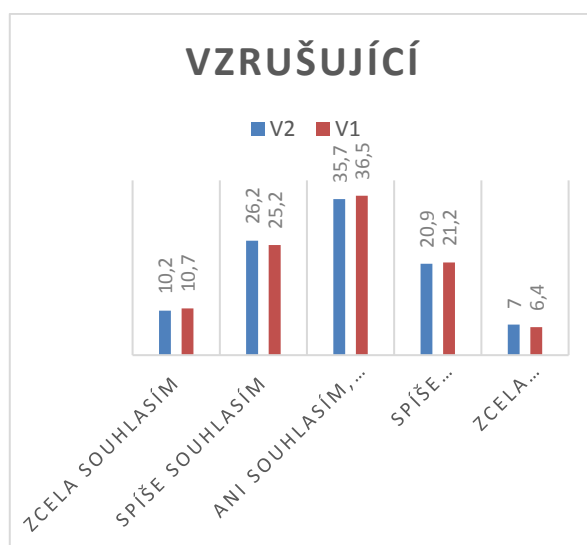
Graf č. 4



Graf č. 4



Graf č. 5



Graf č. 6

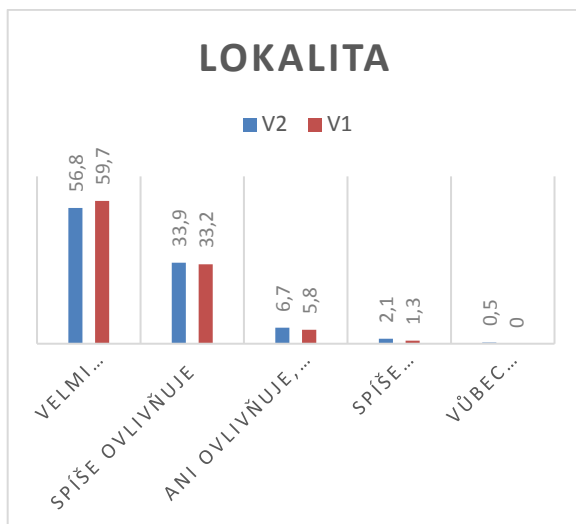
Otázka č. 10

10. * Vybte, do jaké míry ovlivňují následující faktory výběr Vaší dovolené:

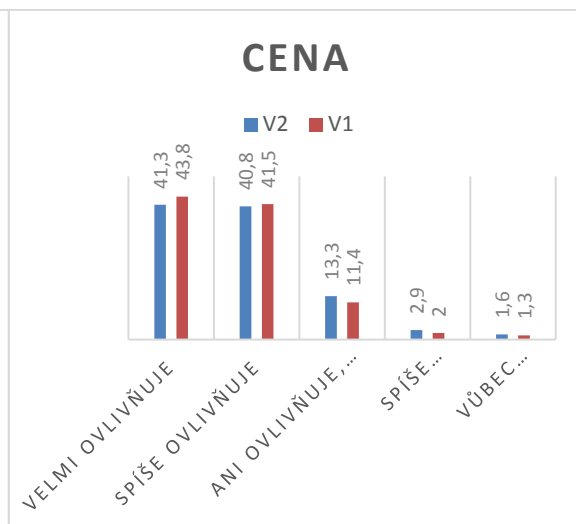
	Velmi ovlivňuje	Spíše ovlivňuje	Ani ovlivňuje, ani neovlivňuje	Spíše neovlivňuje	Vůbec neovlivňuje
Lokalita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recenze	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Doporučení od přátel/známých	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reklama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Obrázek č. 47

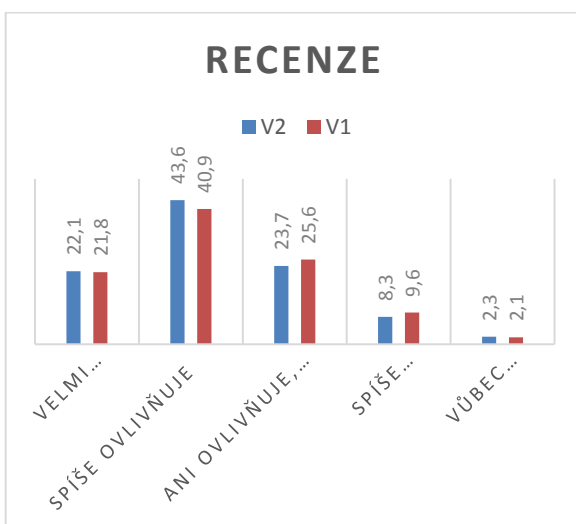
Druhá ze tří testovacích otázek byla taktéž ve formě baterie výroků, tentokrát s odpověďmi na škále „velmi ovlivňuje“ až „vůbec neovlivňuje“. Z grafů je opět patrné, že rozložení odpovědí ve verzi 1 je téměř shodné s rozložením ve verzi 2. Časy věnované těmto otázkám byly a 25,1 a 24,7 vteřin.



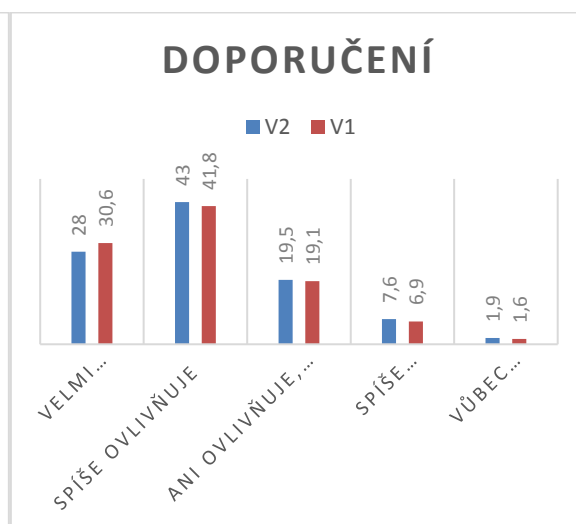
Graf č. 7



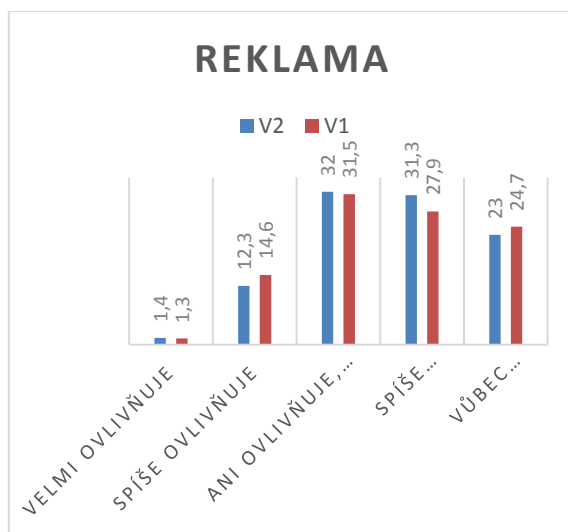
Graf č. 8



Graf č. 9

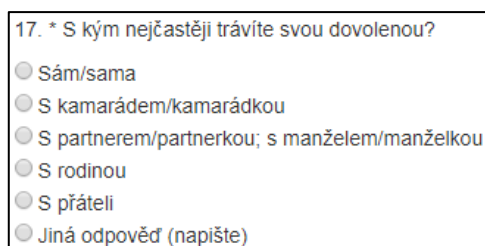


Graf č. 10



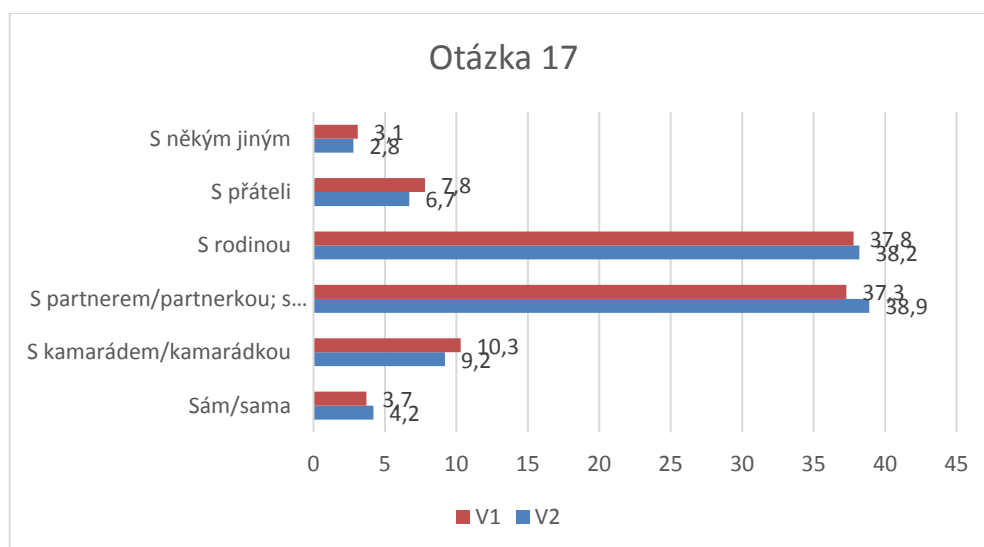
Graf č. 11

Otázka č. 17



Obrázek č. 48

Poslední z trojice otázek byla ve formě zaškrtnutí jedné ze šesti připravených odpovědí. Z grafu opět vidíme, že tendence odpovídání ve verzi 1 byla shodná s tendencí odpovídání ve verzi 2. Doba odpovídání ve verzi 1 byla 9,2 vteřin a v druhé verzi 9,6 vteřin.



Graf č. 12

Z předchozího vyplývá, že oba vzorky respondentů můžeme považovat za vzájemně porovnatelné. Na základě časů odpovídání naměřených u těchto tří otázek stanovíme odchylku pro analýzu na ± 1 vteřinu, to znamená, že odlišnosti v naměřených časech, které budou menší než 1 vteřina, nebudeme považovat za významné.

4.2 Deskriptivní zjištění

Na následujících stranách budou nyní představeny nejprve jednotlivé otázky verze 1, následně pak jednotlivé otázky verze 2. Rozbor každé otázky bude obsahovat deskriptivní popis rozložení jednotlivých odpovědí s ohledem na sociodemografické skupiny

respondentů a údaj o čase odpovídání. Jednotlivá zjištění budou doplněna o grafická znázornění rozložení odpovědí s výjimkou takových zjištění, ve kterých rozdíl v odpovědích nebyl sledován.

4.2.1 Otázky v 1. verzi online dotazníku

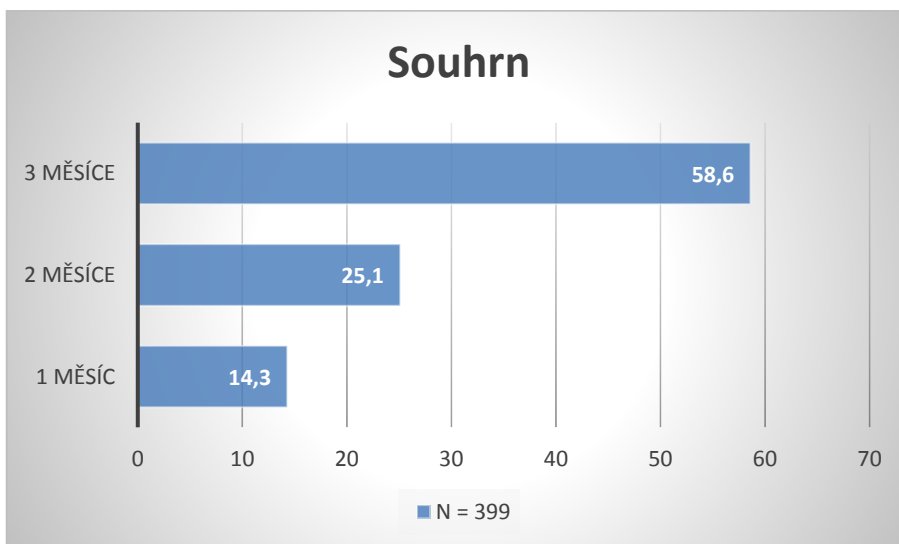
Otázka 1

1. * Jaký měsíc/měsíce v roce upřednostňujete za účelem uskutečnění své dovolené? (označte max. 3 možnosti)

<input type="checkbox"/> Leden	<input type="checkbox"/> Květen	<input type="checkbox"/> Září
<input type="checkbox"/> Únor	<input type="checkbox"/> Červen	<input type="checkbox"/> Říjen
<input type="checkbox"/> Březen	<input type="checkbox"/> Červenec	<input type="checkbox"/> Listopad
<input type="checkbox"/> Duben	<input type="checkbox"/> Srpen	<input type="checkbox"/> Prosinec

Obrázek č. 2

V první otázce bylo úkolem respondentů zaškrtnout ze seznamu 1 až 3 měsíce, které nejčastěji využívají pro svou dovolenou. Možnosti zaškrtnutí maximálního počtu měsíců využilo 59 % respondentů. Dva měsíce zaškrtnulo 25 % respondentů, 1 měsíc 14 % respondentů a zbylá 2 % respondentů odpověděla v nesprávném formátu, tedy zaškrtnula více měsíců, než byl maximální požadovaný počet.



Graf č. 13

Odpovědi podle pohlaví, věku a vzdělání se téměř neliší. V rámci všech třídících charakteristik uvádělo nejvíce respondentů nejčastěji 3 měsíce a nejméně často 1 měsíc.

Průměrný čas strávený na této otázce činil 17,9 vteřin.

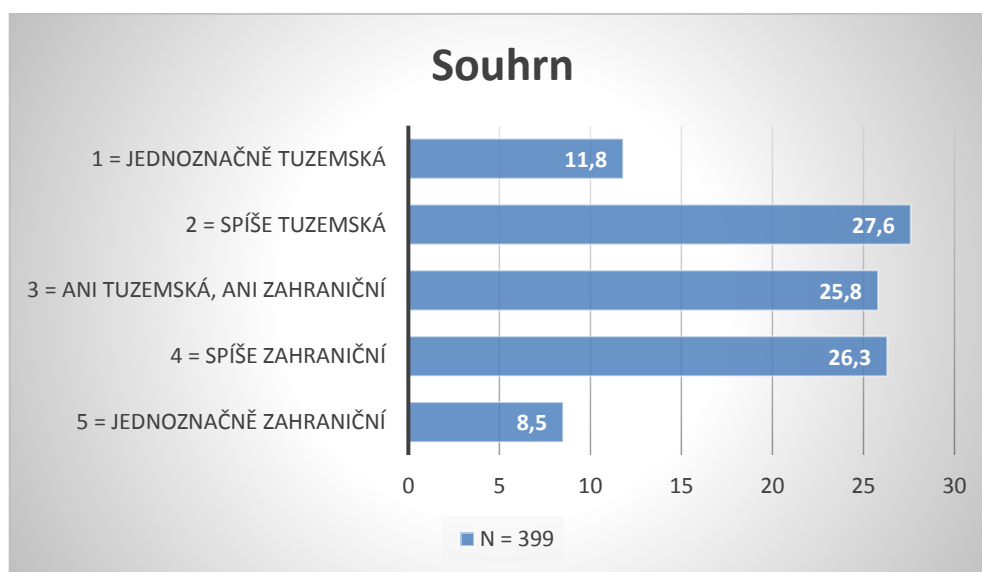
Otázka 2

2. * Uveďte na stupnici 1 až 5, do jaké míry dáváte při výběru své dovolené přednost spíše tuzemské destinaci nebo zahraniční.

- 1 = jednoznačně tuzemské
- 2 = spíše tuzemské
- 3 = ani tuzemské, ani zahraniční
- 4 = spíše zahraniční
- 5 = jednoznačně zahraniční

Obrázek č. 6

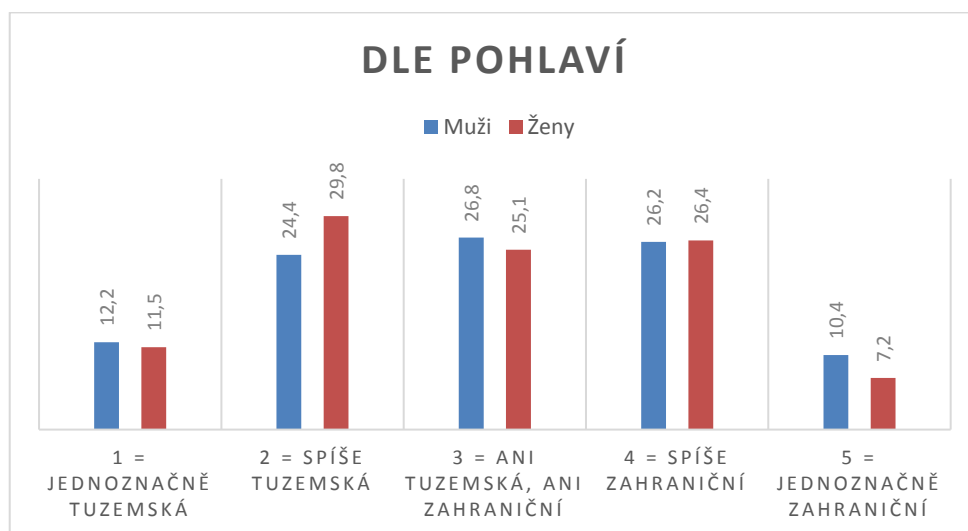
Na otázku, zda dávají lidé přednost spíše tuzemské nebo zahraniční dovolené, odpovídali respondenti prostřednictvím sloupcové pětibodové škály s označenými všemi body, a to číslem i textovým popiskem. První možnost, jednoznačně tuzemskou dovolenou, preferuje 12 % respondentů, spíše tuzemskou 28 % respondentů, neutrální postoj zaujímá 26 % respondentů, spíše zahraniční dovolené dává přednost také 26 % respondentů a jednoznačně zahraniční dovolenou preferuje 9 % respondentů.



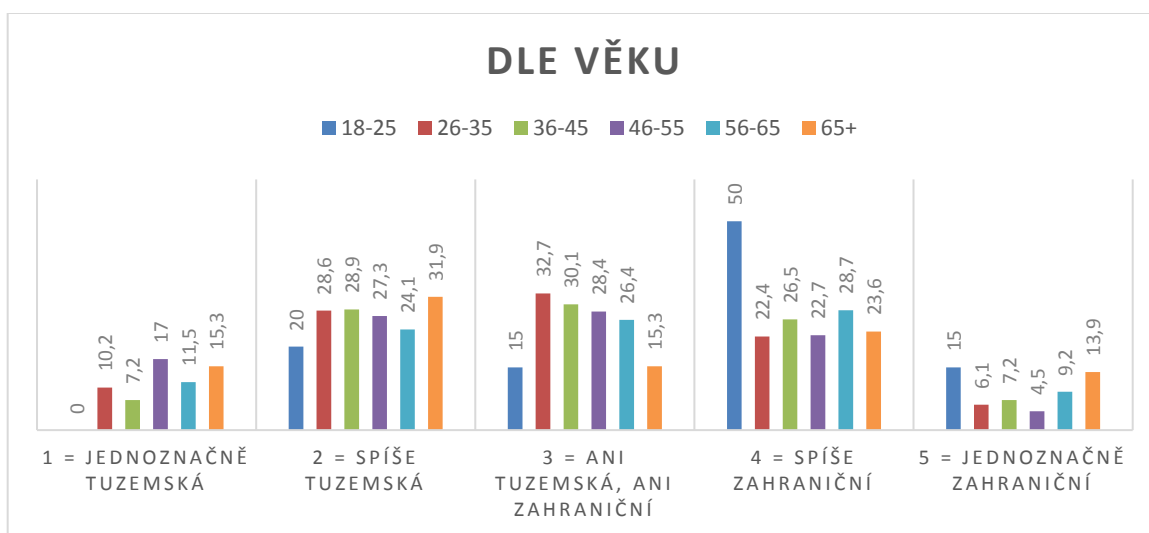
Graf č. 14

Co se týče rozdílů v odpovědích na základě sociodemografických charakteristik, nejvíce mužů zastává prostřední možnost, tzn. neutrální postoj (27 %), a čtvrtou možnost, tzn. volbu spíše zahraniční dovolené (26 %). Nejvíce žen (30 %) naopak volilo druhou možnost, tzn. že upřednostňuje spíše tuzemskou dovolenou. Nejvíce mladých lidí (50 %) ve věku 18-25 let volilo čtvrtou volbu (spíše zahraniční), naopak žádný respondent z této kategorie ne zvolil

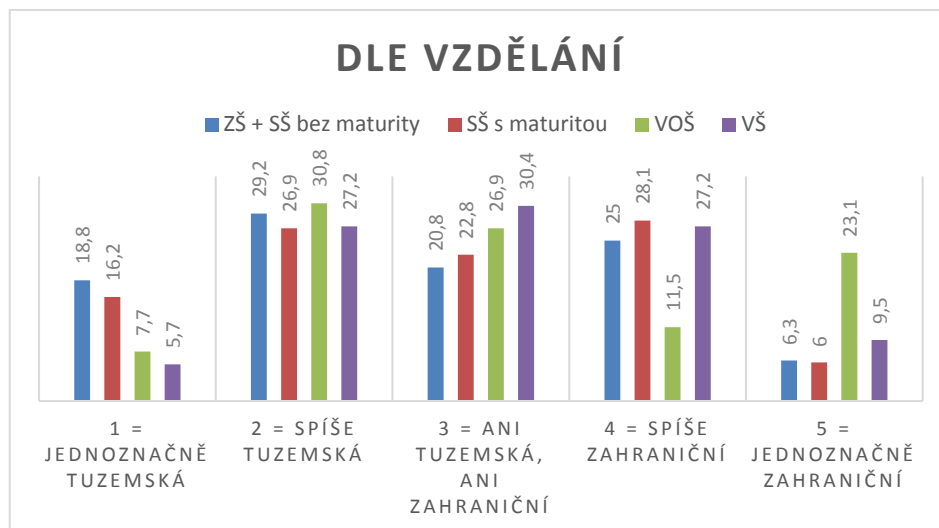
první možnost. Respondenti ze tří věkových kategorií, 26-35 let, 36-45 let a 46-55 let, volili nejčastěji prostřední možnost (33 %, 30 % a 28 %). Respondenti z věkové kategorie 56-65 let vybírali nejčastěji čtvrtou možnost (29 %) a nejstarší respondenti se naopak nejčastěji přikláněli ke druhé možnosti (32 %). Lidé se SŠ vzděláním bez maturity a nižším volili nejčastěji druhou možnost (29 %). Lidé se SŠ s maturitou čtvrtou možnost (28 %), lidé s VOŠ druhou možnost (31 %) a VŠ vzdělání lidé třetí možnost (30 %).



Graf č. 15



Graf č. 16



Graf č. 17

Průměrný čas strávený na této otázce byl 14,9 vteřin.

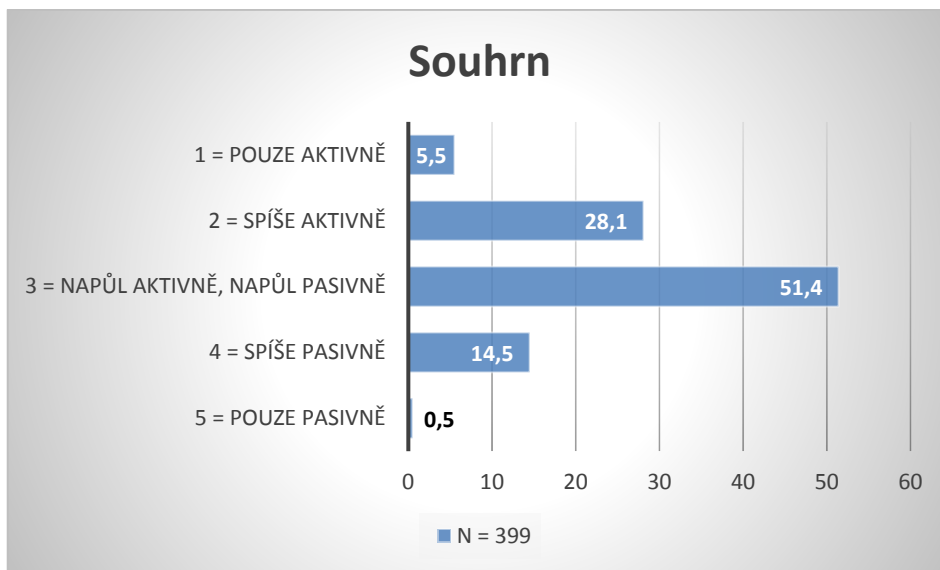
Otázka 3

3. * Uveďte na stupnici 1 až 5, do jaké míry trávíte svou dovolenou aktivně nebo pasivně.

- 1 = pouze aktivně
- 2 = spíše aktivně
- 3 = napůl aktivně, napůl pasivně
- 4 = spíše pasivně
- 5 = pouze pasivně

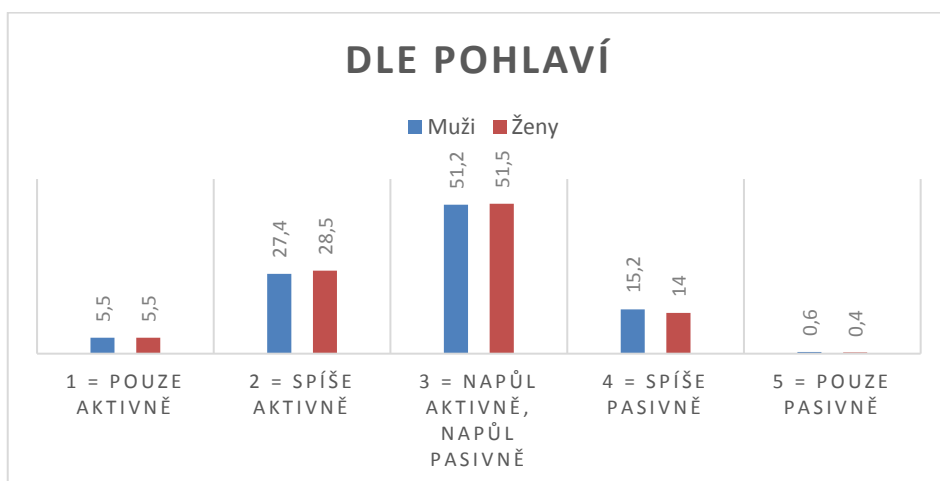
Obrázek č. 8

Třetí otázka byla v podobném stylu jako otázka předchozí, to znamená, že respondenti odpovídali na pětibodové škále zobrazené ve sloupci s označenými všemi body, a to číslem i textovým popisem. Tentokrát uváděli, zda tráví svou dovolenou aktivně či pasivně. Nejvíce respondentů se přiklání k prostřední, neutrální možnosti (51 %). Dalších 28 % vybralo druhou možnost, 15 % zaškrtnulo čtvrtou možnost, 6 % vybralo první možnost a pouze 1 % se přiklonilo k možnosti poslední.

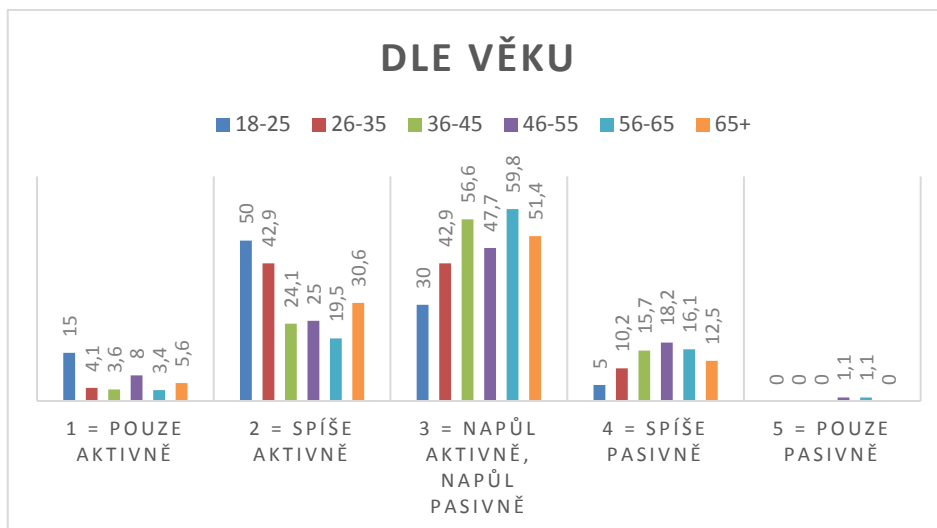


Graf č. 18

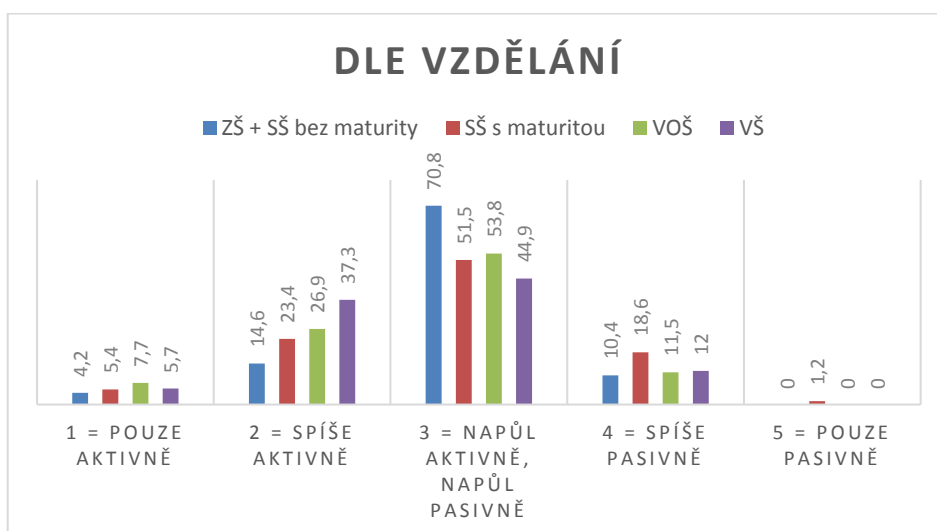
Odpovědi mužů a žen se neliší, obě pohlaví nejčastěji vybírali prostřední možnost (51 % a 52 %). Co se týče věkových kategorií, nejmladší kategorie (18-25 let) vybírala nejčastěji druhou možnost, lidé ve věku 26-35 let shodně druhou a prostřední možnost (43 %) a ostatní věkové kategorie volili nejčastěji prostřední možnost. V rámci jednotlivých vzdělanostních skupin rozdíly nejsou, ve všech skupinách byla nejčastěji vybíranou možností ta prostřední.



Graf č. 19



Graf č. 20



Graf č. 21

Průměrný čas zodpovídání této otázky činil 10,5 vteřiny.

Otázka 4

4. Na posuvníku prosím vyznačte, která z těchto dvou náplní dovolených je Vám bližší a do jaké míry.

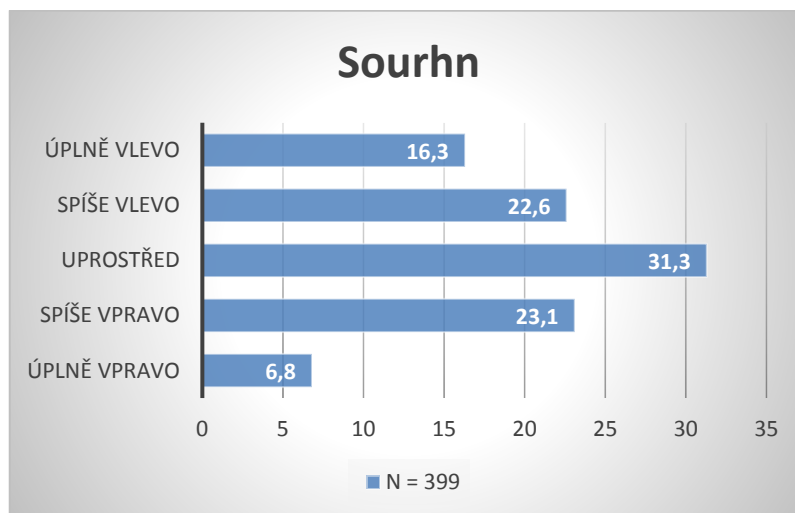
||

Odpočinek u vody
Turistika v horách

Obrázek č. 10

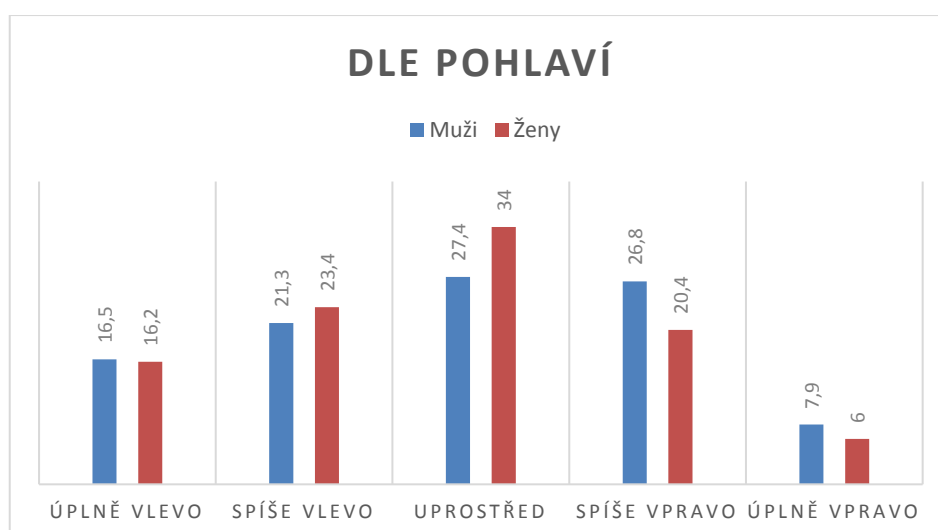
Ve čtvrté otázce bylo úkolem respondentů vyznačit pomocí posuvníku, zda se přiklání spíše k odpočinku u vody (vlevo) či k turistice v horách (vpravo). Posuvník obsahoval pouze textový popisek na levém a pravém konci a bylo možné vyznačit odpověď na pěti pozicích

– úplně vlevo, spíše vlevo, uprostřed, spíše vpravo a úplně vpravo. Největší část respondentů se zařadila doprostřed (31 %), 23 % potom spíše vpravo, taktéž 23 % spíše vlevo, 16 % úplně vlevo a 7 % úplně vpravo.

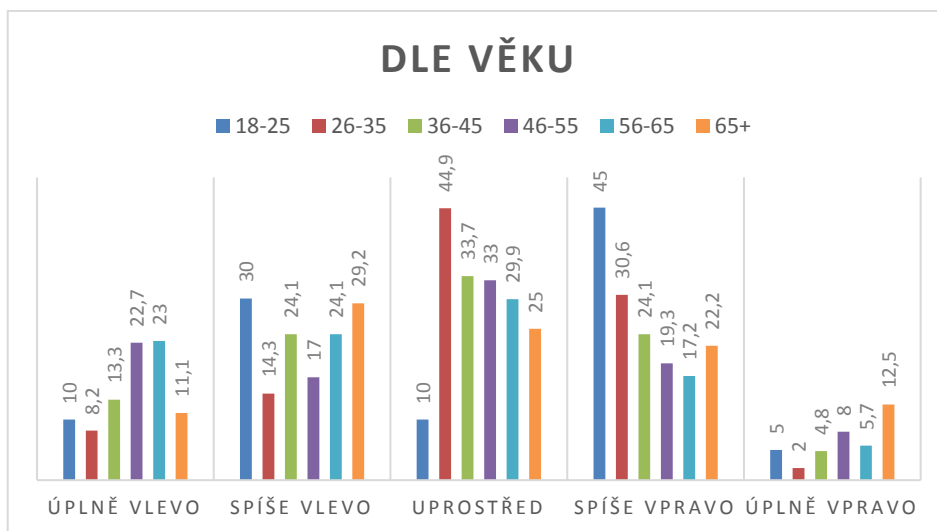


Graf č. 22

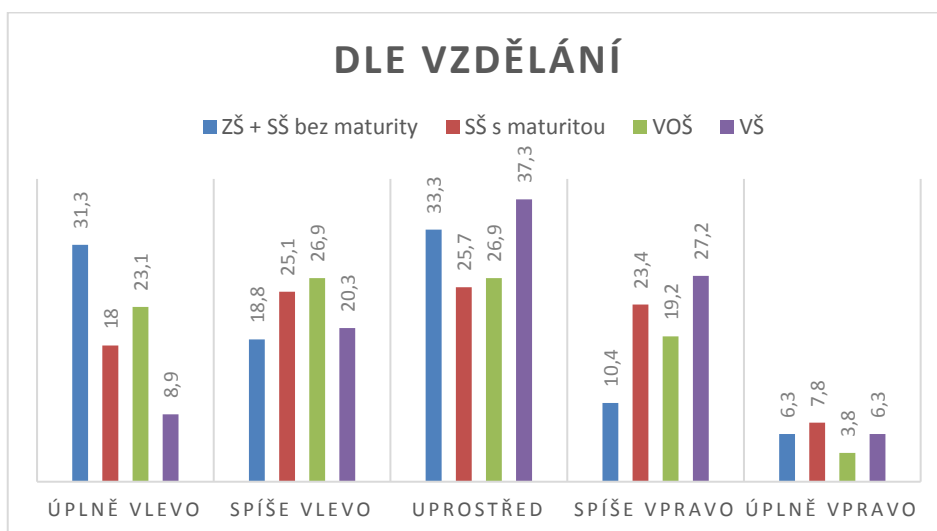
Nejvíce mužů i žen vybralo prostřední možnost (27 % a 34 %), dalších 27 % mužů však také vybralo možnost „spíše vpravo“, naopak u žen byla druhá nejčastější volba možnost „spíše vlevo“. Nejmladší respondenti (18-25 let) vybírali nejčastěji možnost „spíše vpravo“ (45 %), naopak nejstarší respondenti (více než 65 let) svou odpověď umísťovali nejčastěji spíše vlevo (29 %). Ostatní věkové kategorie se řadili doprostřed. V rámci vzdělanostních kategorií vybírali všichni respondenti nejčastěji prostřední polohu posuvníku. U lidí se SŠ s maturitou a VOŠ byla ve stejné míře vybírána také pozice spíše vlevo.



Graf č. 23



Graf č. 24



Graf č. 25

Průměrný čas strávený na této otázce byl 19,9 vteřin.

Otázka 5

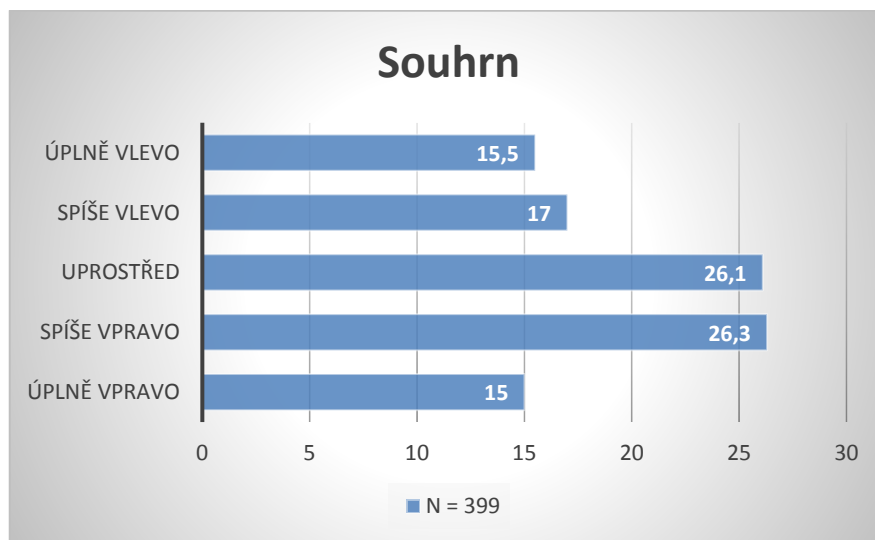
5. Na posuvníku prosím vyznačte, která z těchto dvou náplní dovolených je Vám bližší a do jaké míry.

Sport Wellness

Obrázek č. 12

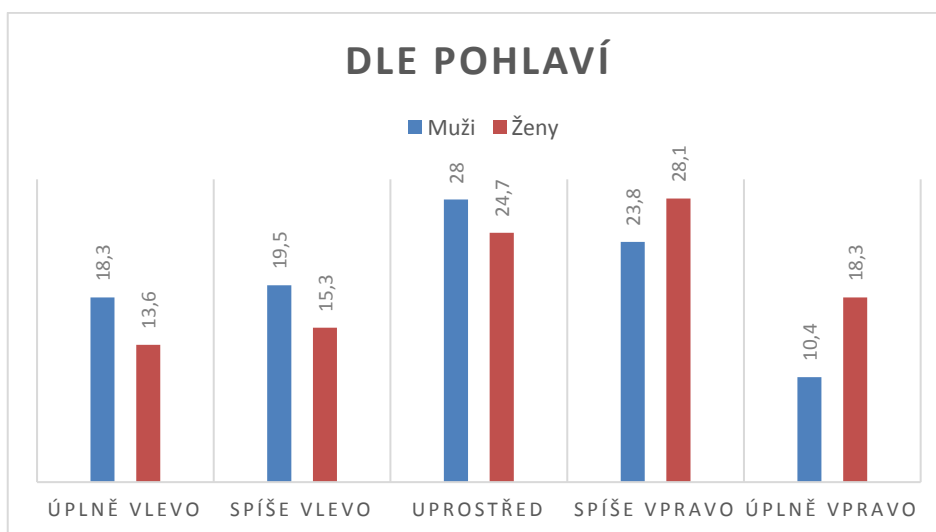
Pátá otázka je na stejném principu jako otázka předchozí, tentokrát byla možnost na levém

konci posuvníku Sport a na pravém konci Wellness. V tomto případě se zařadila stejná část respondentů jak přímo doprostřed posuvníku, tak spíše vpravo (26 %). Úplně vlevo se zařadilo 16 % respondentů, spíše vlevo 17 % respondentů a úplně vpravo 15 %.

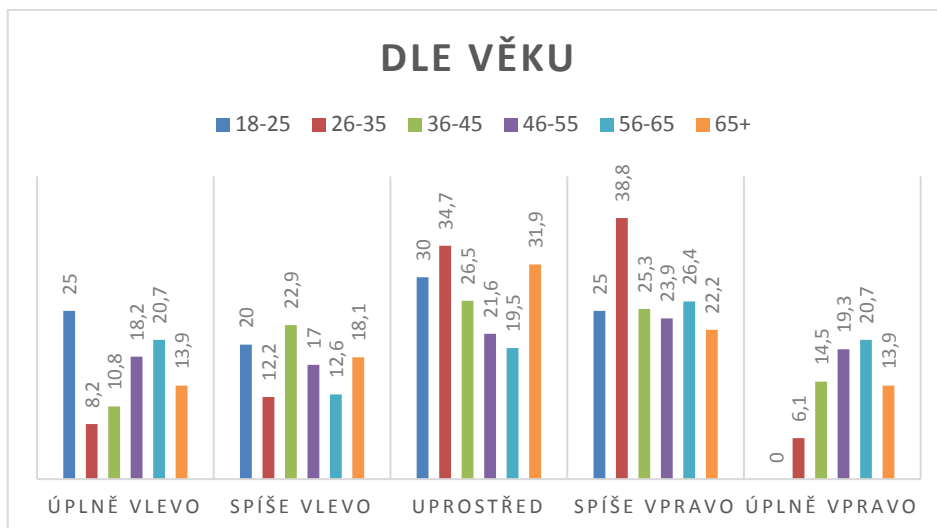


Graf č. 26

Muži se na posuvníku nejčastěji umísťovali doprostřed (28 %), ženy naopak spíše vpravo (28 %). Nejmladší věková kategorie (18-25 let) vybírali nejčastěji pozici uprostřed (30 %), stejně tak věková kategorie 36-45 let (27 %) a 60 a více let (32 %). Kategorie 26-35 let, 46-55 let a 55-65 let vybírali nejčastěji pozici „spíše vpravo“ (39 %, 24 %, 26 %). Co se týče rozdílu ve vzdělanostních skupinách, téměř řádné se neobjevily. Ve všech skupinách byly na stejném místě nejčastěji vybírány pozice uprostřed a spíše vpravo.



Graf č. 27



Graf č. 28

Průměrný čas strávený na této otázce činil cca 11,2 vteřin.

Otázka 6

6. * Seřadte následující typy dovolených podle svých preferencí - od nejvíce preferovaného typu po nejméně preferovaný typ.

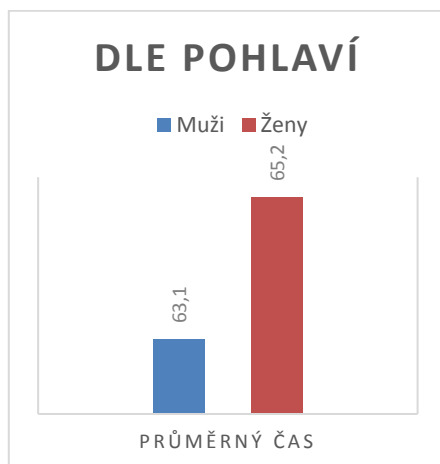
Sem přetáhněte vaše volby dle pořadí

- Letní odpočinek u moře/u vody
- Letní turistika v horách
- Poznávací dovolená
- Vzdělávací dovolená
- Adrenalinová dovolená
- Exotická dovolená
- Wellness pobyt
- Zimní dovolená na horách

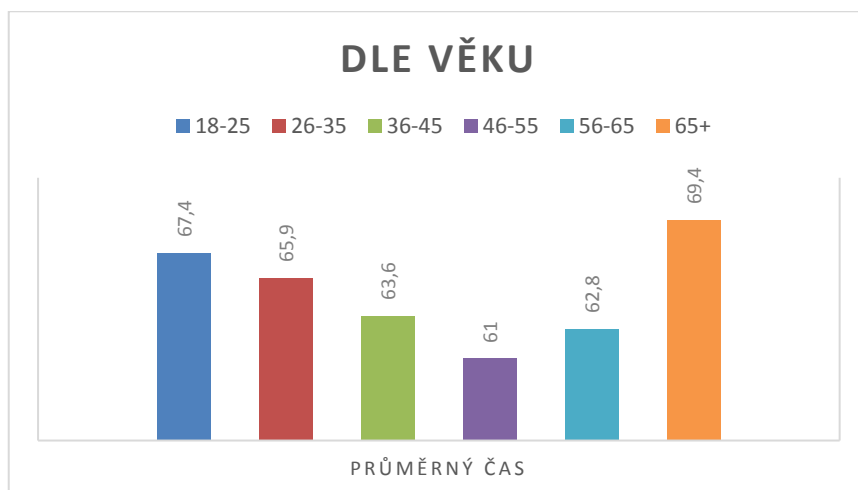
Obrázek č. 14

Průměrný čas strávený na této otázce byl 64,4 vteřin. Doba odpovídání byla u žen v průměru o 2 vteřiny delší než u mužů. Co se týče věkových kategorií, nejdéle odpovídali logicky nejstarší respondenti, a to v průměru o 5 vteřin déle, než byl průměr. V nejkratším čase pak

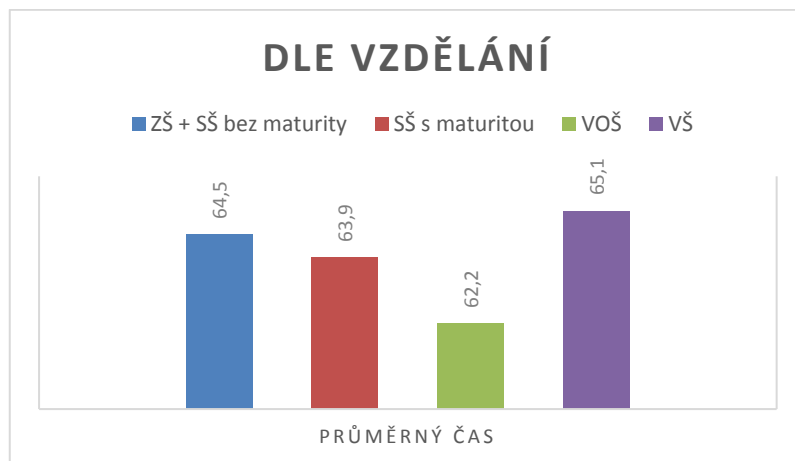
odpovídali respondenti ve věku 46-55 let. Co se týče vzdělanostních skupin, nejvíce času zabralo odpovídání na tuto otázku překvapivě respondentům s nejvyšším, tj. vysokoškolským, vzděláním. Nejrychleji pak odpovídali lidé s VOŠ.



Graf č. 29




Graf č. 30



Graf č. 31

Otázka 8

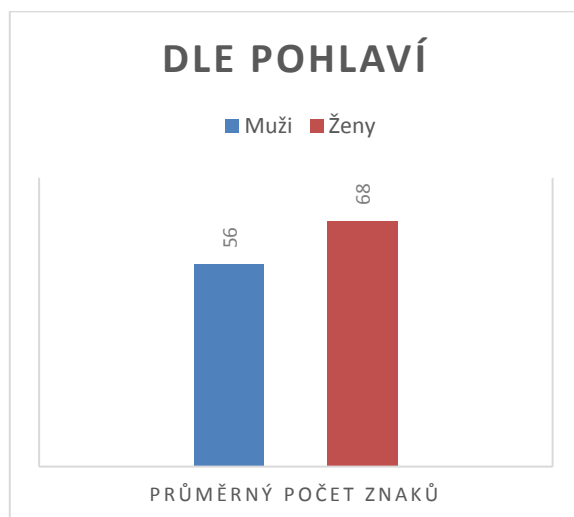
8. * Pokuste se prosím popsat, jak si představujete svou ideální dovolenou.

A screenshot of a text input field with a red border. The field is empty, and there is a small cursor icon at the bottom right corner.

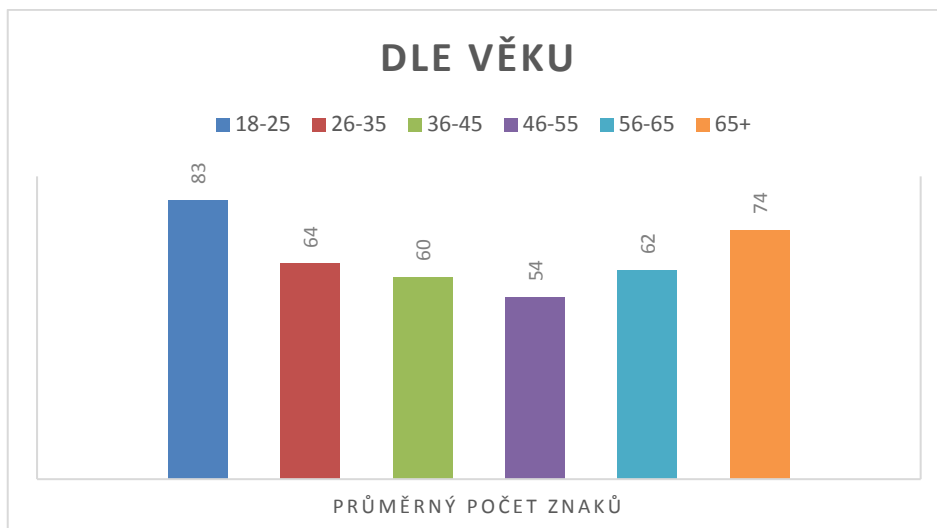
Obrázek č. 18

V rámci osmé otázky měli respondenti vlastními slovy popsat, jak si představují svou ideální dovolenou, přičemž velikost textového okna pro zapsání odpovědi byla na 3 řádky textu. Průměrný počet znaků, kteří respondenti do textového pole uváděli, je 63 znaků včetně mezer.

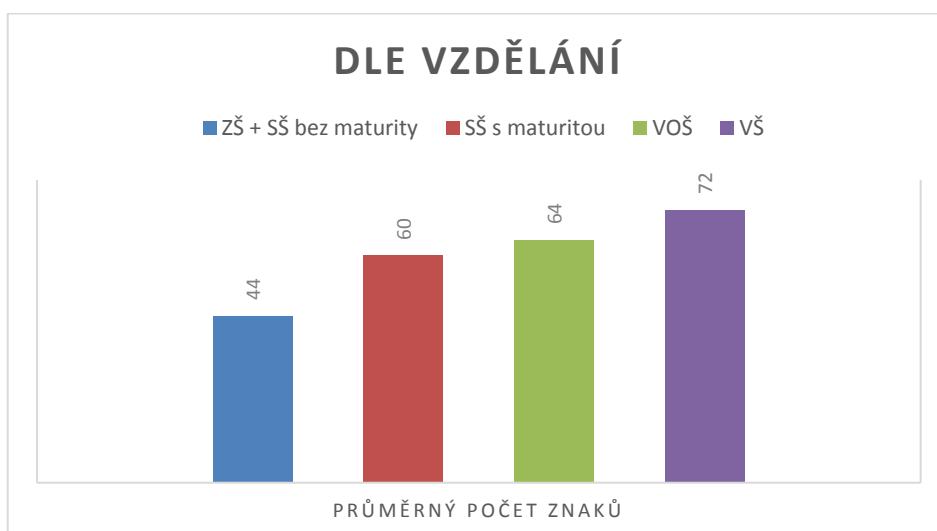
Ženy uváděly v průměru o 12 znaků více než muži. Nejvíce znaků uváděli respondenti ve věku 18-25 let, a to průměrně 83 znaků. Nejméně naopak respondenti ve věku 46-55 let, a to v průměru 54 znaků. Co se týče rozdílů v rámci vzdělání, nejdelší odpověď uváděli vysokoškolsky vzdělaní lidé (v průměru 72 znaků), nejkratší odpověď potom lidé se středoškolským vzděláním bez maturity a nižším (44 znaků).



Graf č. 32



Graf č. 33



Graf č. 34

Průměrný čas strávený na této otázce byl 70,8 vteřin.

Otázka 9

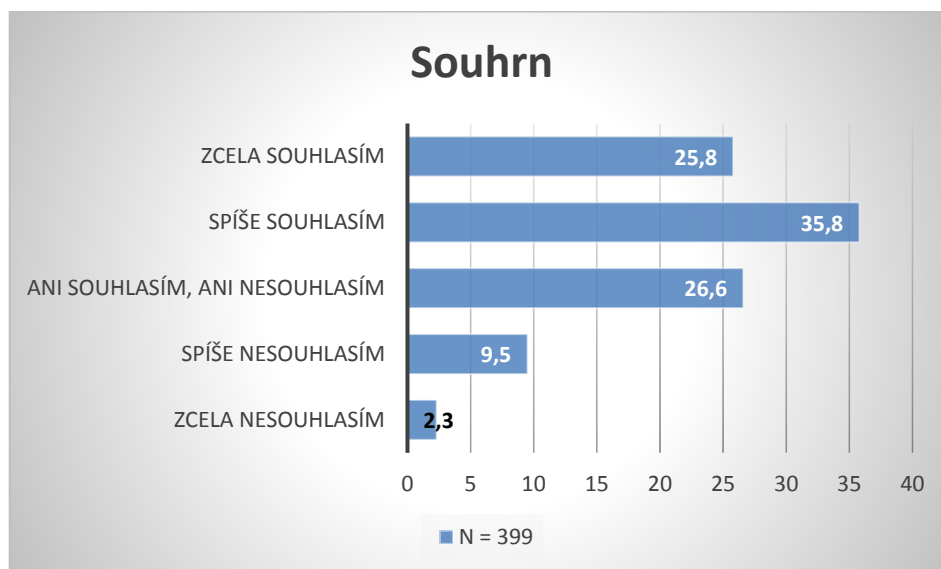
9. * Uved'te, do jaké míry souhlasíte s výrokem "Pro svou dovolenou si vybírám pokaždé jinou destinaci; rád/a objevuji nová místa."

- Zcela souhlasím
- Spíše souhlasím
- Ani souhlasím, ani nesouhlasím
- Spíše nesouhlasím
- Zcela nesouhlasím

Obrázek č. 22

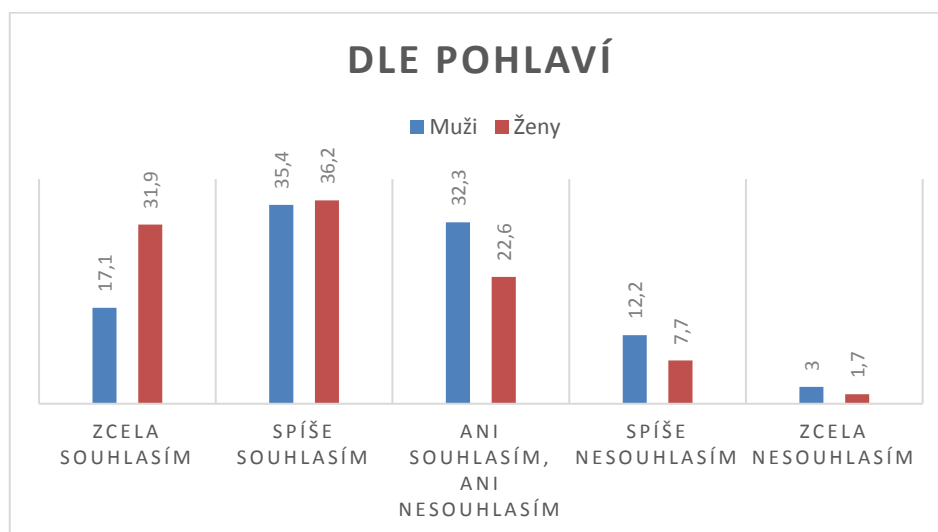
V deváté otázce odpovídali respondenti na pětibodové škále ve sloupci s označenými všemi body textovým popiskem. Největší část respondentů vybírala druhou možnost – spíše

souhlasím (36 %). Dalších 27 % vybralo prostřední možnost, 26 % první možnost, 10 % čtvrtou možnost a 2 % poslední, pátou možnost.

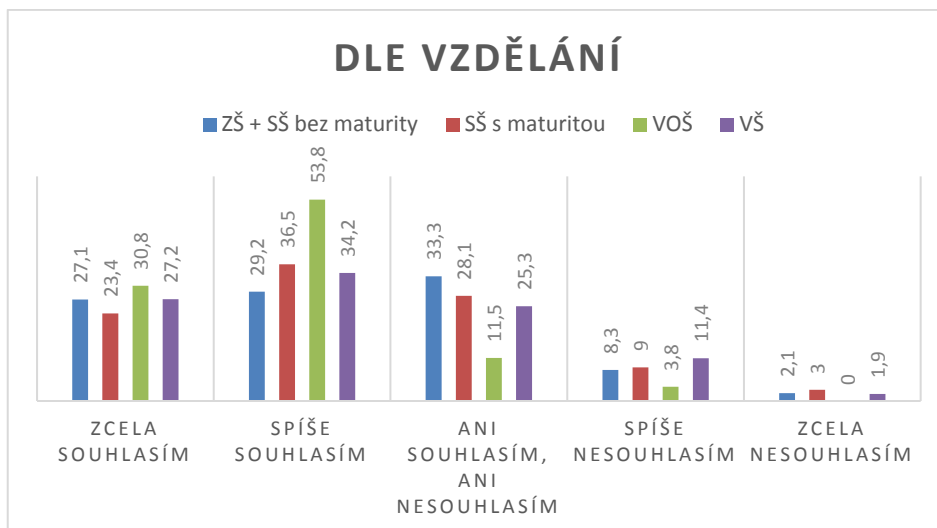


Graf č. 35

Muži i ženy shodně nejčastěji vybírali druhou možnost (35 % a 36 %). Druhá nejčastější odpověď u mužů byla prostřední možnost (32 %), zatímco u žen první možnost (32 %). Co se týče rozdílů v rámci jednotlivých věkových kategorií, žádné nejsou, jelikož respondenti všech věkových kategorií shodně nejčastěji uváděli druhou možnost. Co se týče vzdělání, lidé se základním vzděláním a středním bez maturity nejčastěji uváděli prostřední možnost. Ostatní vzdělanostní skupiny nejčastěji vybírali druhou možnost.



Graf č. 36



Graf č. 37

Průměrný čas strávený na této otázce byl 11,6 vteřin.

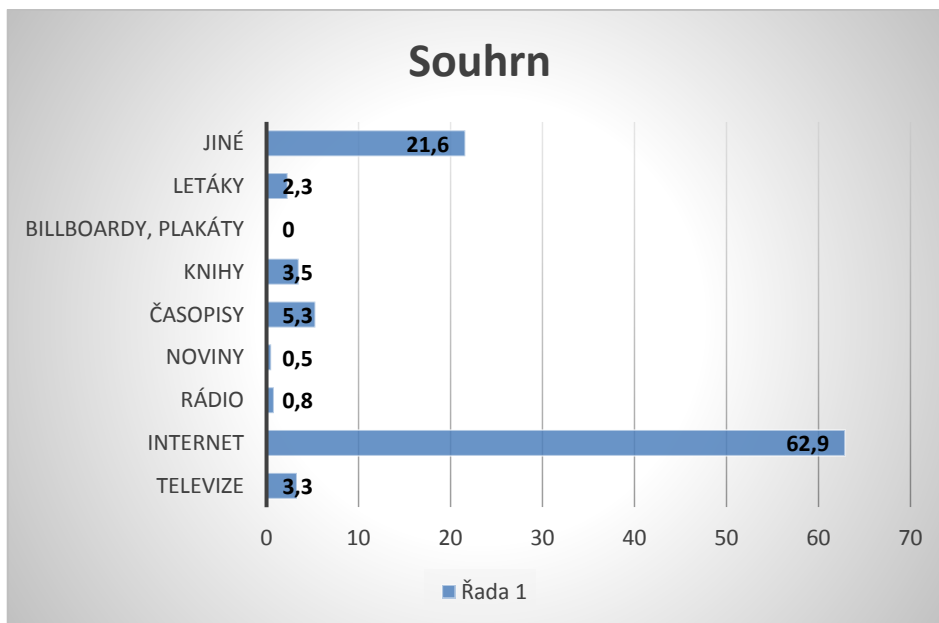
Otázka 11

11. * Vyberte prosím, odkud nejčastěji čerpáte inspiraci pro svou dovolenou.

- Televize
- Internet
- Rádio
- Noviny
- Časopisy
- Knihy
- Billboardy, plakáty
- Letáky
- Jiná odpověď (napište)

Obrázek č. 26

V jedenácté otázce vybírali respondenti jednu možnost z možností vyobrazených v jednom sloupci. Jednalo se o zdroj inspirace pro jejich dovolenou. Největší část respondentů vybrala druhou možnost, internet (63 %).



Graf č. 38

Tato odpověď byla v rámci všech věkových i vzdělanostních skupin jednoznačná.

Průměrný čas strávený na této otázce byl 22,1 vteřin.

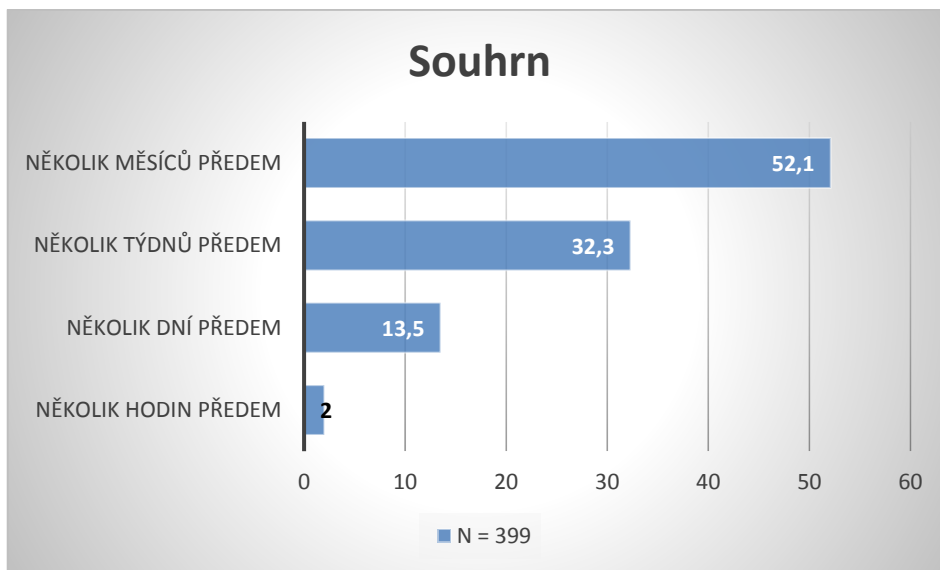
Otázka 12

12. * S jakým časovým předstihem obvykle začínáte plánovat svou dovolenou?

- Několik hodin předem
- Několik dní předem
- Několik týdnů předem
- Několik měsíců předem

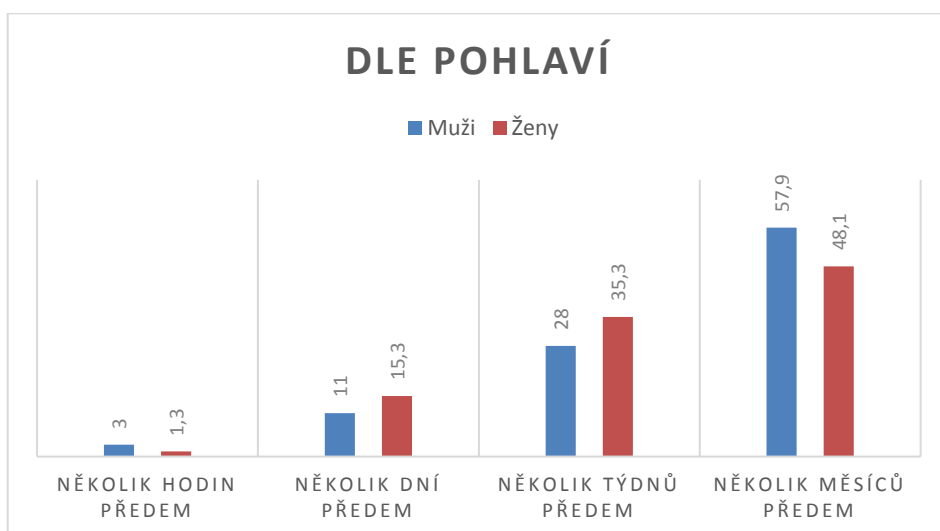
Obrázek č. 30

V rámci dvanácté otázky vybírali respondenti ze čtyř možností zobrazených pod sebou ve sloupci. Největší část respondentů vybrala čtvrtou možnost (52 %), 32 % pak vybralo třetí možnost, 14 % druhou možnost a pouze 2 % první možnost.

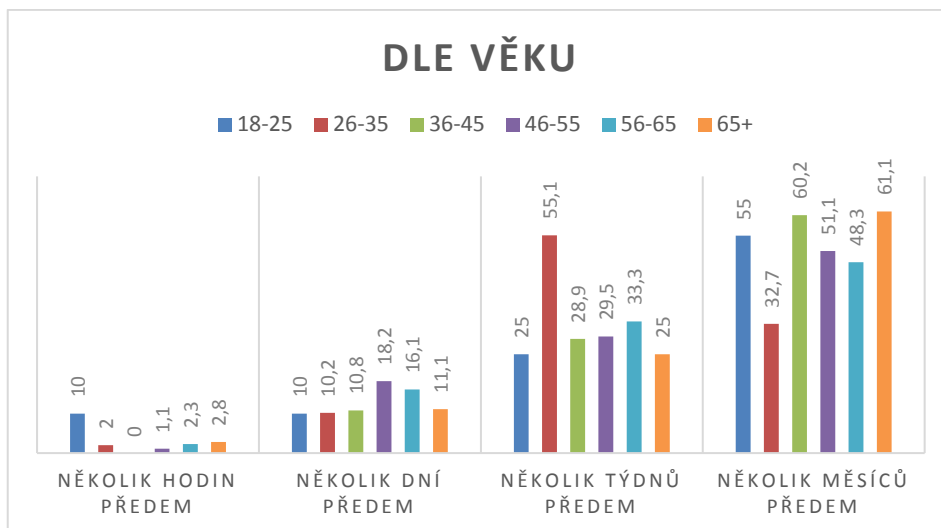


Graf č. 39

Muži i ženy shodně nejčastěji uváděli poslední možnost. Věková kategorie 26-35 let nejčastěji uváděla třetí možnost (55,1 %). Ostatní věkové kategorie shodně uváděli nejčastěji poslední možnost. Stejně tak vzdělanostní kategorie.



Graf č. 40



Graf č. 50

Průměrný čas odpovídání na tuto otázku byl 9,5 vteřiny.

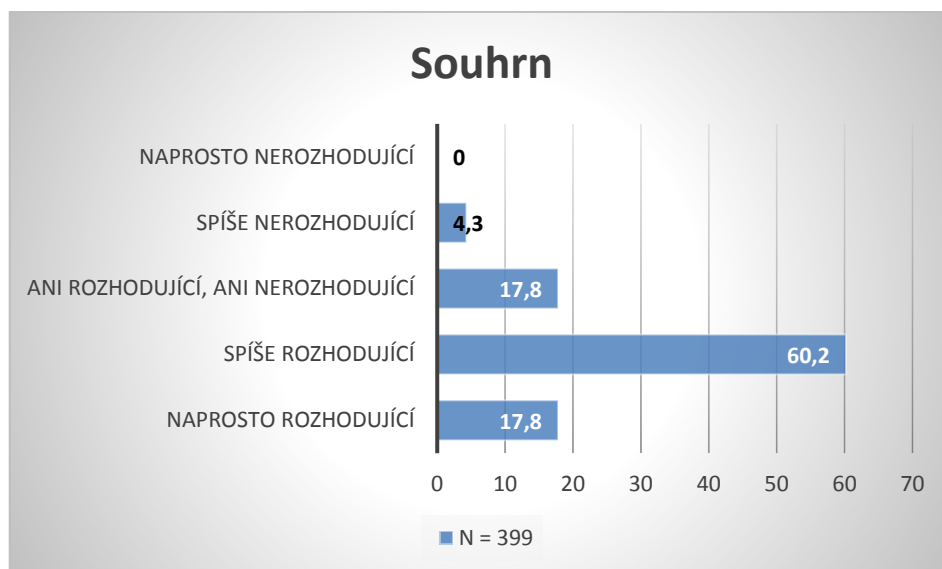
Otázka 13

13. * Do jaké míry je pro Vás při výběru dovolené rozhodujícím prvkem její cena?

- Naprosto rozhodující
- Spíše rozhodující
- Ani rozhodující, ani nerozhodující
- Spíše nerozhodující
- Naprosto nerozhodující

Obrázek č. 24

Otázka číslo třináct byla ve formě pětibodové škály ve sloupci, která byla seřazená vzestupně a měla popsané všechny body textovým popiskem. Největší část respondentů (60 %) vybrala druhou možnost, shodně 18 % respondentů pak vybralo první a prostřední možnost, 4 % vybrala čtvrtou možnost a nikdo nevybral možnost poslední.



Graf č. 51

Muži i ženy shodně vybírali nejčastěji druhou možnost. Také ve všech věkových i vzdělanostních kategoriích byla v největší míře zastoupena právě druhá možnost.

Průměrný čas strávený na této otázce byl 9,2 vteřin.

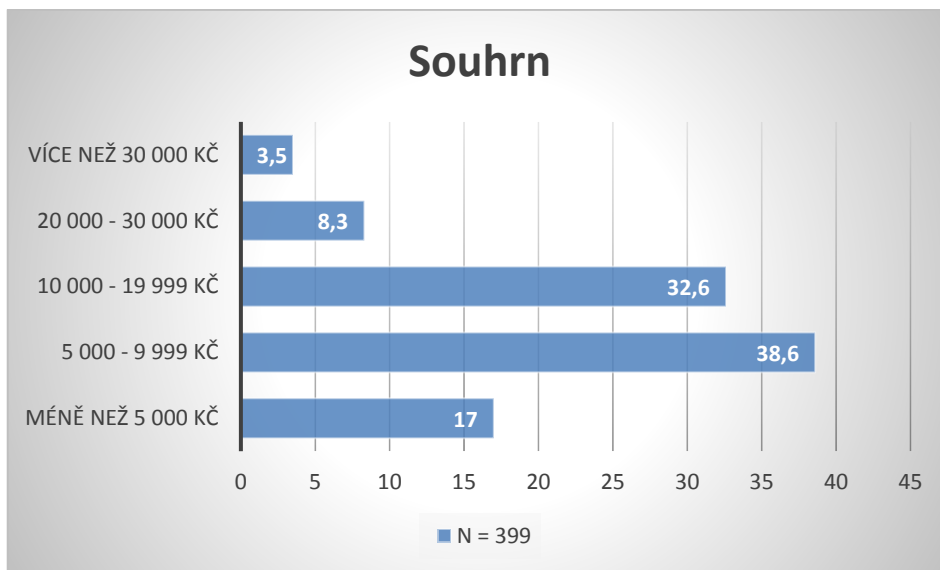
Otázka 14

14. * V jakém finančním rozmezí se obvykle pohybují náklady na Vaši dovolenou za jednu osobu?

- Méně než 5 000 Kč
- 5 000 - 9 999 Kč
- 10 000 - 19 999 Kč
- 20 000 - 30 000 Kč
- Více než 30 000 Kč

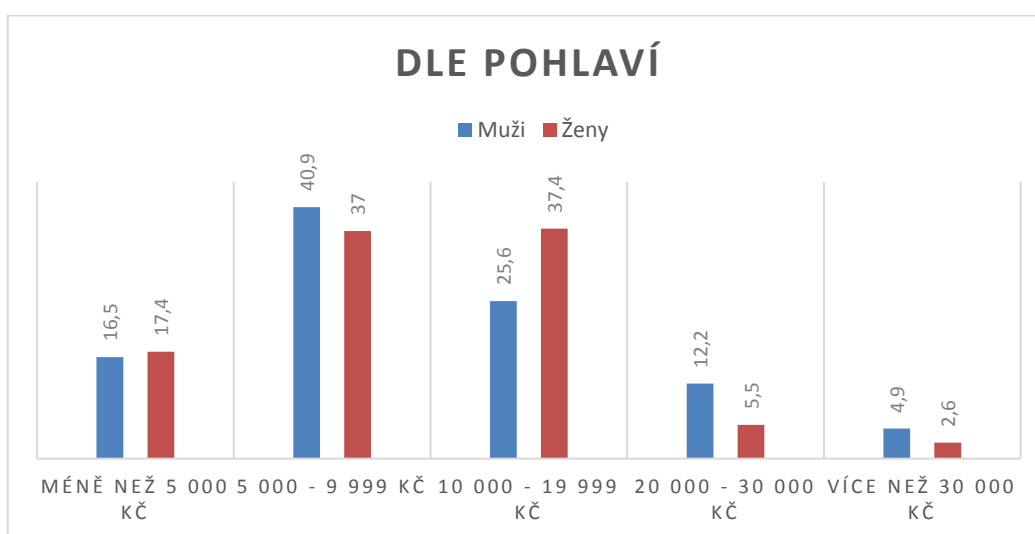
Obrázek č. 34

Ve čtrnácté otázce vybírali respondenti z pěti možností nabízejících finanční rozmezí nákladů za dovolenou za jednu osobu. Nejvíce respondentů zvolilo rozmezí, 5 000 – 9 999 Kč (39 %), dalších 33 % zvolilo rozmezí 10 000 – 19 999 Kč, 17 % pak zvolilo rozmezí méně než 5 000 Kč, 8 % zvolilo rozmezí 20 000 – 30 000 Kč a 4 % zvolila rozmezí více než 30 000 Kč.

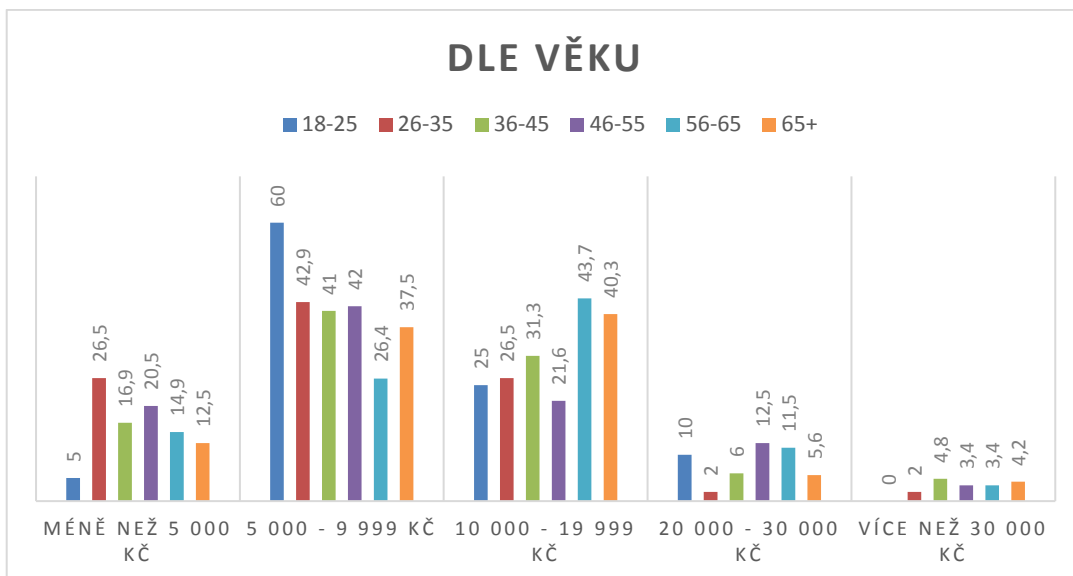


Graf č. 52

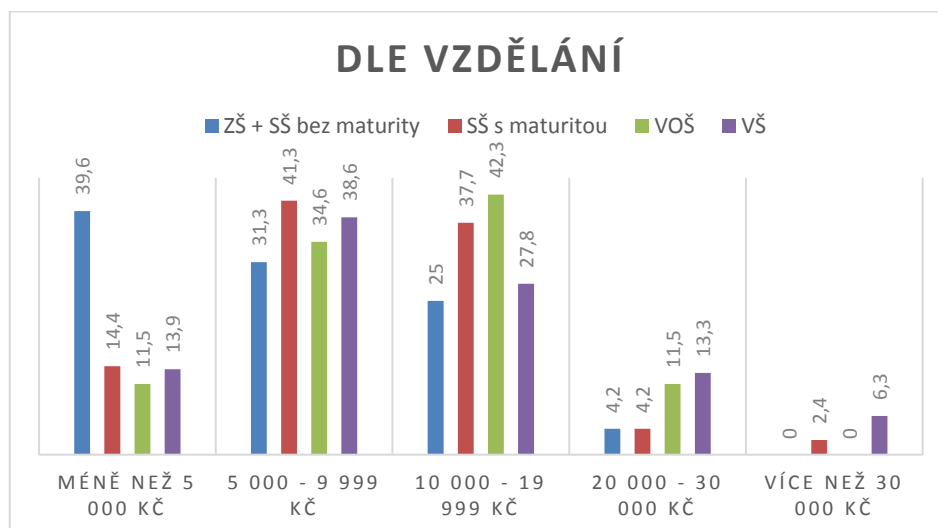
Muži nejčastěji volili rozmezí 5 000 – 9 999 Kč (41 %), zatímco přibližně stejný počet žen volil nejčastěji rozmezí 5 000 – 9 999 Kč a 10 000 – 19 999 Kč (37 %). Respondenti ve věku 18-55 let vybírali také nejčastěji rozmezí 5 000 – 9 999 Kč. Nejstarší respondenti ve věku 60 a více let pak vybírali nejčastěji rozmezí 10 000 – 19 999 Kč (40 %). Co se týče rozdílů odpovědí v rámci vzdělanostních skupin, všechny vzdělanostní skupiny kromě lidí se SŠ vzděláním bez maturity a nižším a lidí s VOŠ vzděláním uváděli v největší míře rozmezí 5 000 – 9 999 Kč. Lidé se SŠ vzděláním bez maturity a nižším vybírali nejčastěji rozmezí méně než 5 000 Kč. Lidé s VOŠ vzděláním uváděli nejčastěji rozmezí 10 000 – 19 999 Kč.



Graf č. 53



Graf č. 54



Graf č. 55

Průměrný čas strávený zodpovídáním této otázky byl 11,4 vteřin.

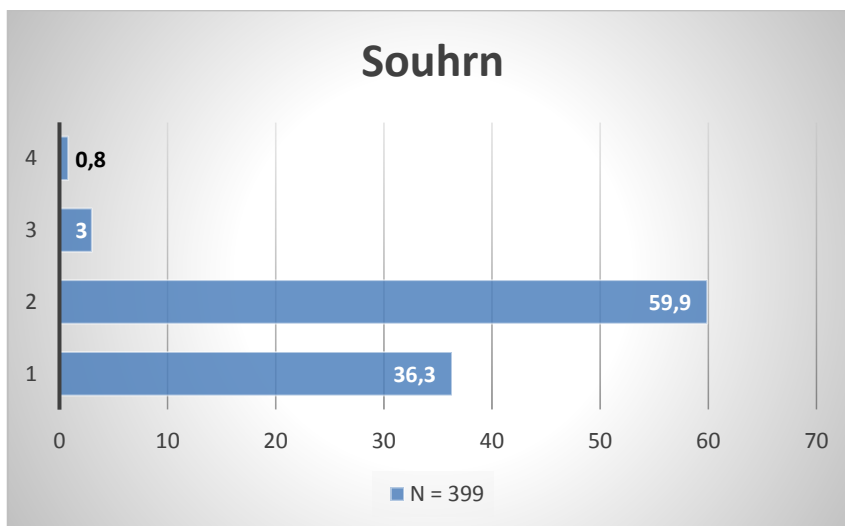
Otázka 15

15. * Jaké dopravní prostředky nejčastěji využíváte pro cestu do cílové destinace v rámci své dovolené? (vyberte max. 2 možnosti)

- Letadlo
- Autobus
- Vlak
- Auto
- Motorka
- Loď
- Jiná odpověď (napište)

Obrázek č. 4

V patnácté otázce bylo úkolem respondentů vybrat z určeného seznamu dopravních prostředků jednu nebo dvě možnosti. 60 % respondentů využilo maximálního počtu a zaškrtnulo tedy 2 možnosti, 36 % respondentů potom zaškrtnulo pouze 1 možnost a zbytek respondentů uvedlo odpověď v nesprávném formátu.



Graf č. 56

Rozdíly v odpovědích v rámci jednotlivých sociodemografických charakteristik nejsou.

Průměrný čas strávený zodpovídáním této otázky byl 11,7 vteřin.

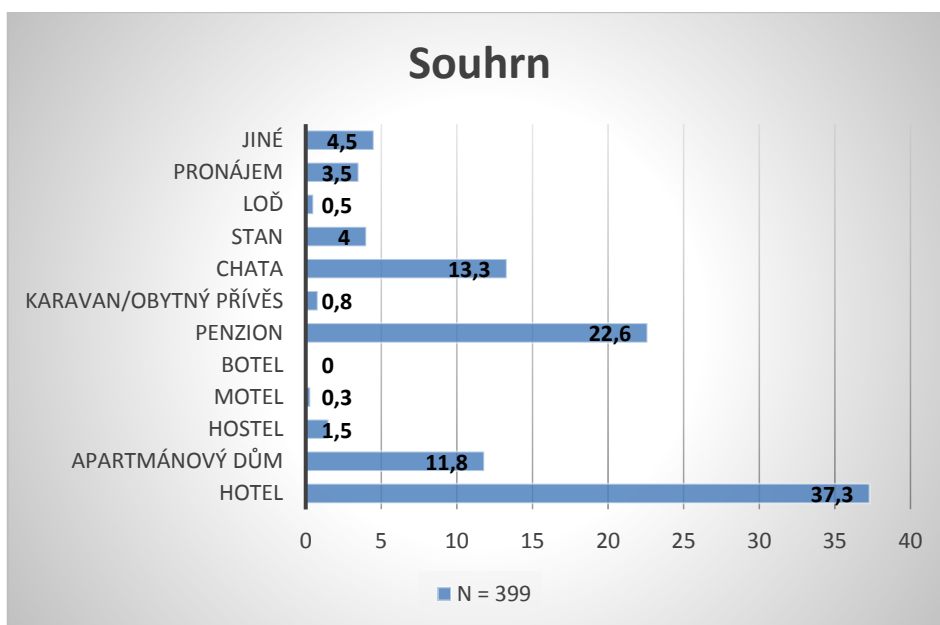
Otázka 16

16. * Vyberte prosím druh ubytování, který v rámci svých dovolených nejčastěji využíváte.

- Hotel
- Apartmánový dům
- Hostel
- Motel
- Botel
- Penzion
- Karavan/obytný přívěs
- Chata
- Stan
- Loď
- Pronájem
- Jiná odpověď (napište)

Obrázek č. 28

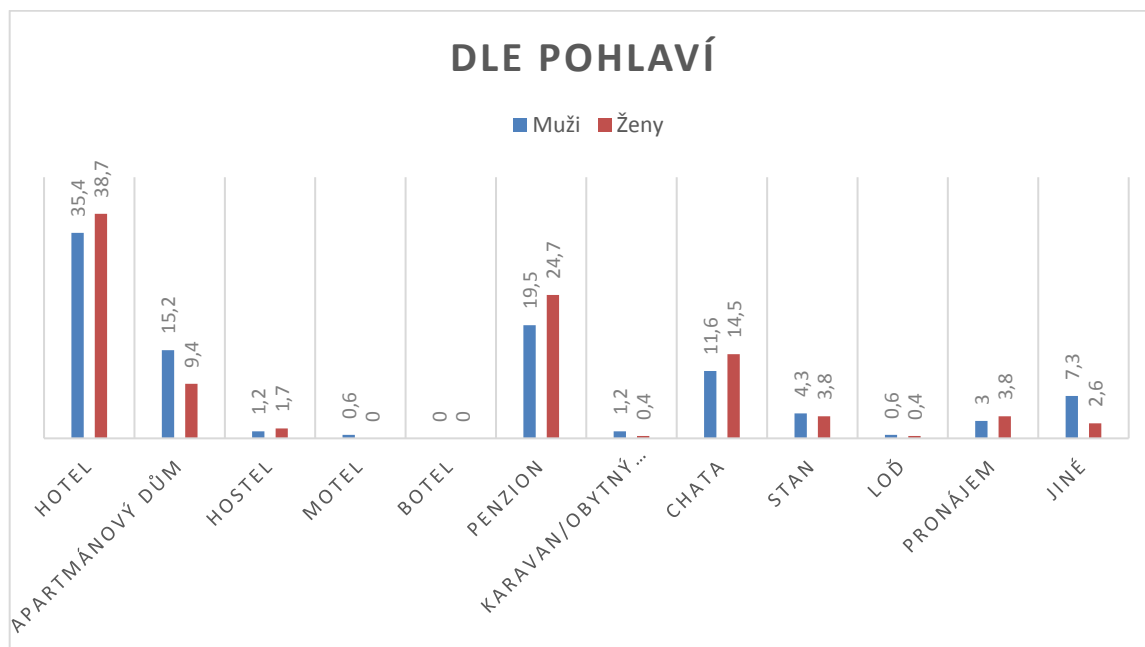
Šestnáctá otázka byla formou možností odpovědí zobrazených pod sebou v jednom sloupci, přičemž respondent měl vybrat pouze jednu z tohoto seznamu. Nejčastější odpovědí byla odpověď první v pořadí, hotel (37 %), druhá nejčastější byla odpověď šestá v pořadí, penzion (23 %), a třetí nejčastěji zmiňovaná byla chata, osmá možnost v pořadí (13 %).



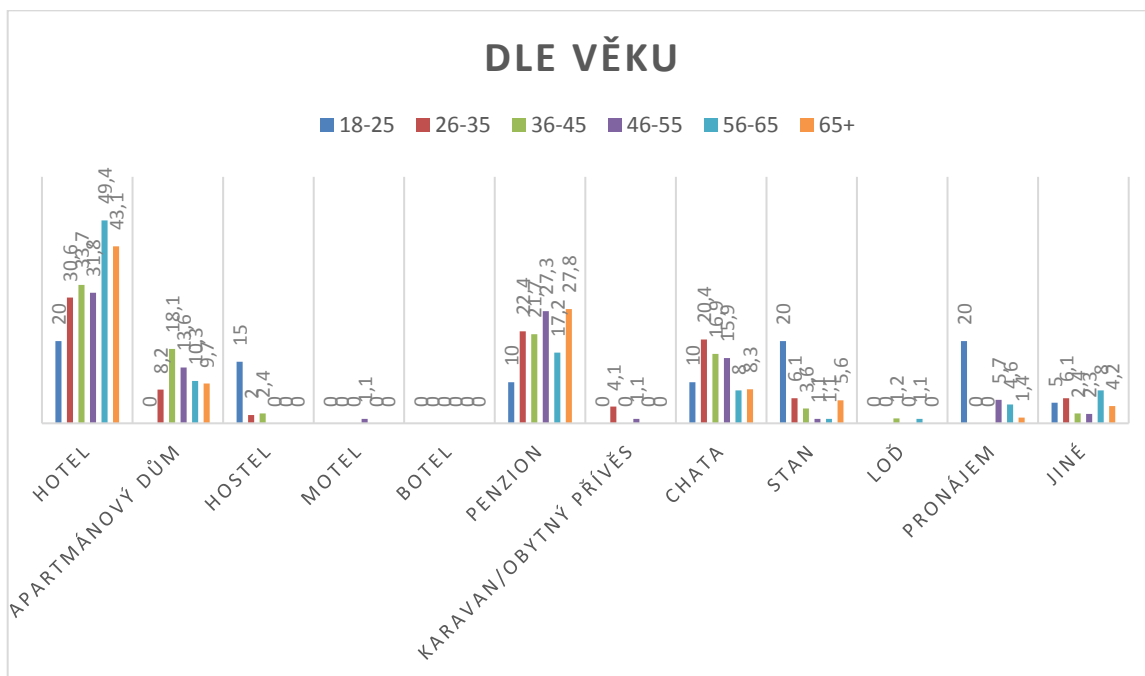
Graf č. 57

Muži i ženy zmiňovali v největší míře hotel, poté penzion. U všech věkových kategorií byl zmiňován nejčastěji hotel, poté penzion, pouze nejmladší věková kategorie zmiňovala stejně

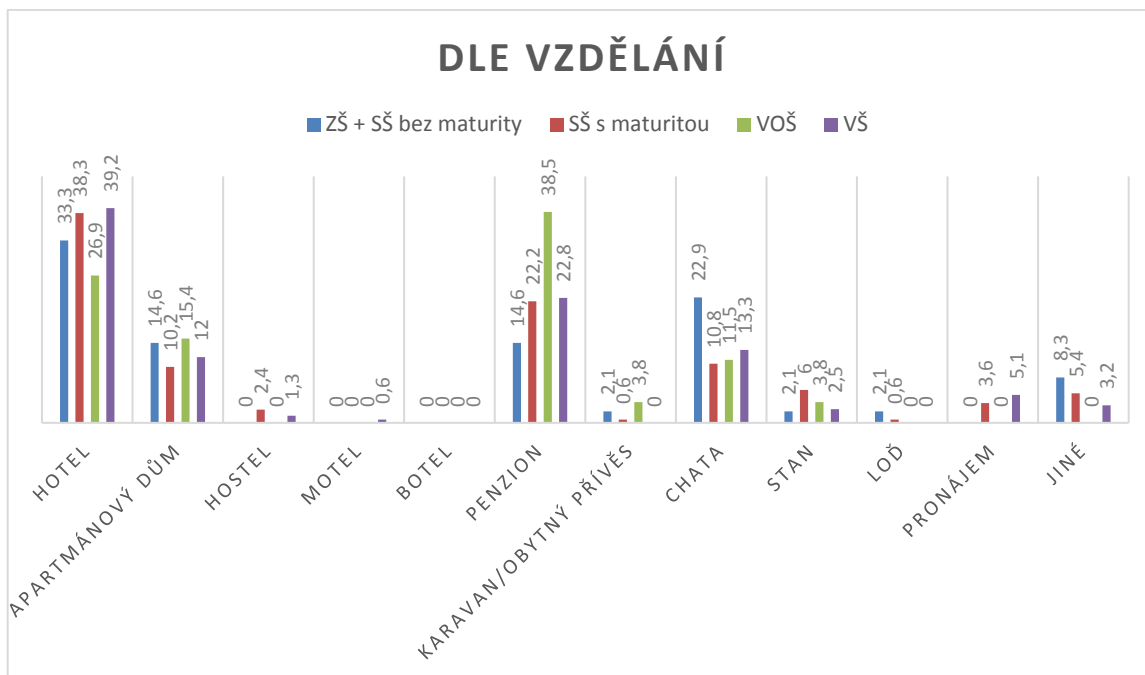
často jak hotel, tak pronájem a stan. V rámci vzdělanostních kategorií byl u všech respondentů nejčastěji zmiňován hotel, pouze u lidí s VOŠ byl nejvíce zmiňován penzion a hotel až poté. Lidé se SŠ bez maturity a nižším vzděláním zmiňovali nejčastěji hotel a poté chatu.



Graf č. 58



Graf č. 59



Graf č. 60

Průměrný čas věnovaný této otázce byl 18,1 vteřin.

Otázka 18

18. * Seřadte následující typy stravování podle svých preferencí - od nejvíce preferovaného typu po nejméně preferovaný typ.

Sem přetáhněte vaše volby dle pořadí

All-inclusive

Plná penze

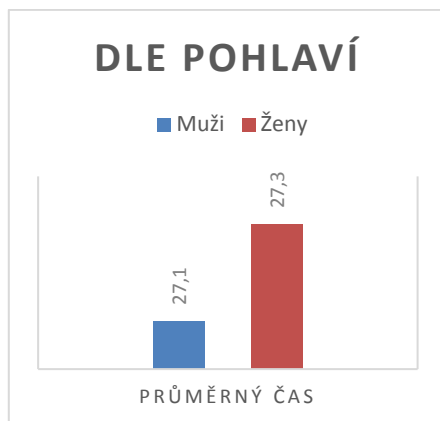
Polopenze

Snídaně

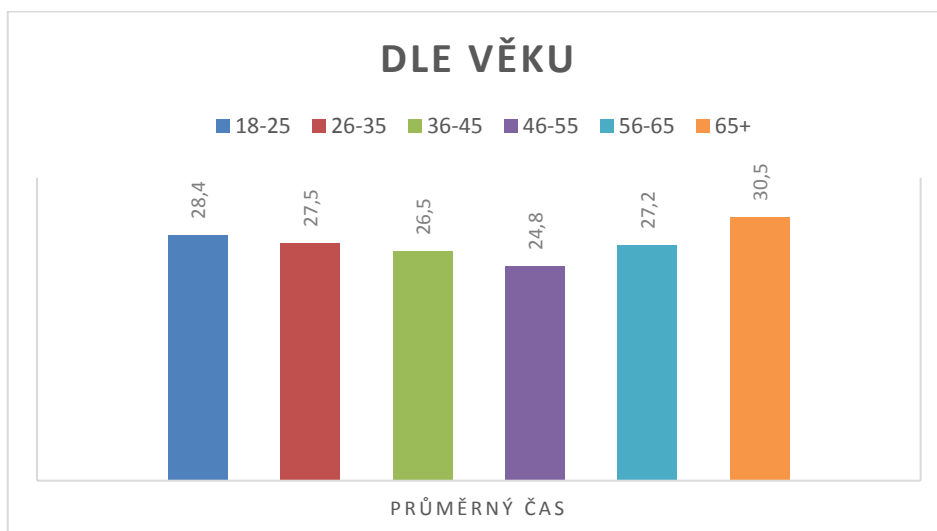
Stravování si zajišťuji sám/sama

Obrázek č. 16

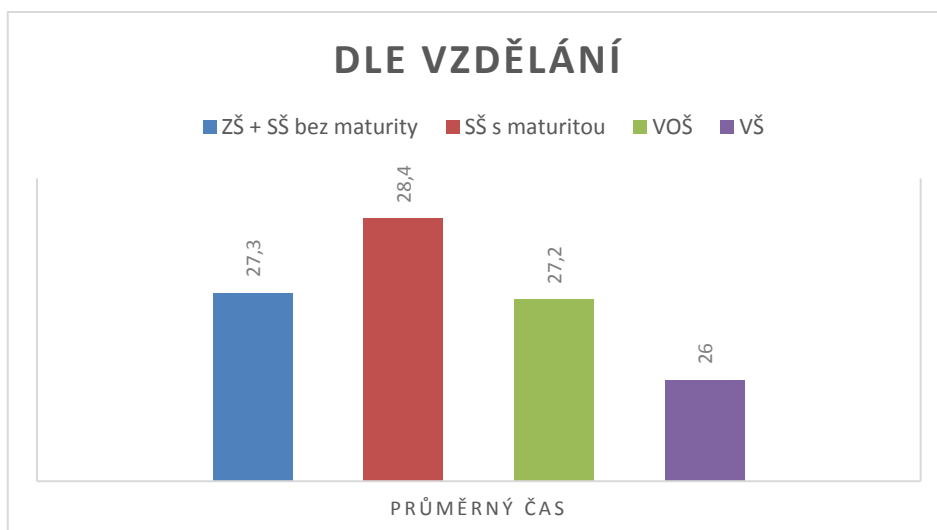
Průměrný čas odpovídání na tuto otázku činil 27,2 vteřin. Doba odpovídání byla u mužů i žen totožná. Nejdelší čas strávili odpovídáním opět nejstarší respondenti, a to o cca 3 vteřiny déle, než byl průměr, a také respondenti se středním vzděláním s maturitou.



Graf č. 61



Graf č. 62



Graf č. 63

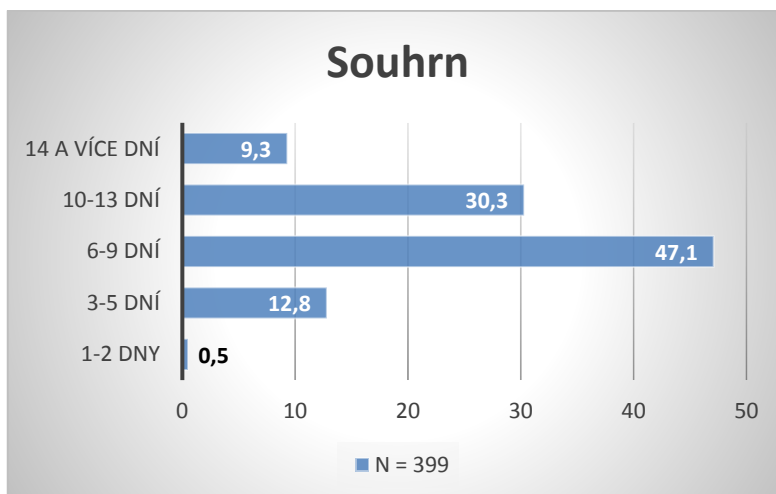
Otázka 19

19. * Kolik dní obvykle trvá Vaše dovolená?

- 1 - 2 dny
- 3 - 5 dní
- 6 - 9 dní
- 10 - 13 dní
- 14 a více dní

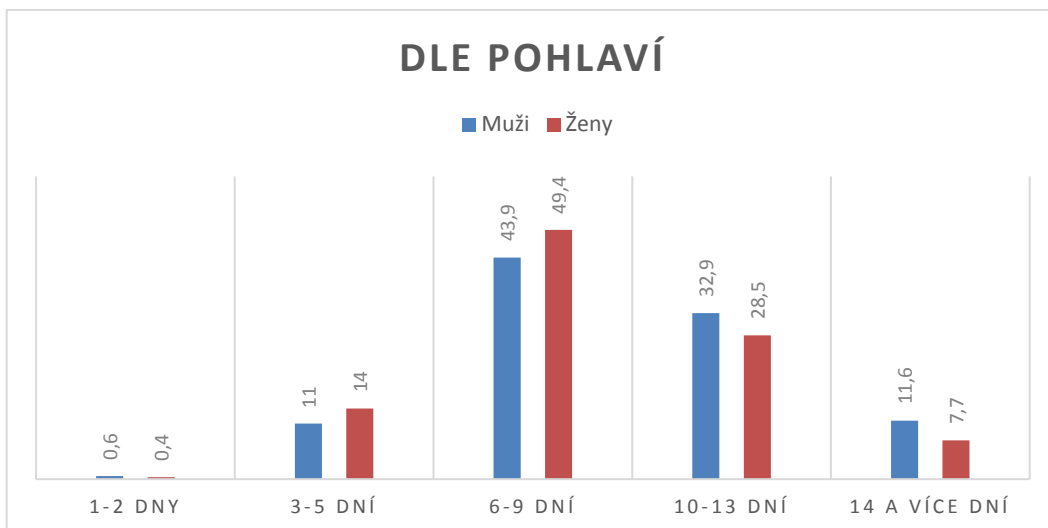
Obrázek č. 36

V této otázce bylo úkolem respondentů vybrat jedno z pěti nabízených rozmezí dnů podle délky jejich dovolené. 47 % respondentů uvedlo rozmezí 6-9 dní, 30 % uvedlo rozmezí 10-13 dní, 13 % 3-5 dní, 9 % 14 a více dní a necelé 1 % uvedlo rozmezí 1-2 dny.

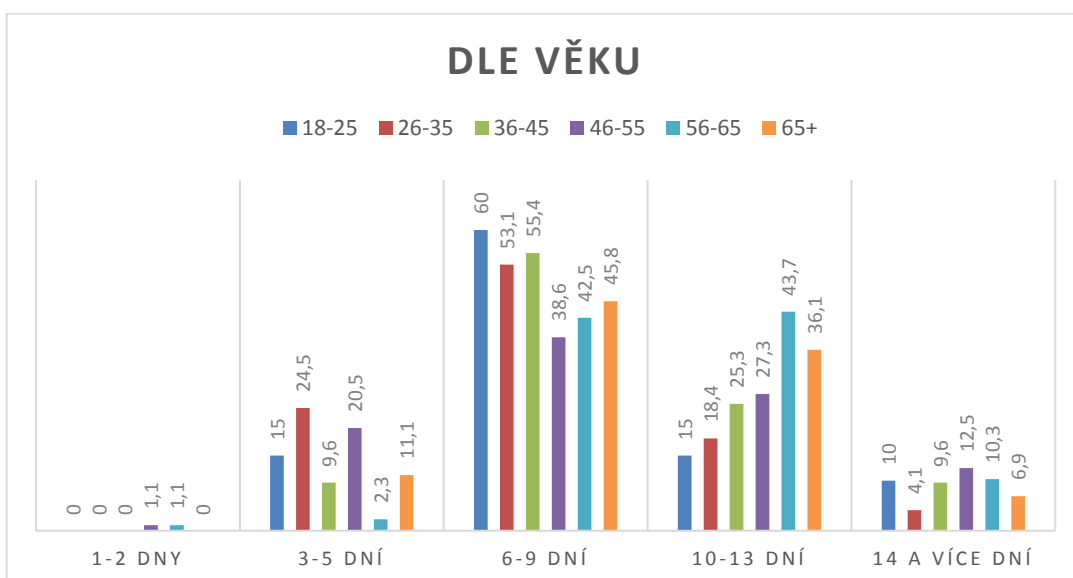


Graf č. 64

Muži i ženy uvedli shodně v největší míře rozmezí 6-9 dní (44 % a 50 %). V rámci věkových kategorií nebyly rozdíly, pouze kromě kategorie 56-65 let, která jako jediná v největší míře neuvedla rozmezí 6-9 dní ale 10-13 dní. V rámci vzdělanostních kategorií rozdíly nebyly.



Graf č. 65



Graf č. 66

Průměrný čas strávený na této otázce byl 7,9 vteřin.

Otázka 20

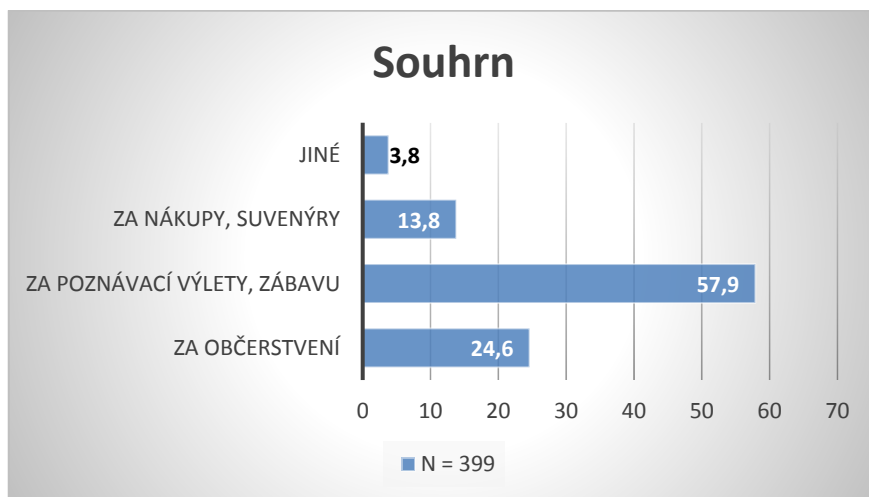
20. * Za co na dovolené nejvíce utrácíte své "kapesné"?

- Za občerstvení
- Za poznávací výlety, zábavu
- Za nákupy, suvenýry
- Jiná odpověď (napíšte)

Obrázek č. 32

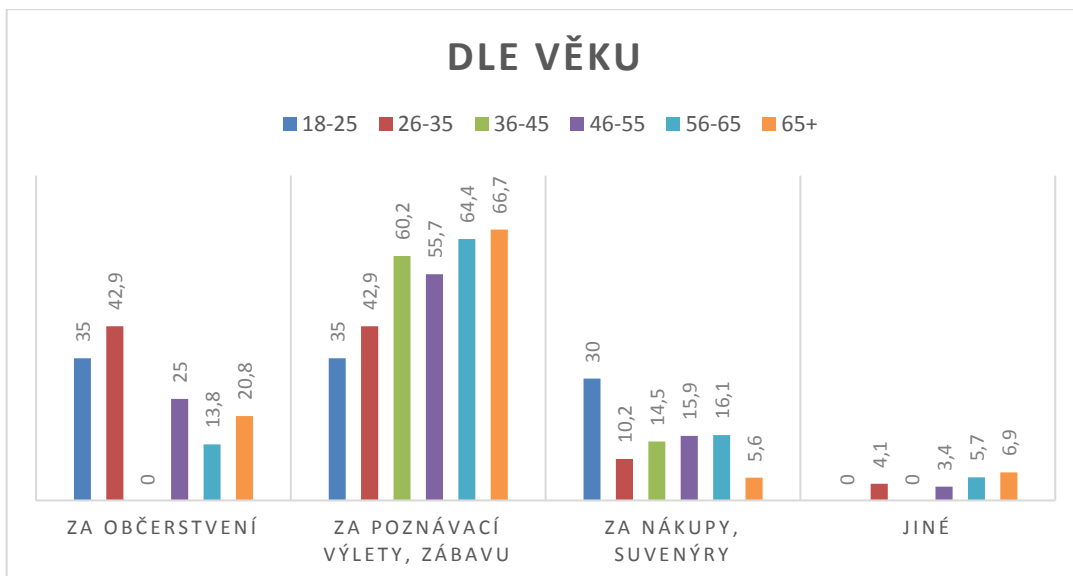
Dvacátá otázka byla ve stejném stylu jako otázka dvanáctá. Nabízela seznam pěti možností

zobrazených pod sebou ve sloupci, přičemž respondent měl vybrat jednu z těchto možností. Nejvíce respondentů vybralo druhou možnost (58 %), dále pak 25 % vybralo první možnost, 14 % zvolilo třetí možnost a 4 % zvolila poslední, čtvrtou možnost.



Graf č. 67

Nejvíce mužů i žen uvádělo druhou možnost. Tak tomu bylo i u všech věkových i vzdělanostních skupin, nicméně ve věkové skupině 18-25 let a 26-35 let uvádělo stejné množství respondentů také první možnost.



Graf č. 68

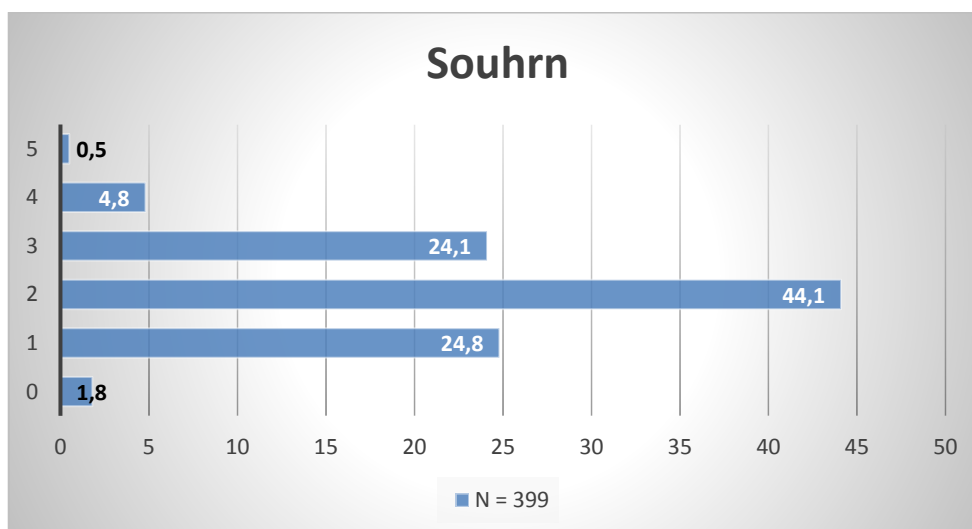
Průměrný čas odpovídání na tuto otázku byl 12,1 vteřin.

Otázka 21

21. * U následujících výroků vždy zaškrtněte, zda s nimi spíše souhlasíte, či nesouhlasíte:	
	* Zaškrtněte
V cizině se vždy snažím domluvit jazykem dané země.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne
V cizině se dorozumívám vždy anglicky.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne
V cizině se dorozumívám vždy německy.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne
V cizině komunikuji takzvaně "rukama, nohama".	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne
Při komunikaci v cizině se spoléhám na cizí pomoc.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne

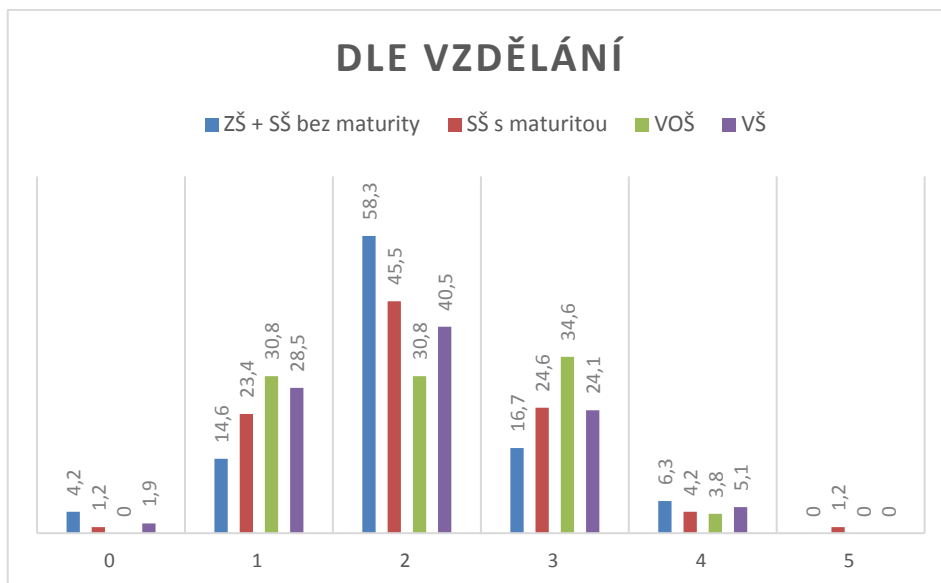
Obrázek č. 38

Otázka č. 21 obsahovala 5 výroků, na které měli respondenti odpovídat formou Ano x Ne podle toho, zda s výrokem souhlasí, či nesouhlasí. Největší část respondentů souhlasí se dvěma výroky (44 %). 25 % pak souhlasí s jedním výrokem, 24 % souhlasí se třemi výroky, 5 % souhlasí se čtyřmi výroky, s žádným výrokem nesouhlasí 2 % a se všemi výroky souhlasí pouze necelé 1 % respondentů.



Graf č. 69

Muži i ženy souhlasí nejčastěji se dvěma výroky, stejně tak všechny věkové kategorie. V rámci vzdělanostních kategorií uváděla největší část respondentů také souhlas se dvěma výroky, pouze lidé s VOŠ uváděli nejčastěji souhlas se třemi výroky.



Graf č. 70

Průměrný čas strávený na této otázce byl 32,8 vteřin.

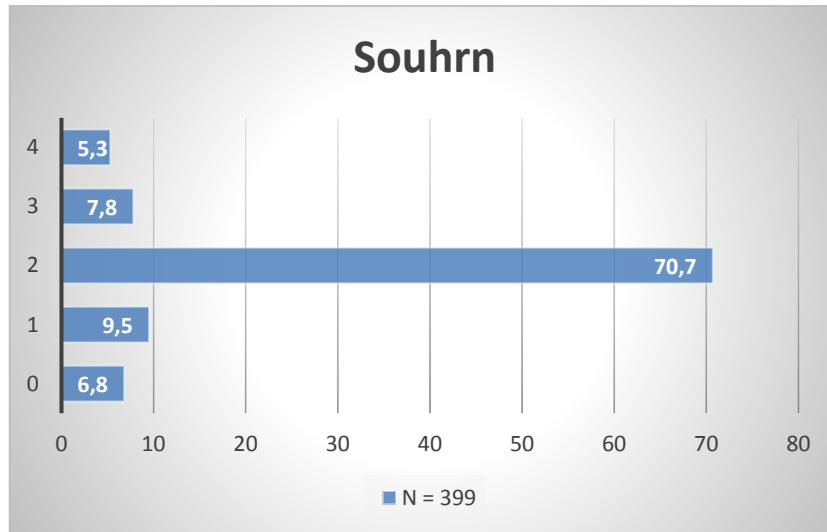
Otázka 22

22. * U následujících výroků vždy zaškrtněte, zda s nimi spíše souhlasíte, či nesouhlasíte:

	* Zaškrtněte
Dávám přednost vysokému komfortu při cestování.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne
Dávám přednost nízkým nákladům za dopravu.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne
Dávám přednost vysokému komfortu při ubytování.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne
Dávám přednost nízkým nákladům za ubytování.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne

Obrázek č. 40

Otázka č. 22 byla ve stejném formátu jako otázka předchozí pouze s tím rozdílem, že zde respondenti odpovídali pouze na 4 výroky. V největší míře souhlasili respondenti se dvěma výroky (71 %), 10 % pak souhlasilo s jedním výrokem, 8 % souhlasilo se třemi, 7 % nesouhlasilo s žádným a 5 % souhlasilo se všemi.



Graf č. 71

U této otázky byl v rámci všech jednotlivých zkoumaných kategorií nejčastější souhlas se dvěma výroky.

Průměrný čas odpovídání na tuto otázku byl 26,4 vteřiny.

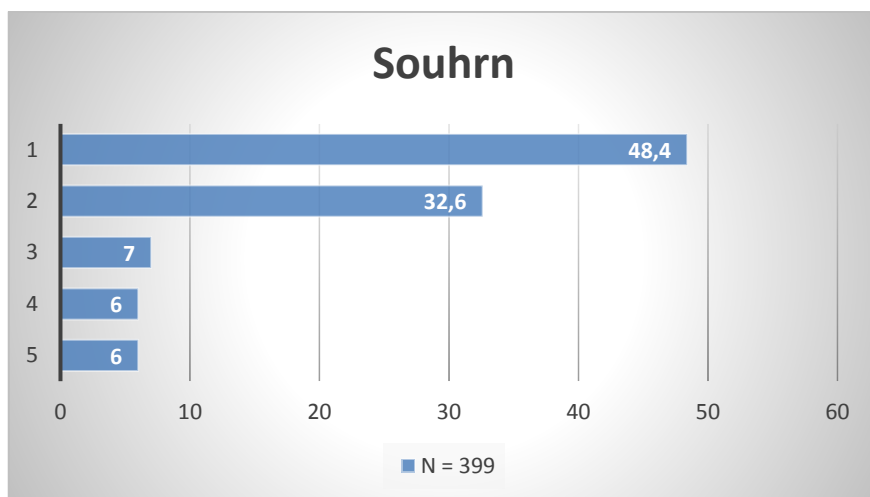
Otázka 23

23. * Ohodnotte na stupnici 1 až 5, jak jste byl/a celkově spokojen/a se svou poslední dovolenou, přičemž 1 = naprosto spokojen/a a 5 = naprosto nespokojen/a.

1 2 3 4 5

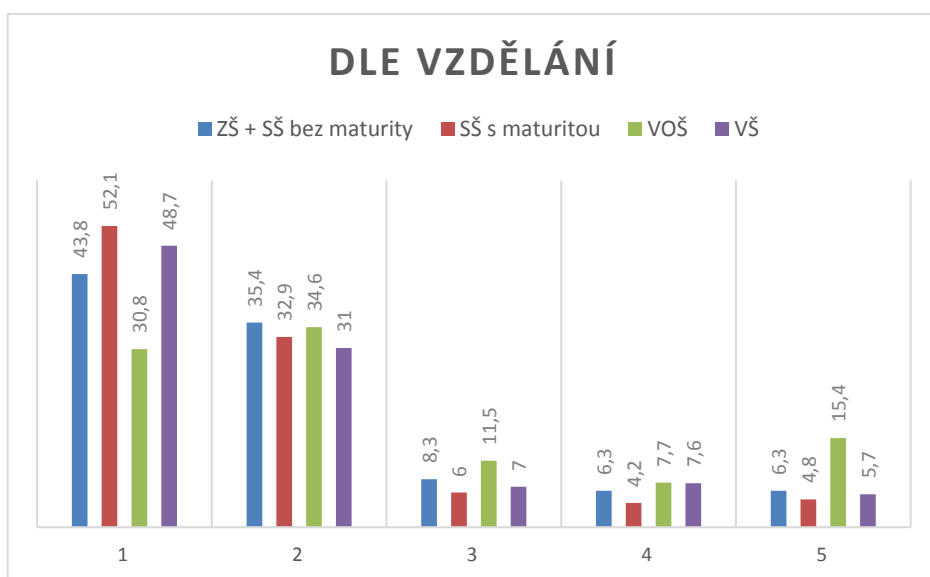
Obrázek č. 42

Otázka č. 23 spočívala v hodnocení spokojenosti na škále 1 a 5, přičemž jednotlivé body na škále byly popsány pouze čísly 1 až 5. Největší část respondentů zvolila číslo 1 (48 %), 33 % pak zvolilo číslo 2, 7 % zvolilo číslo 3 a po 6 % byla vybrána čísla 4 a 5.



Graf č. 72

Tendence odpovídání byly ve všech věkových i vzdělanostních skupinách totožné až na výjimku u respondentů s VOŠ vzděláním, kteří častěji uváděli hodnotu 2 než 1.



Graf č. 73

Průměrný čas věnovaný této otázce byl 11,9 vteřin.

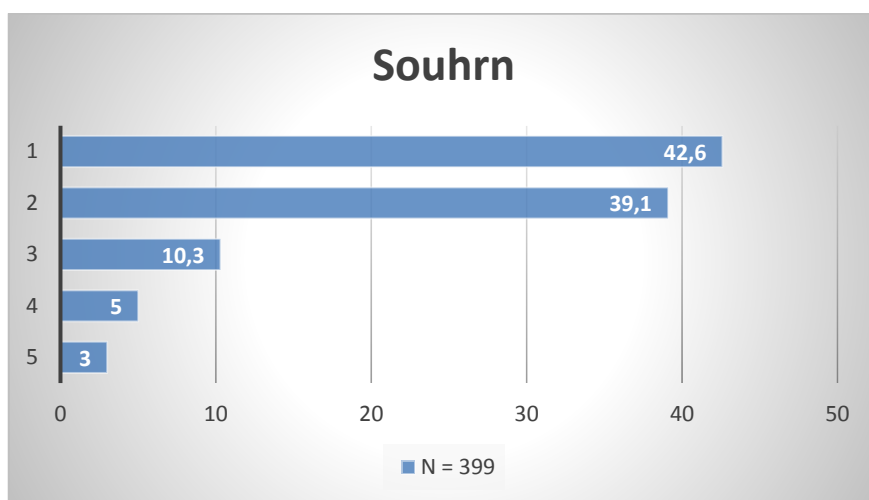
Otázka 24

24. * Ohodnotte na stupnici 1 až 5, jak jste byl/a spokojen/a s poměrem cena vs. kvalita své poslední dovolené, přičemž 1 = naprosto spokojen/a a 5 = naprosto nespokojen/a.

● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5

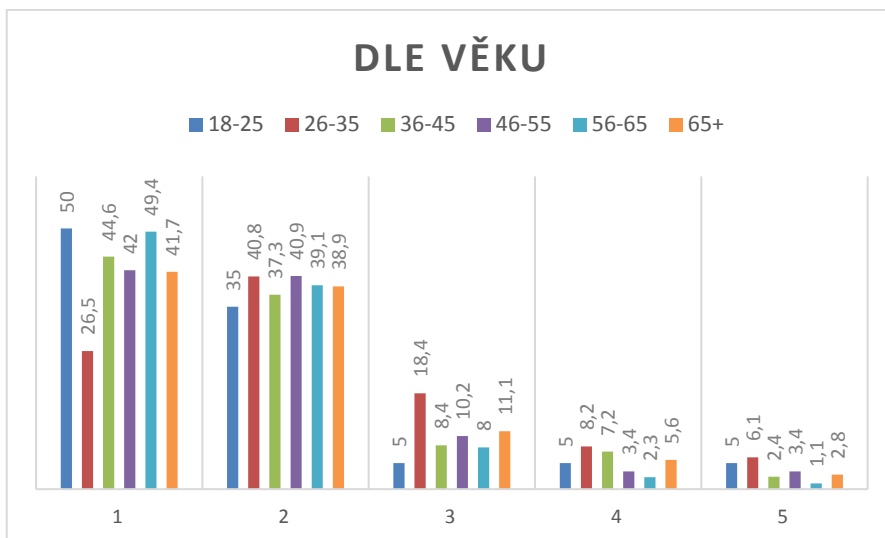
Obrázek č. 44

Otázka č. 24 byla v totožném stylu jako otázka předchozí, opět se jednalo o hodnocení na škále 1 až 5. Největší část respondentů opět vybrala číslo 1 (43 %), 40 % pak vybralo číslo 2, 10 % vybralo číslo 3, 5 % vybralo číslo 4 a 3 % zvolila číslo 5.

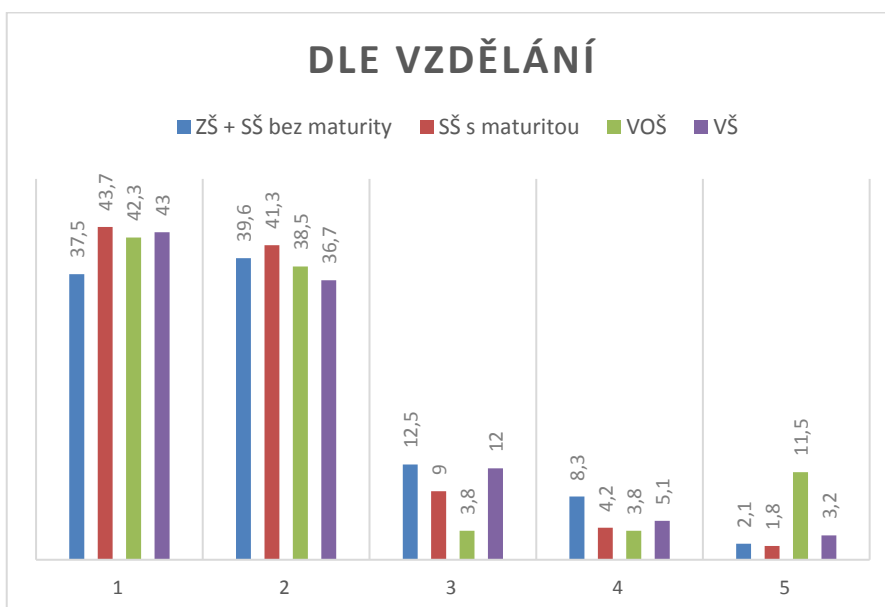


Graf č. 74

Respondenti v rámci všech kategorií vybírali nejčastěji hodnotu 1, druhá nejčastěji vybraná pak byla hodnota 2. Výjimku tvoří respondenti ve věku 26-35 let, kteří nejčastěji vybírali hodnotu 2, stejně tak na tom byli respondenti se středoškolským vzděláním bez maturity a nižším.



Graf č. 75



Graf č. 76

Průměrný čas odpovídání na tuto otázku byl 10,2 vteřin.

Otázka 25

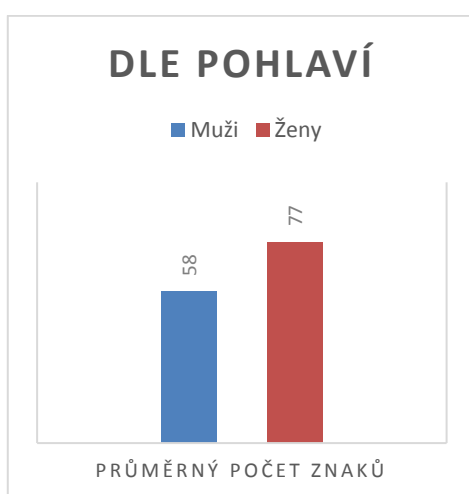
25. * Pokuste se prosím popsat, jaká nejhezčí dovolená, na které jste byl/a, se Vám vybaví a proč.

Obrázek č. 20

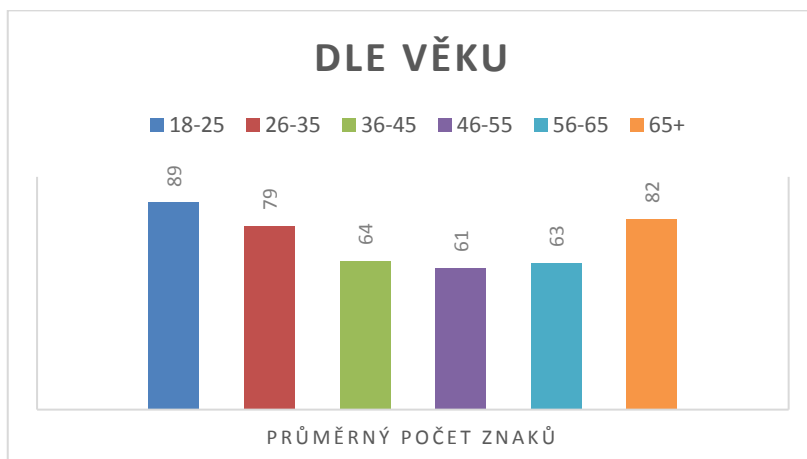
Otázka č. 25 byla stejného typu jako otázka č. 8, kde bylo úkolem respondentů vypsát

vlastními slovy textovou odpověď do okna o velikosti 3 řádky textu. Průměrný počet znaků, které respondenti uváděli, je 70 znaků včetně mezer.

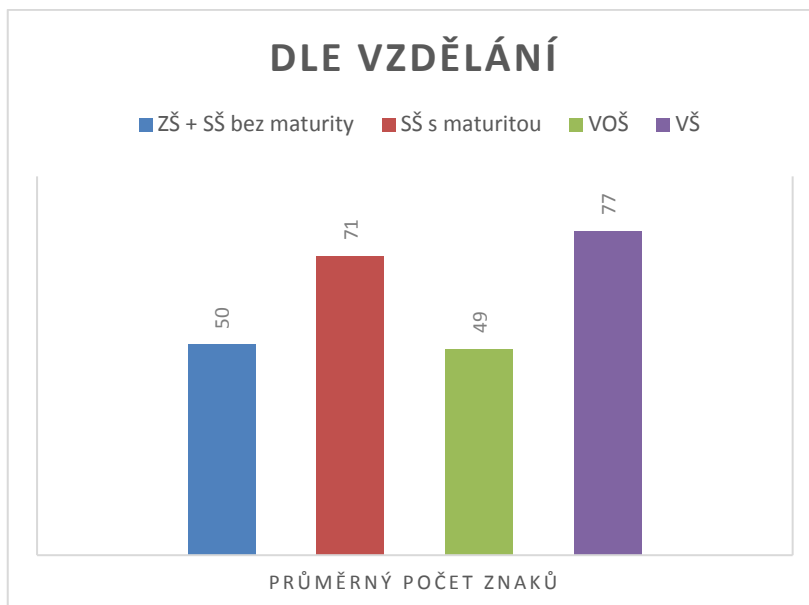
Ženy uváděly v průměru o 19 znaků více než muži. Nejvíce znaků v průměru uváděli respondenti ve věku 18-25 let (89 znaků), nejméně pak lidé ve věku 46-55 let (61 znaků). Co se týče vzdělanostních skupin, nejdelší odpovědi uváděli respondenti s vysokoškolským vzděláním (77 znaků), nejkratší potom respondenti se středoškolským vzděláním bez maturity a nižším a také lidé s VOŠ (50, 49 znaků).



Graf č. 77



Graf č. 78



Graf č. 79

Průměrný čas strávený na této otázce byl 73,9 vteřin.

4.2.2 Otázky ve 2. verzi online dotazníku

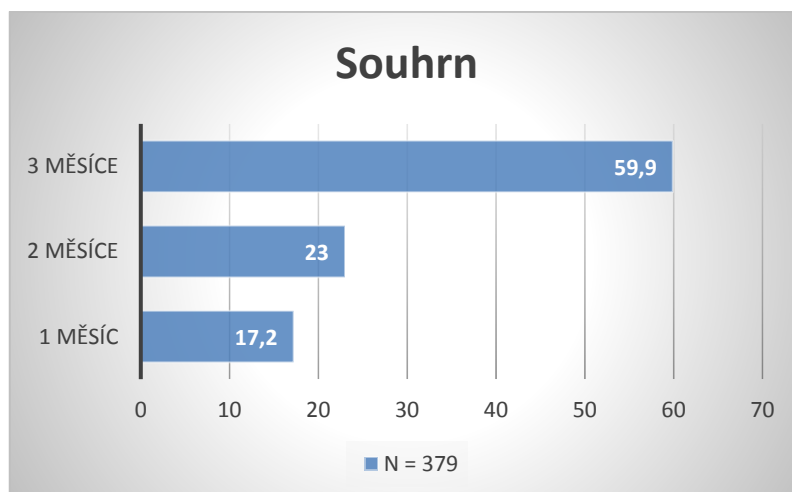
Otázka 1

1. * Jaký měsíc/měsíce v roce upřednostňujete za účelem uskutečnění své dovolené? (vypište max. 3 měsíce)

* 1	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>

Obrázek č. 3

V první otázce bylo úkolem respondentů ručně vypsát 1 až 3 měsíce, které nejčastěji využívají pro svou dovolenou. K tomu jim sloužila 3 textová okna pro vepsání odpovědi. Nejčastěji respondenti uváděli 3 měsíce (60 %), 23 % pak vypisovalo 2 měsíce a 17 % psalo pouze jeden měsíc.



Graf č. 80

Odpovědi v rámci pohlaví a jednotlivých věkových skupin se nelišily, všechny skupiny uváděly nejčastěji 3 měsíce.

Průměrný čas strávený na této otázce byl 34,3 vteřin.

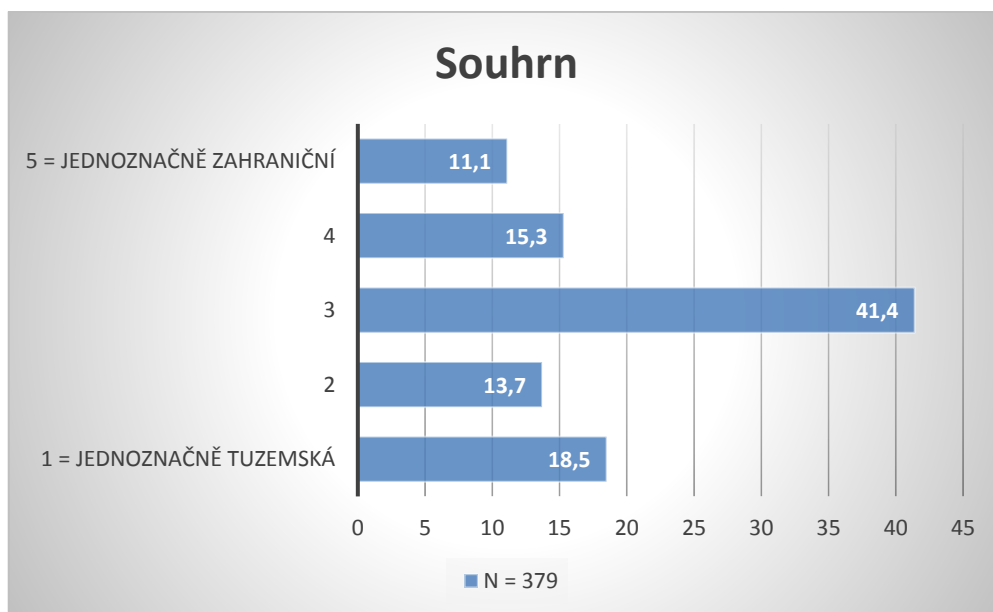
Otázka 2

2. * Uvedte na stupnici 1 až 5, do jaké míry dáváte při výběru své dovolené přednost spíše tuzemské destinaci nebo zahraniční.

1 = jednoznačně tuzemské
 2
 3
 4
 5 = jednoznačně zahraniční

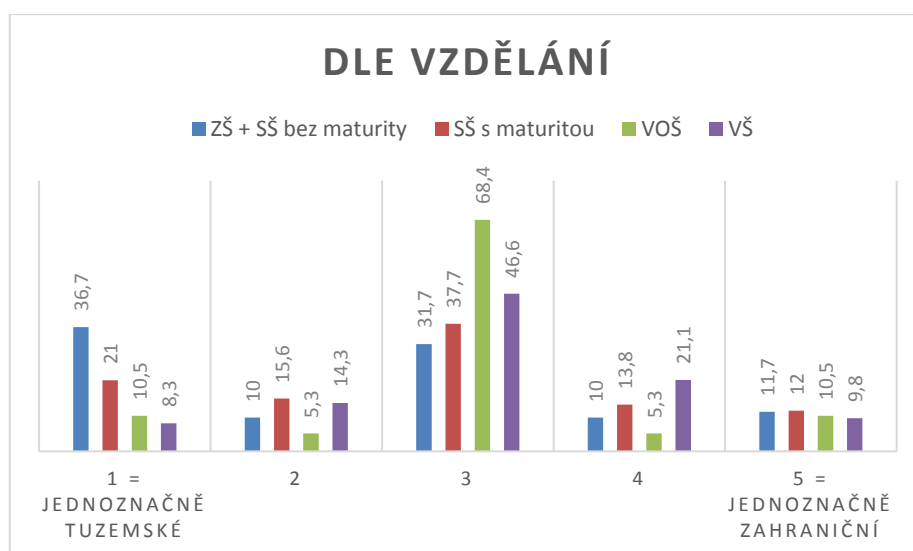
Obrázek č. 7

Ve druhé otázce odpovídali respondenti pomocí pětibodové škály, která měla označené všechny body číslem a pouze krajní body číslem i textovým popiskem zároveň. Největší část respondentů na takto označené škále vybírala prostřední možnost (41 %). Dále pak 19 % vybralo první možnost, 14 % druhou, 15 % čtvrtou a 11 % poslední možnost.



Graf č. 81

V rámci pohlaví rozdíly nebyly, muži i ženy vybírali nejčastěji prostřední možnost. Jedinou výjimku tvořili lidé se středním vzděláním bez maturity a nižším, kteří nejčastěji vybírali první možnost.



Graf č. 82

Průměrný čas strávený na této otázce byl 14 vteřin.

Otázka 3

3. * Uvedte na stupnici 1 až 5, do jaké míry trávíte svou dovolenou aktivně nebo pasivně.

1 = pouze aktivně

2

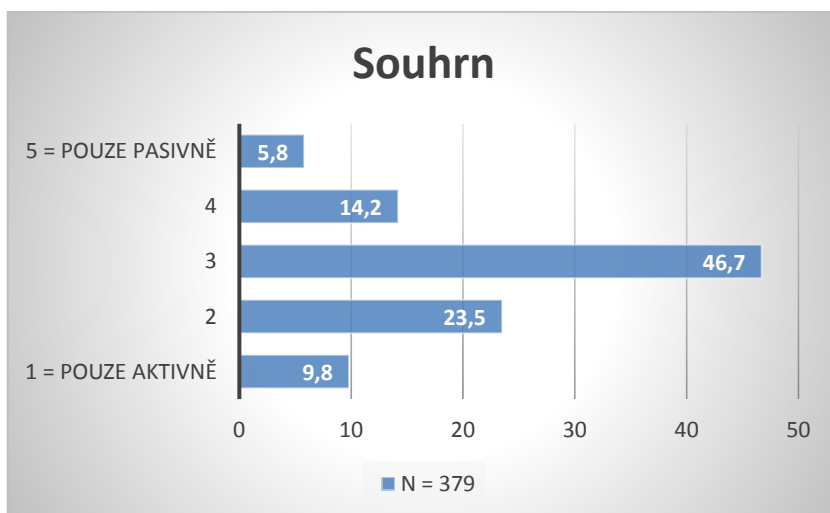
3

4

5 = pouze pasivně

Obrázek č. 9

Třetí otázka byla ve stejném stylu jako otázka předchozí, tzn. že respondenti opět používali pětibodovou škálu s označenými krajními body číslem i textovým popiskem. Nejčastěji vybírali respondenti opět prostřední možnost (47 %). Dalších 24 % pak vybíralo druhou možnost, 14 % čtvrtou možnost, 10 % první a 6 % poslední možnost.



Graf č. 83

V rámci jednotlivých sociodemografických skupiny rozdíly v odpovědích nebyly.


Průměrný čas strávený na této otázce byl 10,5 vteřin.

Otázka 4

4. Na posuvníku prosím vyznačte, která z těchto dvou náplní dovolených je Vám bližší a do jaké míry.

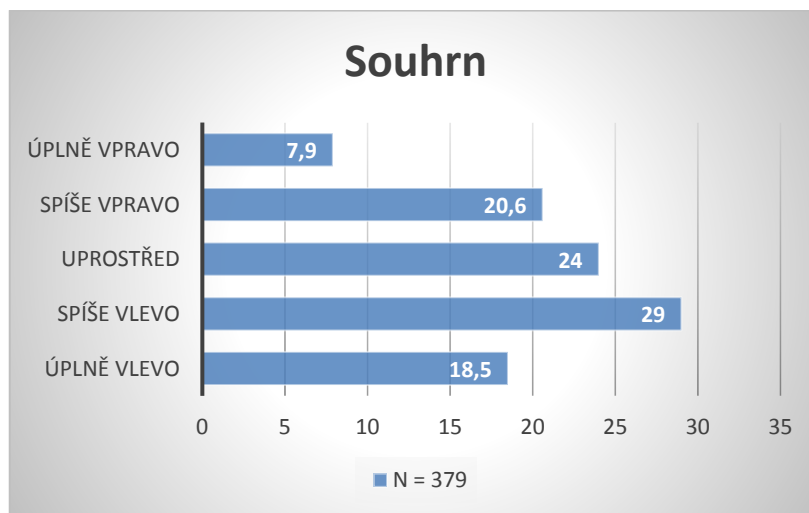
|| _____

Odpočiněk u vody **Turistika v horách**



Obrázek č. 11

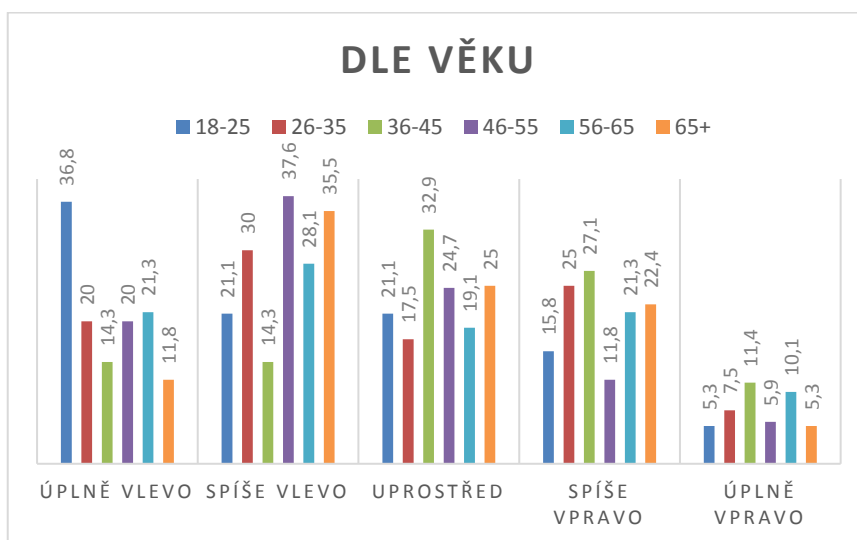
Čtvrtá otázka byla ve formě posuvníku, který obsahoval na levém i pravém konci textový popis a obrázek korespondující s tímto popisem. Respondent se měl na posuvníku zařadit na určité místo podle toho, které tvrzení je mu bližší. Mohl tedy vybírat polohy úplně vlevo, spíše vlevo, uprostřed, spíše vpravo a úplně vpravo. Největší část respondentů se zařadila spíše vlevo (29 %), dalších 24 % se zařadilo doprostřed, 21 % spíše vpravo, 19 % úplně vlevo a 8 % úplně vpravo.



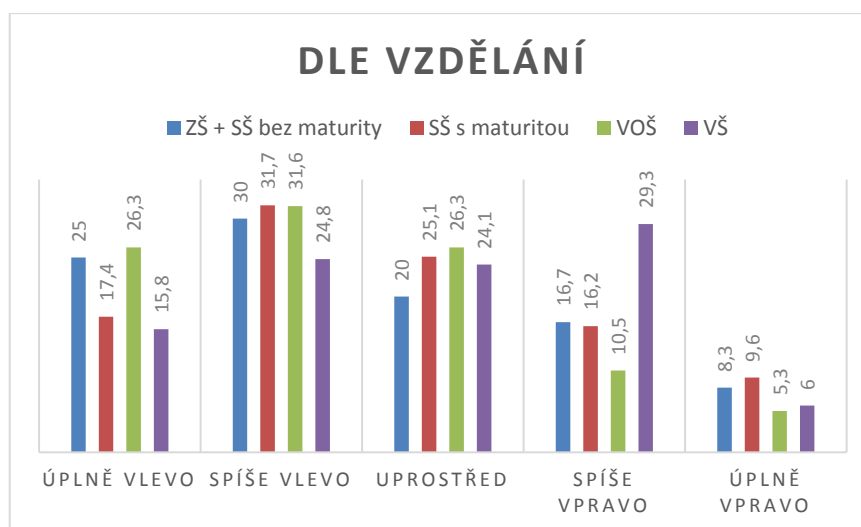
Graf č. 84

V rámci pohlaví rozdíly v odpovědích nebyly, muži i ženy nejčastěji vybírali polohu posuvníku „spíše vlevo“. V rámci věkových skupin už se rozdíly objevily. Nejmladší respondenti (18-25 let) nejčastěji vybírali polohu úplně vlevo (37 %). Respondenti ve věku 26-35 let pak polohu spíše vlevo (30 %). Lidé ve věku 36-45 let se řadili doprostřed (33 %).

Zbylé věkové kategorie se pak řadili na místo „spíše vlevo“. Lidé s VŠ vzděláním se jako jediní řadili spíše doprava (29 %), ostatní vzdělanostní kategorie se řadily na pozici spíše vlevo.



Graf č. 85



Graf č. 86

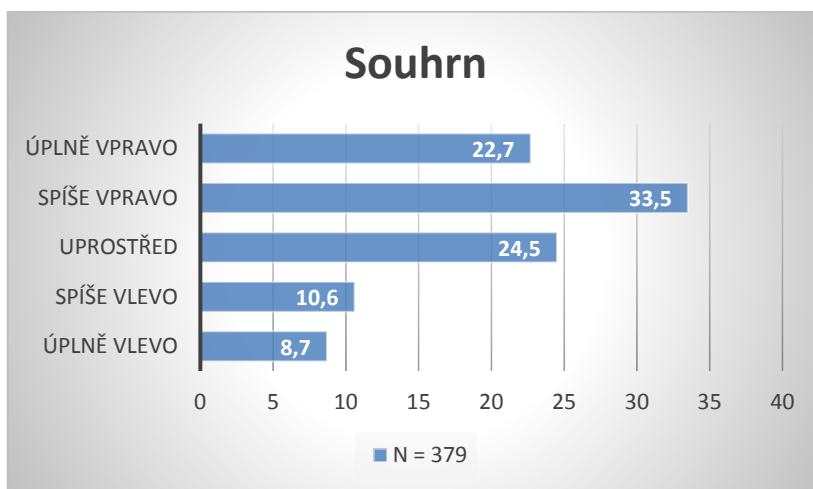
Průměrný čas odpovídání na tuto otázku byl 22,2 vteřin.

Otázka 5



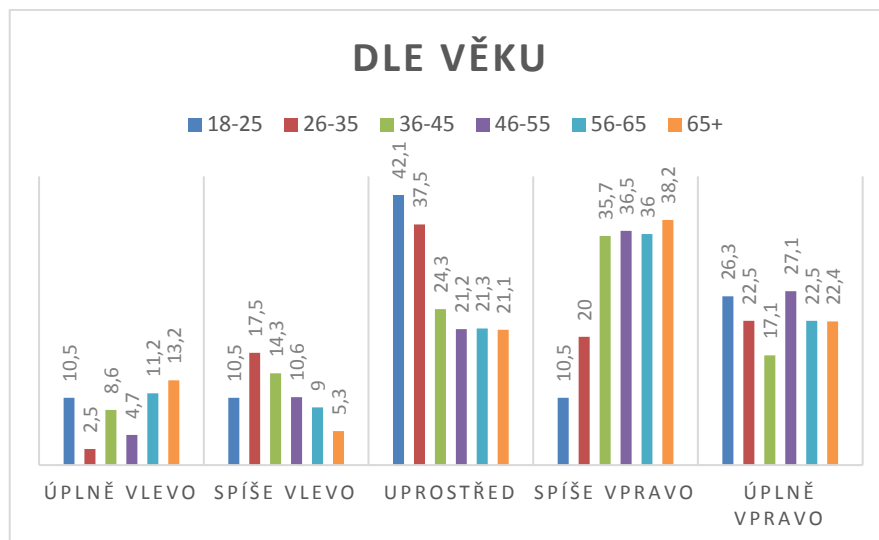
Obrázek č. 13

Pátá otázka byla ve stejném formátu jako otázka předchozí. Nejvíce respondentů se na posuvníku řadilo spíše doprava (34 %), 25 % pak doprostřed, 23 % úplně vpravo, 11 % spíše doleva a 9 % úplně doleva.

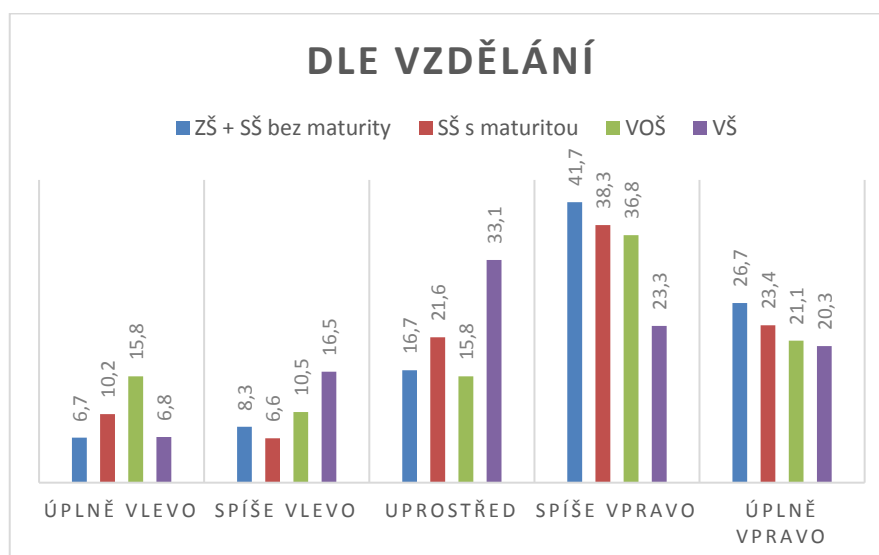


Graf č. 87

Rozdíly v odpovědích mezi pohlavím nejsou, muži i ženy se v největší míře řadí na posuvníku spíše vpravo (30 %, 36 %). Věkové kategorie 18-25 let a 26-35 let se na posuvníku nejčastěji umísťovaly uprostřed (42 %, 38 %), ostatní věkové kategorie se v největší míře umísťovaly spíše vpravo. Lidé s VŠ vzděláním se nejčastěji umísťovali uprostřed (33 %) a ostatní vzdělanostní kategorie spíše vpravo.



Graf č. 88



Graf č. 89

Průměrný čas strávený na této otázce byl 11,9 vteřin.

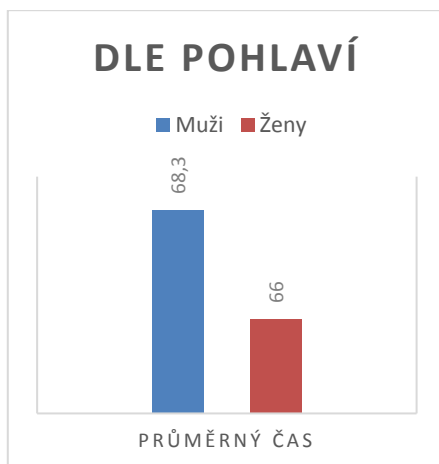
Otázka 6

6. * Přiřadte následujícím typům dovolených čísla 1 až 8 podle svých preferencí, kdy 1 = nejvíce preferovaný typ a 8 = nejméně preferovaný typ.

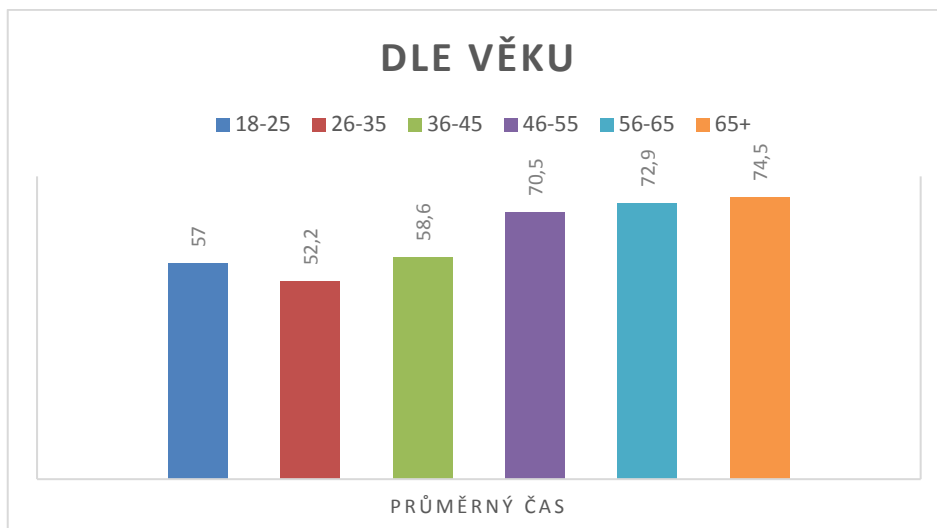
	Vaše volba
Letní odpočinek u moře/u vody	<input type="text" value="Vyber..."/>
Letní turistika v horách	<input type="text" value="Vyber..."/>
Poznávací dovolená	<input type="text" value="Vyber..."/>
Vzdělávací dovolená	<input type="text" value="Vyber..."/>
Adrenalinová dovolená	<input type="text" value="Vyber..."/>
Exotická dovolená	<input type="text" value="Vyber..."/>
Wellness pobyt	<input type="text" value="Vyber..."/>
Zimní dovolená na horách	<input type="text" value="Vyber..."/>

Obrázek č. 15

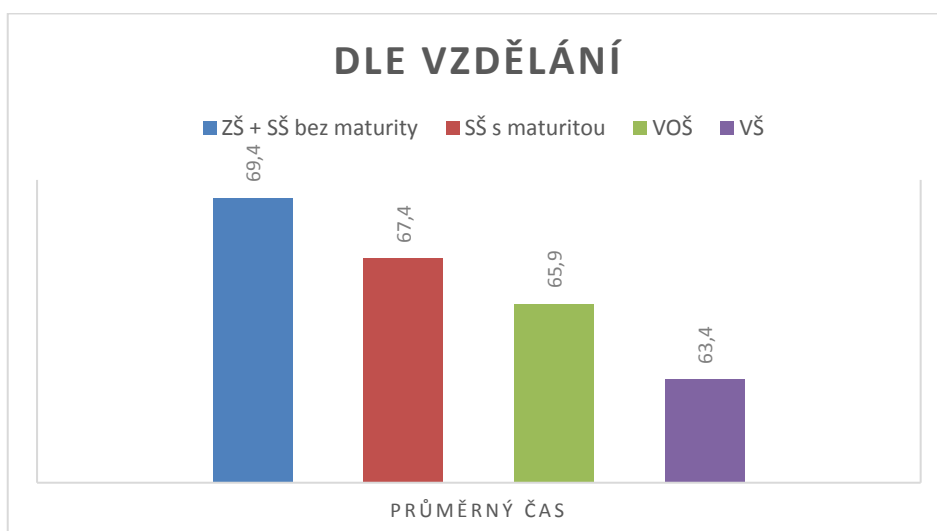
Průměrný čas odpovídání na tuto otázku byl 67 vteřin. Muži odpovídali v průměru cca o 2 vteřiny déle než ženy. Nejdéle odpovídali nejstarší respondenti, a to cca o 7 vteřin déle, než byl průměr, a také respondenti s nejnižším vzděláním. Nejkratší čas otázce věnovali respondenti ve věku 26-35 let a respondenti s vysokoškolským vzděláním.



Graf č. 90



Graf č. 91



Graf č. 92

Otázka 8

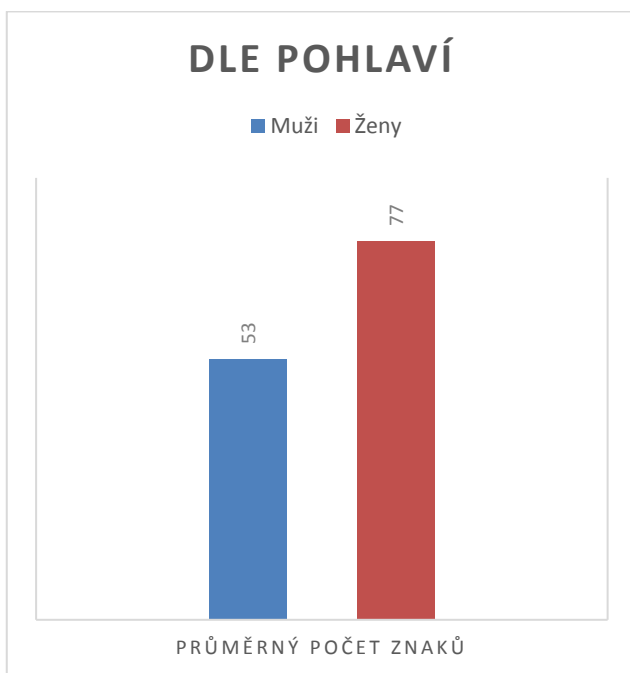
8. * Pokuste se prosím popsat, jak si představujete svou ideální dovolenou.

Obrázek č. 19

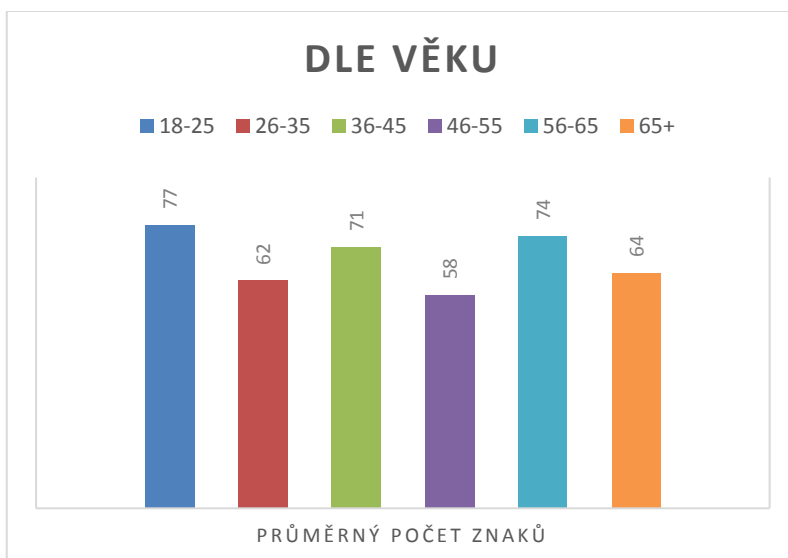
Osmá otázka byla ve formátu otevřené otázky. Respondentovým úkolem bylo vlastními

slovy formulovat odpověď do textového okna o velikosti 9 řádků textu. Průměrný počet znaků, kteří respondenti uváděli, byl 67.

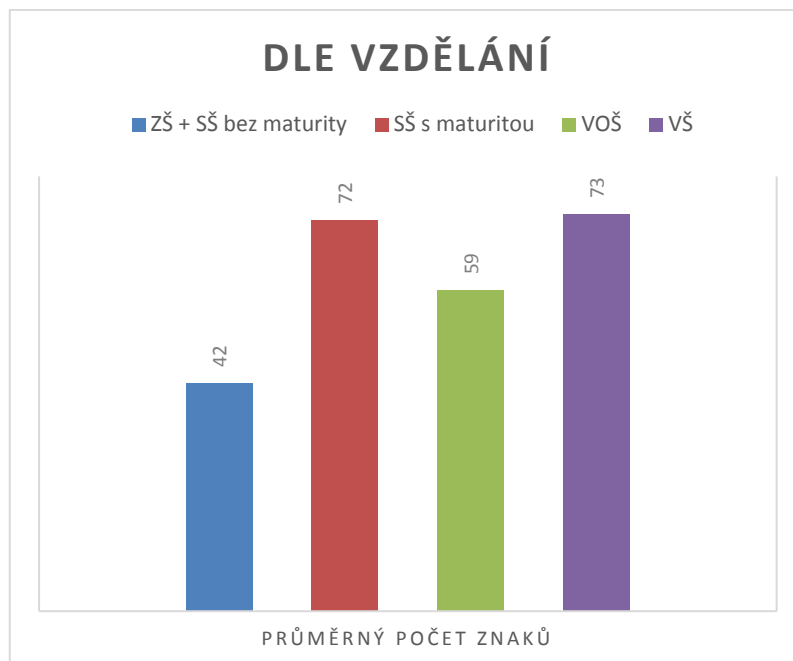
Ženy uváděly v průměru o 24 znaků více než muži. Nejdelší odpovědi uváděli respondenti ve věku 18-25 let (77 znaků), nejkratší naopak lidé ve věku 46-55 let (58 znaků). Co se týče vzdělanostních rozdílů, nejvíce znaků napsali lidé s VŠ vzděláním (73 znaků) a nejméně lidé se středním bez maturity a nižším (42 znaků).



Graf č. 93



Graf č. 94



Graf č. 95

Průměrný čas strávený na této otázce byl 66,7 vteřin.

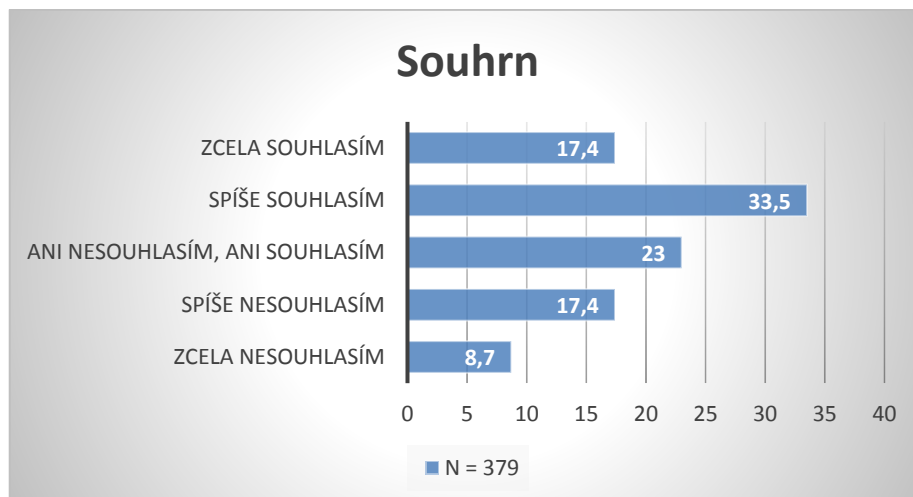
Otázka 9

9. * Uveďte, do jaké míry souhlasíte s výrokem "Pro svou dovolenou si vybírám pokaždé jinou destinaci; rád/a objevuji nová místa."

- Zcela nesouhlasím
- Spíše nesouhlasím
- Ani nesouhlasím, ani souhlasím
- Spíše souhlasím
- Zcela souhlasím

Obrázek č. 23

Devátá otázka byla ve formátu pětibodové škály seřazené sestupně – od „zcela nesouhlasím“ po „zcela souhlasím“. Nejvíce respondentů vybíralo čtvrtou možnost, spíše souhlasím (34 %), dále pak 23 % vybralo prostřední možnost, 17 % vybralo shodně druhou a poslední možnost a 9 % označilo první možnost.



Graf č. 96

Mezi pohlavími a jednotlivými věkovými a vzdělanostními skupinami nebyly rozdíly, všichni v největší míře volili odpověď spíše souhlasím.

Průměrný čas strávený na této otázce byl 13,4 vteřin.

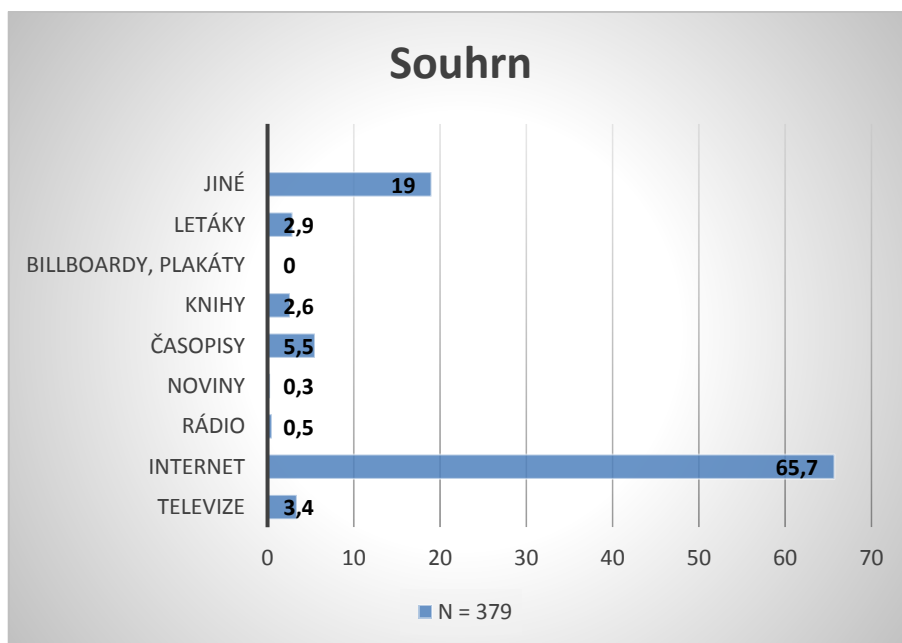
Otázka 11

11. * Vyberte prosím, odkud nejčastěji čerpáte inspiraci pro svou dovolenou.

<input type="radio"/> Televize	<input type="radio"/> Časopisy
<input type="radio"/> Internet	<input type="radio"/> Knihy
<input type="radio"/> Rádio	<input type="radio"/> Billboardy, plakáty
<input type="radio"/> Noviny	<input type="radio"/> Letáky
<input type="radio"/> Jiná odpověď (napište)	

Obrázek č. 27

Jedenáctá otázka byla ve formátu dvou sloupců odpovědí, ze kterých měl respondent vybrat jednu. Nejvíce respondentů zvolilo odpověď „Internet“ (66 %), 19 % pak možnost „Jiné“ v rámci které se nejčastěji objevovalo doporučení od přátel a známých.



Graf č. 97

V rámci jednotlivých analyzovaných podskupin se jako nejčastější odpověď objevoval jednoznačně internet.

Průměrná doba odpovídání na tuto otázku byla 25,8 vteřin.

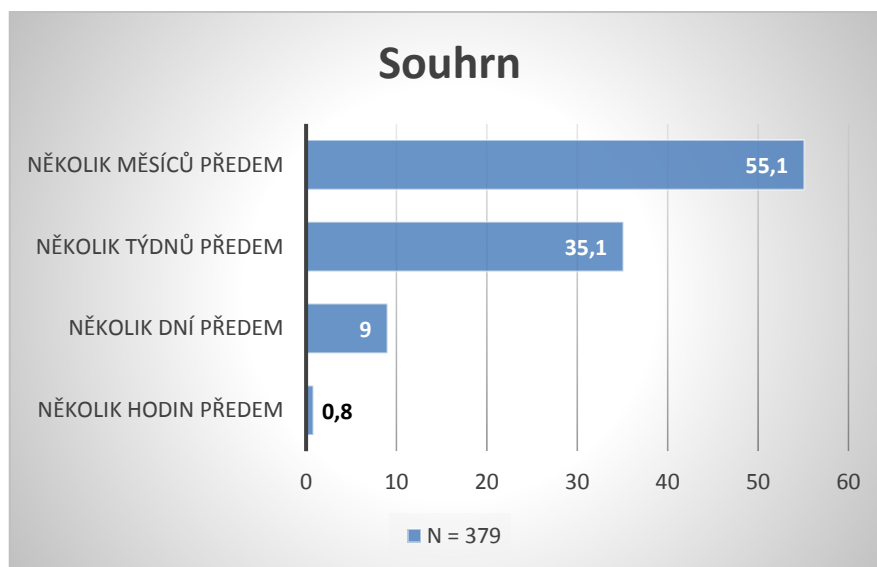
Otázka 12

12. * S jakým časovým předstihem obvykle začínáte plánovat svou dovolenou?

Několik hodin předem
 Několik dní předem
 Několik týdnů předem
 Několik měsíců předem

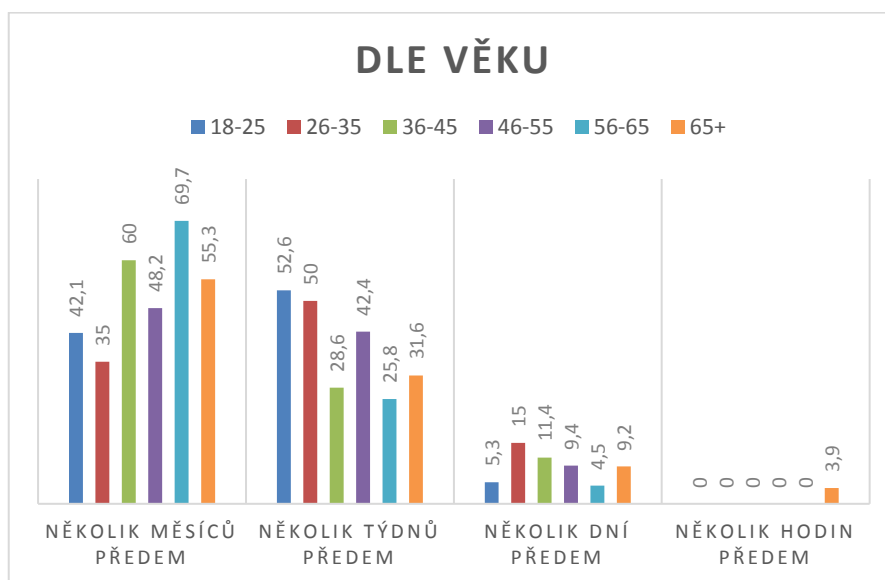
Obrázek č. 31

Dvanáctá otázka byla ve formátu odpovědí zobrazených horizontálně, tzn. vedle sebe v jednom řádku. Respondenti nejčastěji vybírali možnost „několik měsíců předem“ (55 %), dále pak „několik týdnů předem“ (35 %), 9 % zaškrtnulo „několik dní předem“ a necelé 1 % uvádělo možnost „několik hodin předem“.



Graf č. 98

Muži i ženy v největší míře vybírali odpověď „několik měsíců předem“ (56 % a 54 %). V rámci věkových a vzdělanostních kategorií vedla také tato možnost, výjimkou byly pouze věkové kategorie 18-25 let a 26-35 let, jejichž zástupci volili nejčastěji možnost „několik týdnů předem“. V rámci vzdělanostních kategorií rozdíly nebyly, zástupci jednotlivých kategorií volili shodně v největší míře možnost „několik měsíců předem“.



Graf č. 99

Průměrná doba odpovídání na tuto otázku byla 10,1 vteřin.

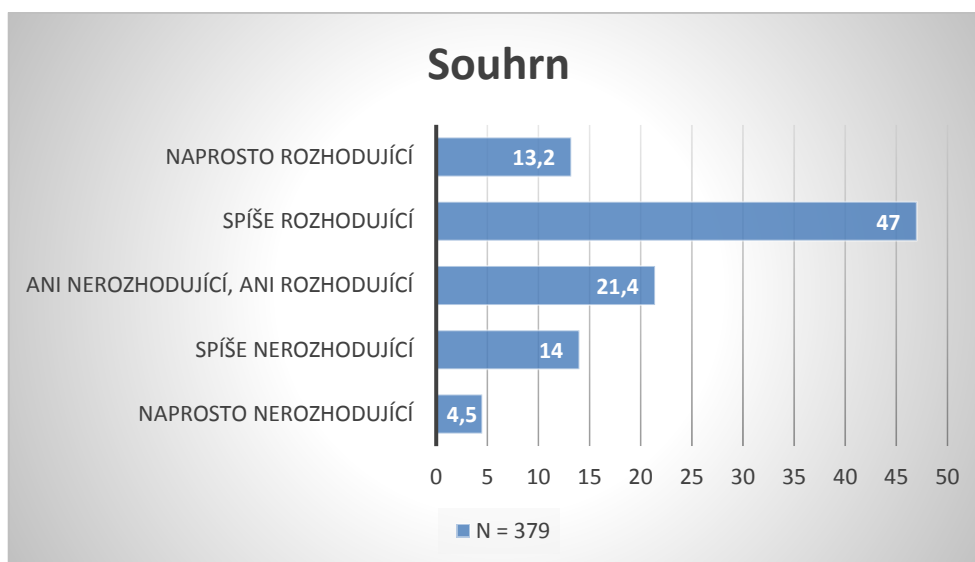
Otázka 13

13. * Do jaké míry je pro Vás při výběru dovolené rozhodujícím prvkem její cena?

- Naprosto nerozhodující
- Spíše nerozhodující
- Ani nerozhodující, ani rozhodující
- Spíše rozhodující
- Naprosto rozhodující

Obrázek č. 25

Třináctá otázka byla ve stejném formátu jako otázka č. 9, to znamená, že byla v podobě pětibodové škály seřazené sestupně od „Naprosto nerozhodující“ po „Naprosto rozhodující“. Největší část respondentů zaškrtovala čtvrtou možnost (47 %), 21 % pak zaškrtno prostřední možnost, 14 % druhou možnost, 13 % poslední možnost a 5 % uvádělo první možnost.

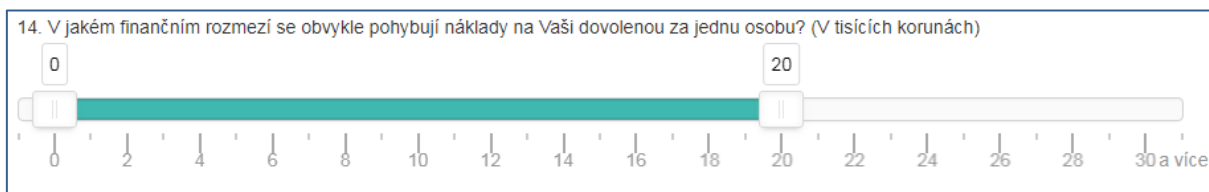


Graf č. 100

Všechny zkoumané kategorie se svou odpovědí nejčastěji umísťovaly na odpověď „Spíše rozhodující“.

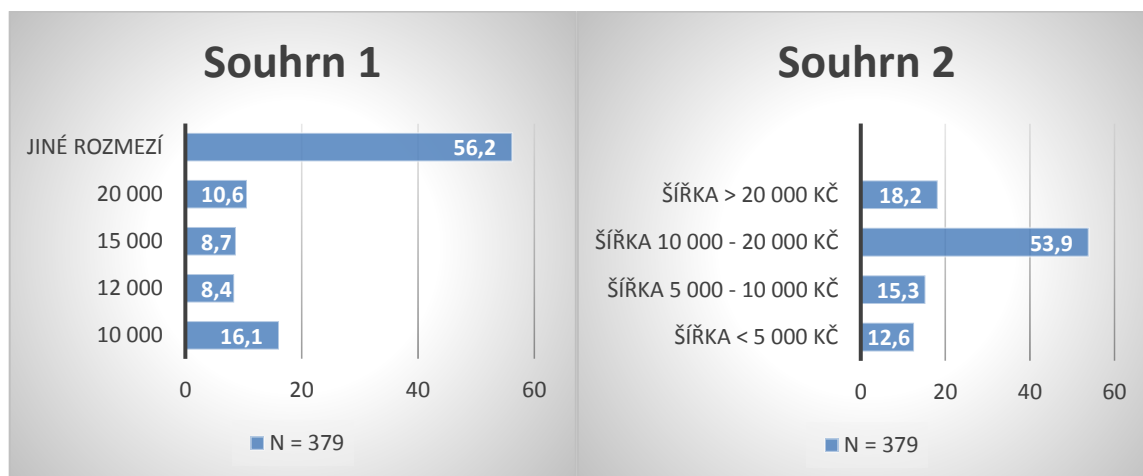
Průměrný čas strávený na této otázce byl 11,1 vteřin.

Otázka 14



Obrázek č. 35

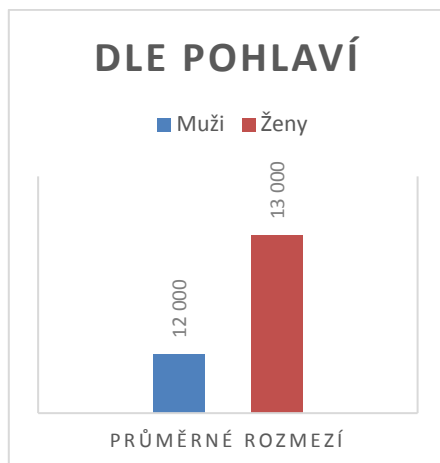
Ve čtrnácté otázce měli respondenti za úkol na oboustranném posuvníku určit finanční rozmezí. Pro účely analýzy bude zkoumáno, jak široká rozmezí respondenti vytvářeli. Nejčastější šířka rozmezí, kterou respondenti na posuvníku zadávali, byla 10 000 (16 % respondentů), druhá nejčastější 20 000 (11 % respondentů), třetí nejčastější 15 000 (9 % respondentů) a čtvrtá 12 000 (8 % respondentů). Necelá 3 % respondentů posuvník dokonce použila k vytvoření přesné ceny, nikoliv k vytvoření rozmezí. Nejčastěji vytvářené rozmezí bylo širší než 10 000 Kč a užší než 20 000 Kč. Průměrné rozpětí zadávaného rozmezí pak činilo 12 500 Kč.



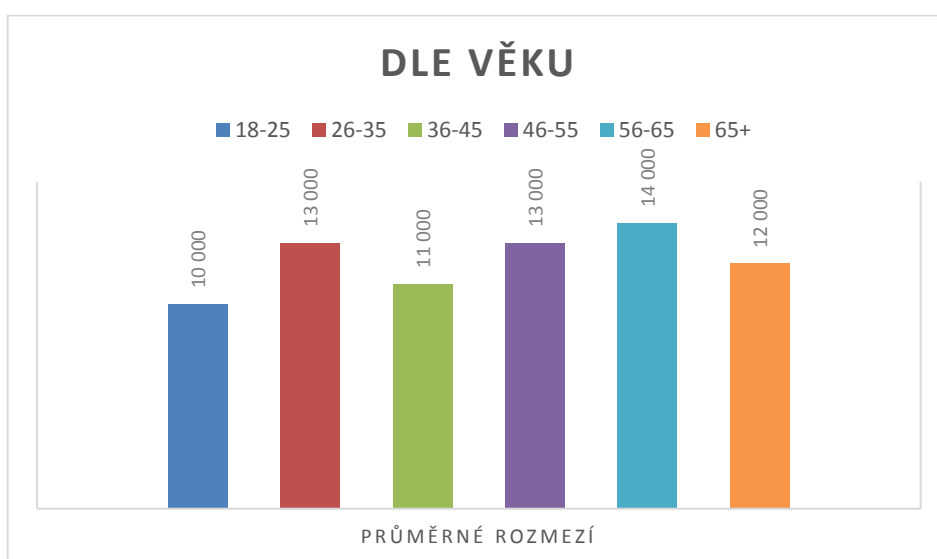
Graf č. 101

Graf č. 102

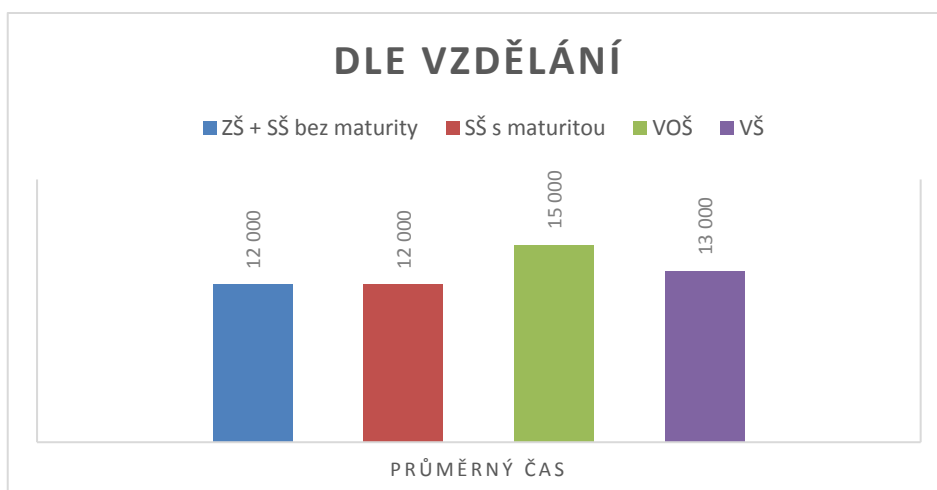
Muži uváděli o 1 000 užší rozmezí než ženy. Průměrně nejužší rozmezí zadávali respondenti ve věku 18-25 let (10 000 Kč). Průměrně nejširší rozmezí zadávali lidé ve věkových kategoriích 26-35 let (13 000 Kč), 46-55 let (13 000 Kč) a 56-65 let (14 000 Kč). Co se týče vzdělanostních kategorií, průměrně nejširší finanční rozmezí zadávali respondenti s VOŠ (15 000 Kč).



Graf č. 103



Graf č. 104



Graf č. 105

Průměrný čas věnovaný této otázce byl 18,1 vteřin.

Otázka 15

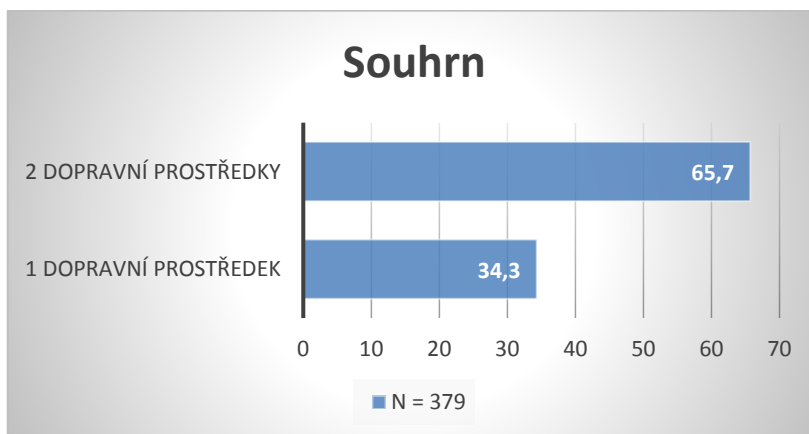
15. * Jaké dopravní prostředky nejčastěji využíváte pro cestu do cílové destinace v rámci své dovolené? (napište max. 2 dopravní prostředky)

* 1

2

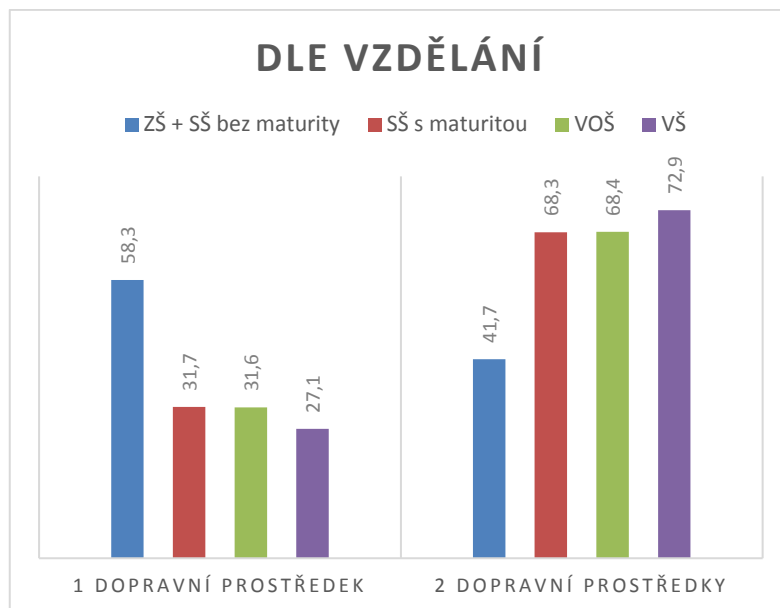
Obrázek č. 5

Patnáctá otázka byla ve stejném stylu jako otázka první. Respondentovým úkolem bylo ručně vypsát maximálně dva dopravní prostředky, k tomu měl určené dvě samostatné textové pole. Větší část respondentů využila obou polí a zapsala tedy dva dopravní prostředky (66 %), zbylých 34 % zapsalo pouze jeden dopravní prostředek.



Graf č. 106

Muži, ženy a také respondenti v rámci všech věkových kategorií vypisovali nejčastěji 2 dopravní prostředky. Pouze respondenti se základním vzděláním a SŠ bez maturity vypisovali častěji 1 dopravní prostředek.



Graf č. 107

Průměrný čas věnovaný této otázce byl 18,9 vteřin.

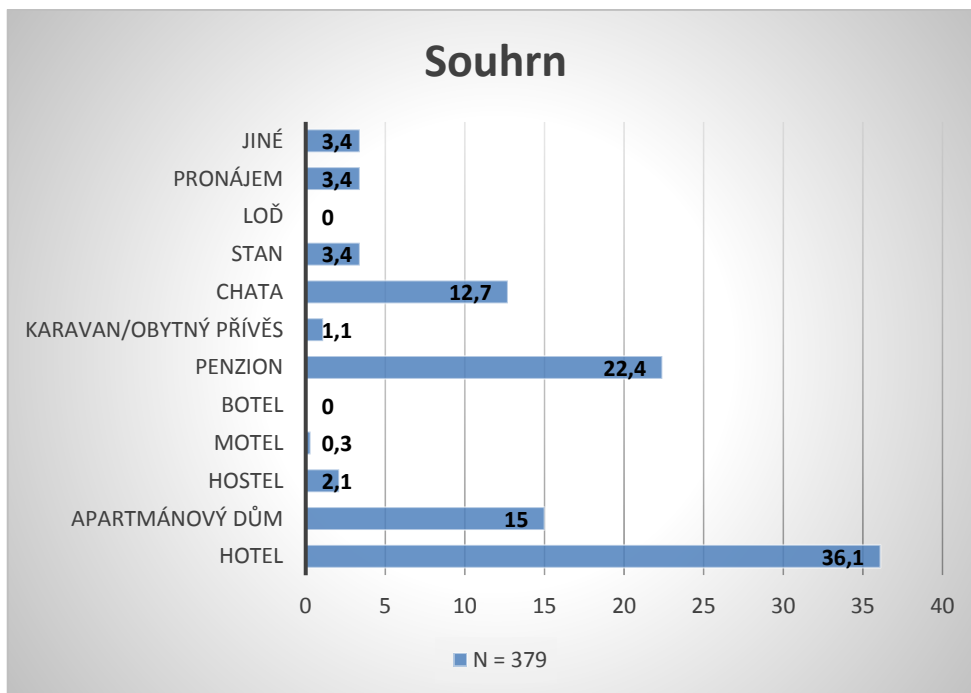
Otázka 16

16. * Vyberte prosím druh ubytování, který v rámci svých dovolených nejčastěji využíváte.

<input type="radio"/> Hotel	<input type="radio"/> Karavan/obytný přívěs
<input type="radio"/> Apartmánový dům	<input type="radio"/> Chata
<input type="radio"/> Hostel	<input type="radio"/> Stan
<input type="radio"/> Motel	<input type="radio"/> Loď
<input type="radio"/> Botel	<input type="radio"/> Pronájem
<input type="radio"/> Penzion	<input type="radio"/> Jiná odpověď (napište)

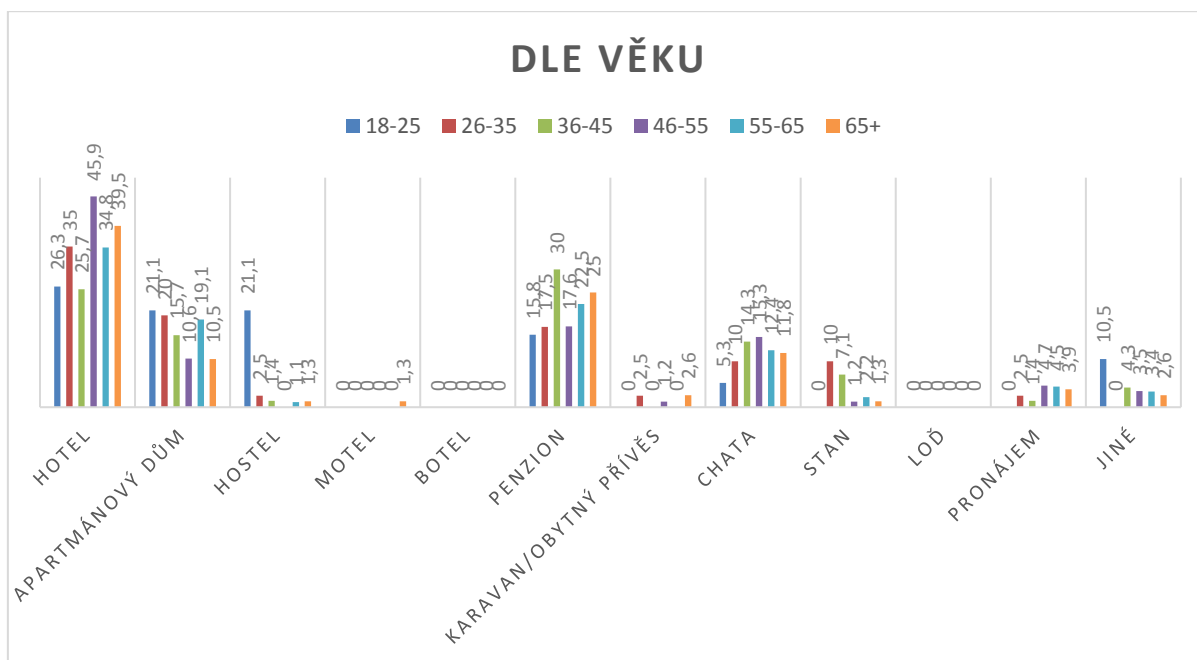
Obrázek č. 29

Šestnáctá otázka byla ve stejném formátu jako otázka č. 11. Odpovědi byly respondentům předloženy ve dvou sloupcích a respondent měl vybrat jednu z nich. Nejčastější odpovědí byl hotel (36 %), dále penzion (22 %), apartmánový dům (15%) a chata (13 %).

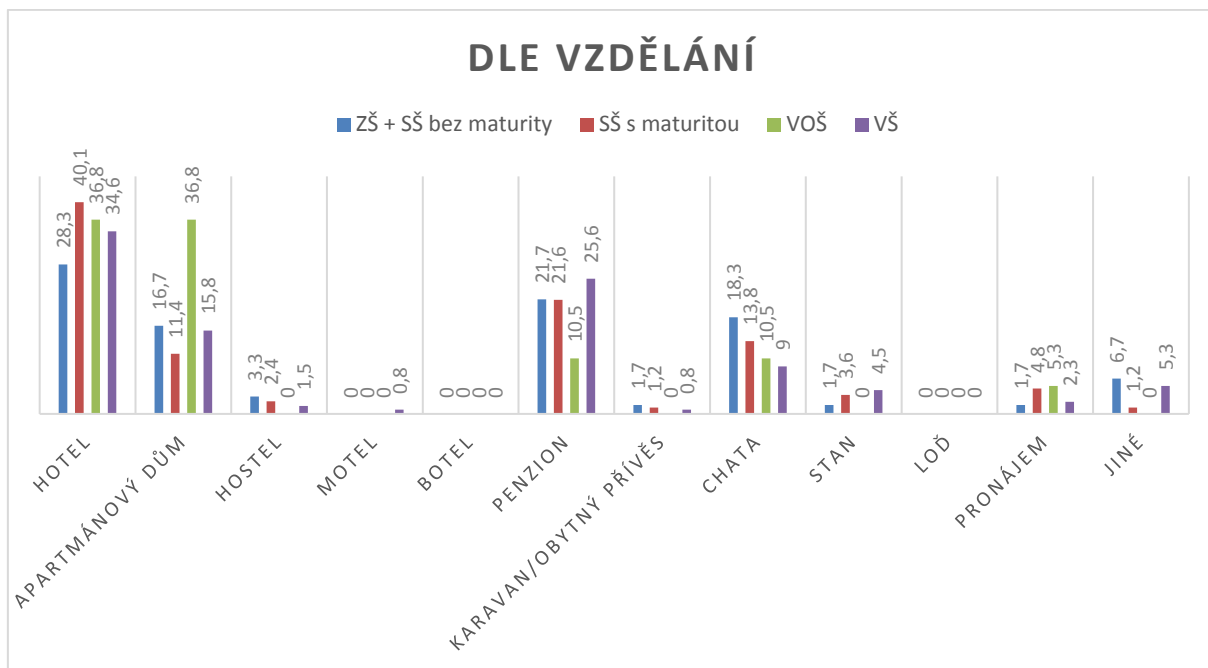


Graf č. 108

V rámci všech podkategorií vedl jednoznačně hotel, výjimkou byli lidé ve věku 36-46 let, kteří nejčastěji volili penzion (30 %). Lidé s VOŠ pak volí hotel stejně často jako apartmánový dům (37 %).



Graf č. 109



Graf č. 110

Průměrná doba strávená na této otázce byla 18,5 vteřin.

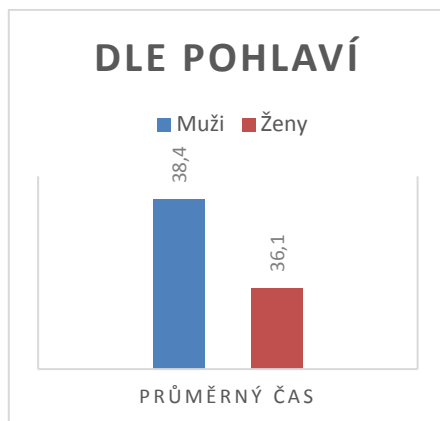
Otázka 18

18. * Přiřadte následujícím typům stravování čísla 1 až 5 podle svých preferencí, kdy 1 = nejvíce preferovaný typ a 5 = nejméně preferovaný typ.

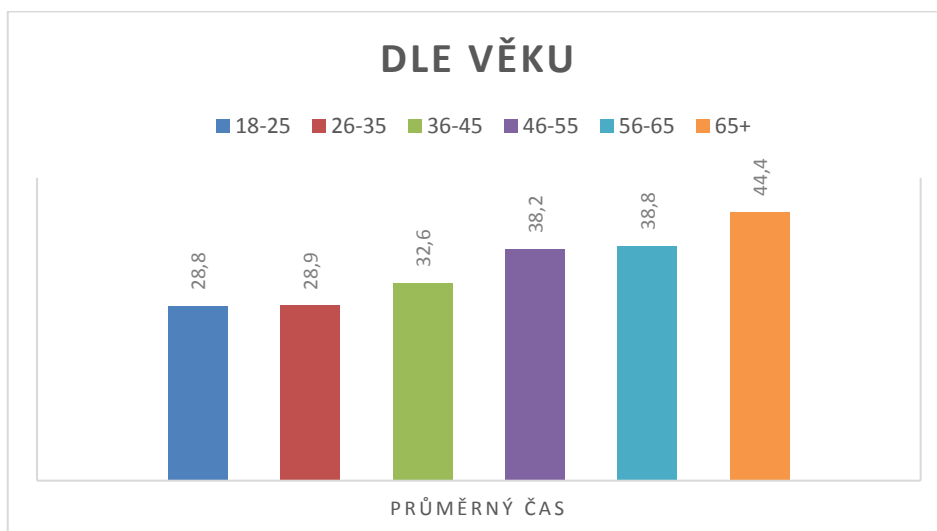
	Vaše volba
All-inclusive	Vyber... ▼
Plná penze	Vyber... ▼
Polopenze	Vyber... ▼
Snídaně	Vyber... ▼
Stravování si zajišťuji sám/sama	Vyber... ▼

Obrázek č. 17

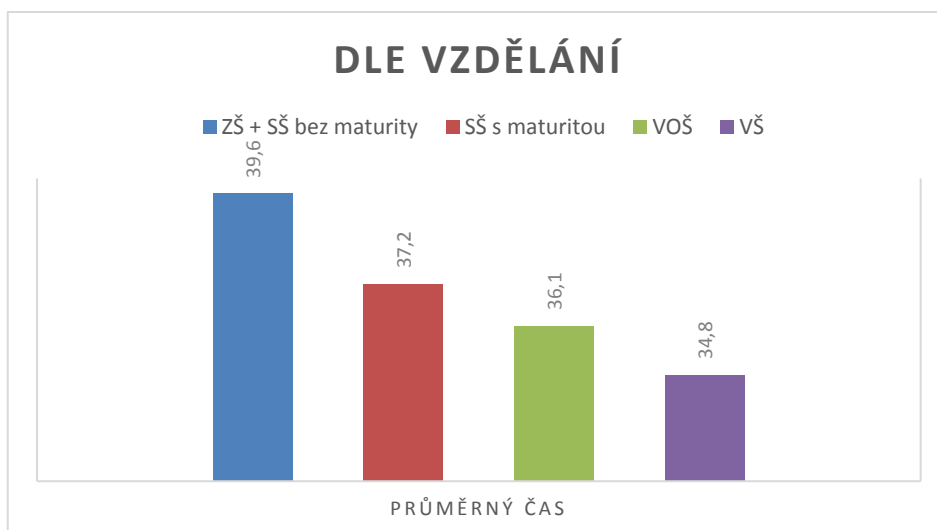
Průměrný čas věnovaný této otázce byl 37,1 vteřin. Muži odpovídali průměrně o 2 vteřiny déle než ženy. Nejdelší čas odpovídání byl u nejstarších respondentů, a to cca o 7 vteřin delší než průměr, a potom také u respondentů s nejnižším vzděláním.



Graf č. 111

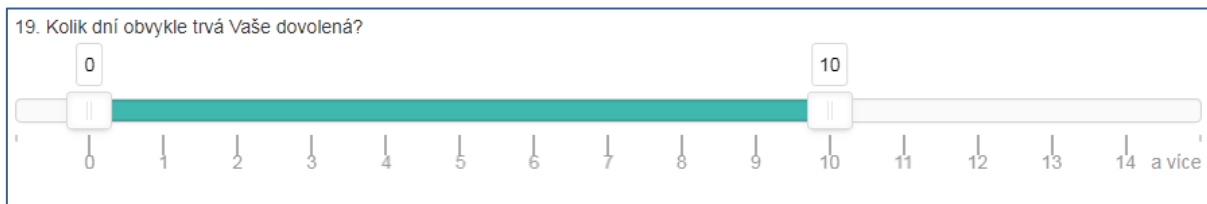


Graf č. 112



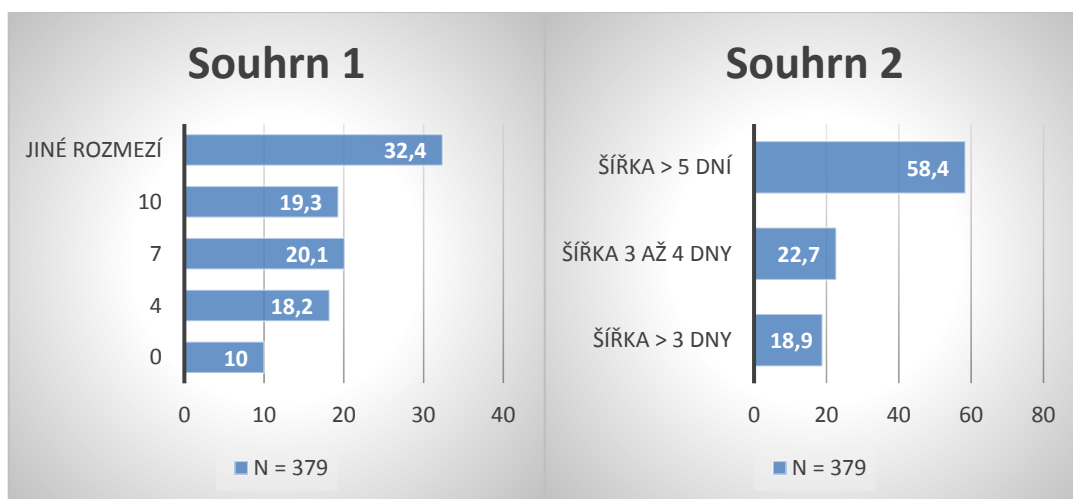
Graf č. 113

Otázka 19



Obrázek č. 37

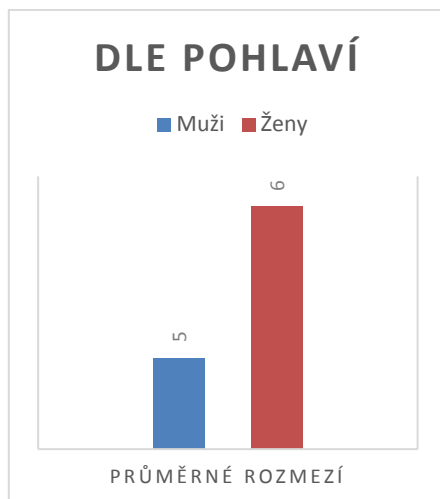
Tato otázka byla koncipována stejně jako otázka čtrnáctá. Tentokrát bylo úkolem respondentů na oboustranném posuvníku vyznačit rozmezí dnů. Nejčastěji respondenti vytvářeli rozmezí o šířce 7 dnů (20 %), 19 % vytvářelo rozmezí o šířce 10 dnů, 18 % o šířce 4 dnů a 10 % dokonce pomocí posuvníku vytvořilo přesný počet dnů. Průměrně pak lidé vytvářeli rozmezí o šířce 5,7 dnů.



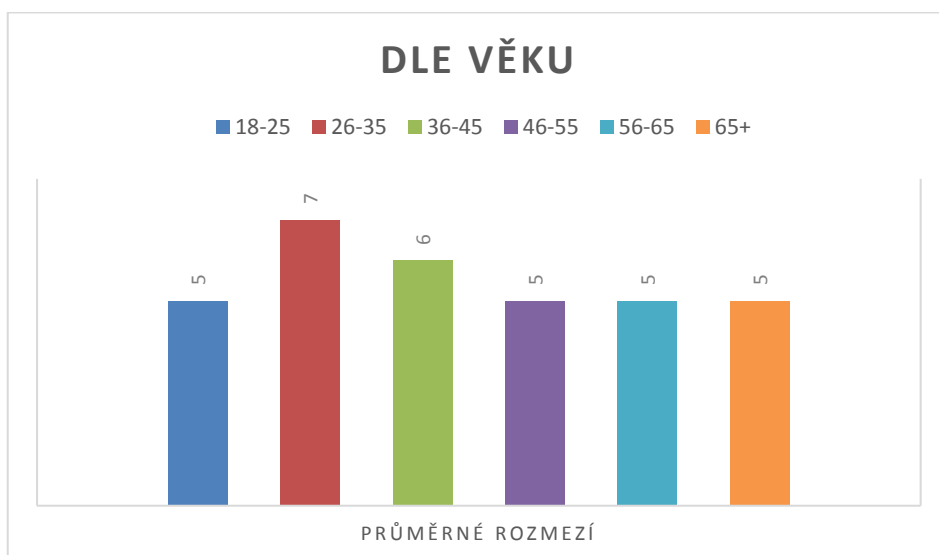
Graf č. 114

Graf č. 115

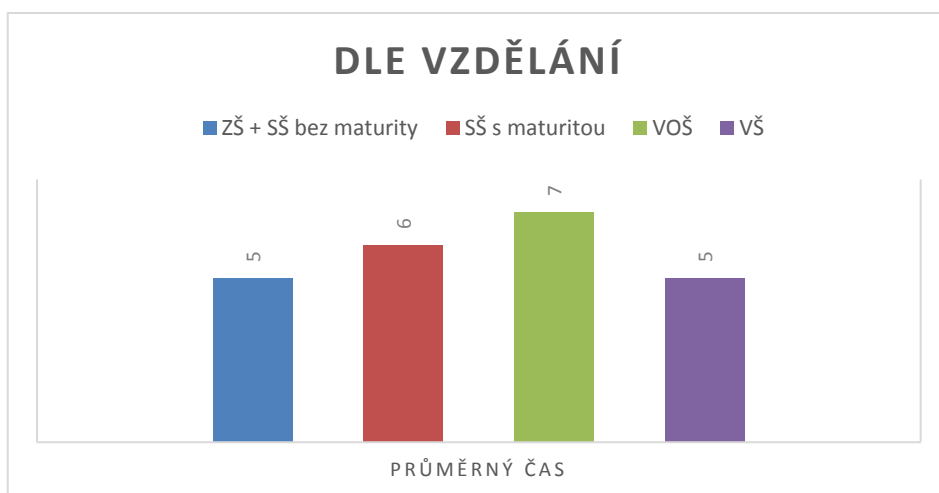
Muži vytvářeli v průměru o 1 den kratší rozmezí než ženy. O dva dny delší rozmezí, než vytvářely ostatní věkové kategorie, uváděli lidé ve věku 26-35 let. Delší rozmezí také vytvářeli lidé s VOŠ.



Graf č. 116



Graf č. 117



Graf č. 118

Průměrný čas věnovaný této otázce byl 11,6 vteřin.

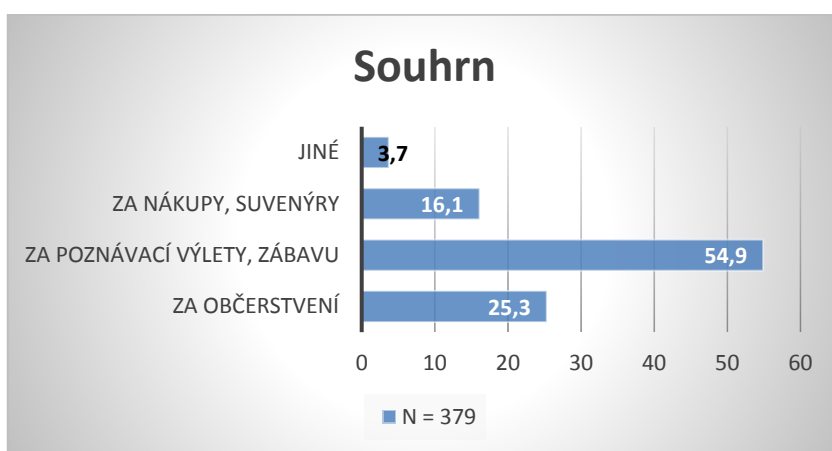
Otázka 20

20. * Za co na dovolené nejvíce utrácíte své "kapesné"?

Za občerstvení Za poznávací výlety, zábavu Za nákupy, suvenýry Jiná odpověď (napíšte)

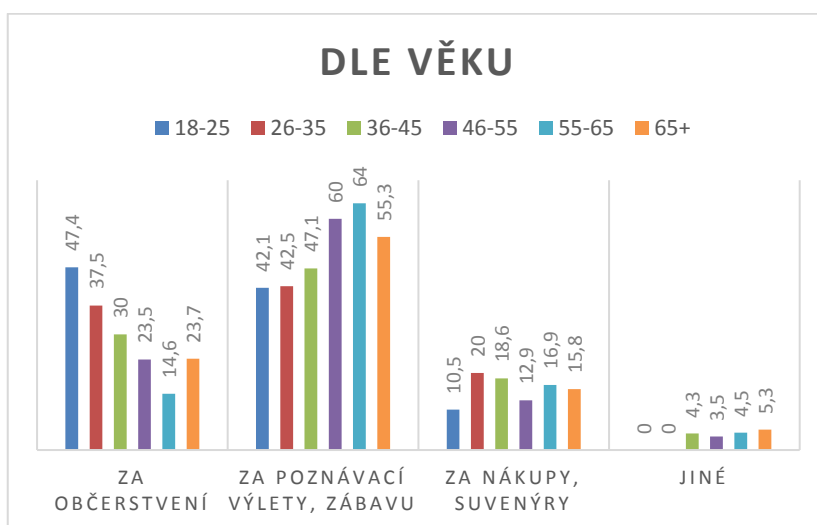
Obrázek č. 33

Otázka č. 20 byla koncipována stejně jako otázka dvanáctá, a to tak, že odpovědi byly vyobrazeny lineárně, tzn. vedle sebe v jednom řádku. Respondenti nejčastěji uváděli druhou odpověď zleva (55 %), dále první odpověď (25 %), třetí odpověď (16 %) a 4 % uváděla poslední odpověď.



Graf č. 119

Nejčastější odpověď byla napříč kategoriemi totožná, pouze nejmladší respondenti ve věku 18-25 let zaškrtovali nejčastěji první možnost, „Za občerstvení“ (47 %).



Graf č. 120

Průměrný čas odpovídání na tuto otázku byl 12,8 vteřin.

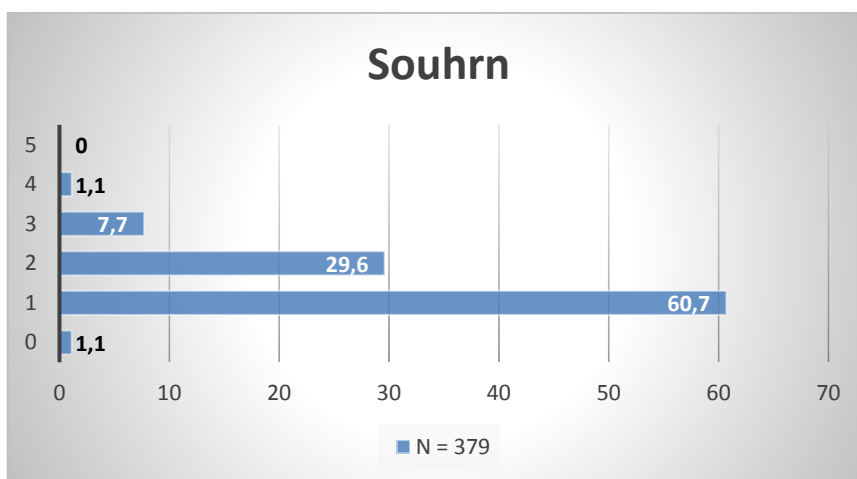
Otázka 21

21. * U následujících výroků zaškrtněte pouze ty, se kterými souhlasíte:

- V cizině se vždy snažím domluvit jazykem dané země
- V cizině se dorozumívám vždy anglicky
- V cizině se dorozumívám vždy německy
- V cizině komunikuji takzvaně "rukama, nohama"
- Při komunikaci v cizině se spoléhám na cizí pomoc

Obrázek č. 39

V této otázce byl respondentům předložen seznam pěti výroků, z nichž měli zaškrtnout pouze ty, se kterými souhlasí. Největší část lidí (61 %) zaškrtnula pouze jeden výrok. Dva výroky zaškrtnulo 30 % lidí, tři výroky 8 % a žádný nebo čtyři výroky zaškrtnulo po 1 % respondentů. Všechny výroky neoznačil nikdo.



Graf č. 121

Mezi jednotlivými zkoumanými podskupinami nebyl žádný rozdíl v odpovědích. Všechny kategorie volily nejčastěji souhlas s jedním výrokem, na druhém místě pak byl souhlas se dvěma výroky.

Průměrný čas strávený na této otázce byl 19,8 vteřin.

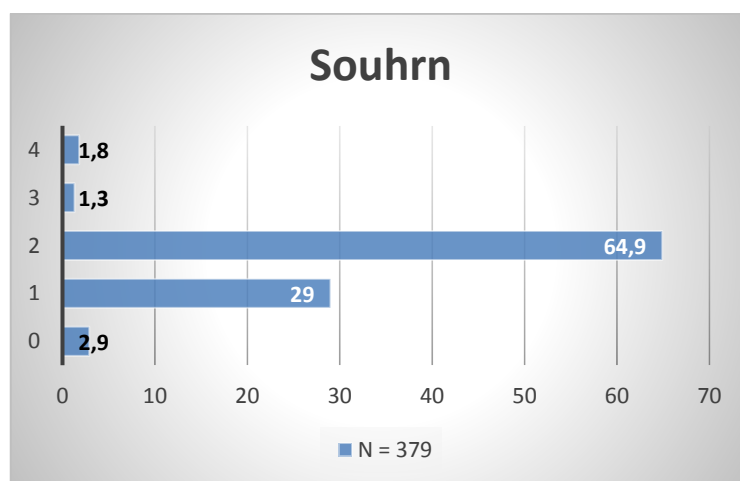
Otázka 22

22. * U následujících výroků zaškrtněte pouze ty, se kterými souhlasíte:

- Dávám přednost vysokému komfortu při cestování
- Dávám přednost nízkým nákladům za dopravu
- Dávám přednost vysokému komfortu při ubytování
- Dávám přednost nízkým nákladům za ubytování

Obrázek č. 41

Dvaadvacátá otázka byla koncipována stejně jako otázka předchozí, tentokrát však obsahovala pouze 4 výroky. Největší část respondentů souhlasila se dvěma výroky (65 %), dalších 30 % souhlasilo pouze s jedním výrokem, 3 % lidí nesouhlasila s žádným, 1 % se třemi a 2 % souhlasila se všemi čtyřmi výroky.



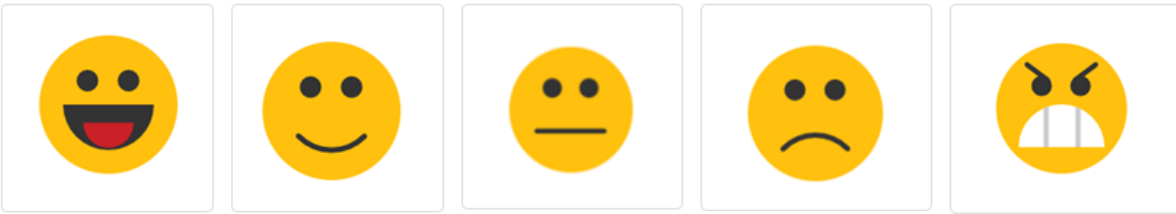
Graf č. 122

Stejně jako u předchozí otázky, ani zde se odpovědi jednotlivých věkových ani vzdělanostních kategorií nelišily. Všechny kategorie souhlasily v největší míře se dvěma výroky, na druhém místě pak s jedním výrokem.

Průměrný čas odpovídání na tuto otázku byl 21,9 vteřin.

Otázka 23

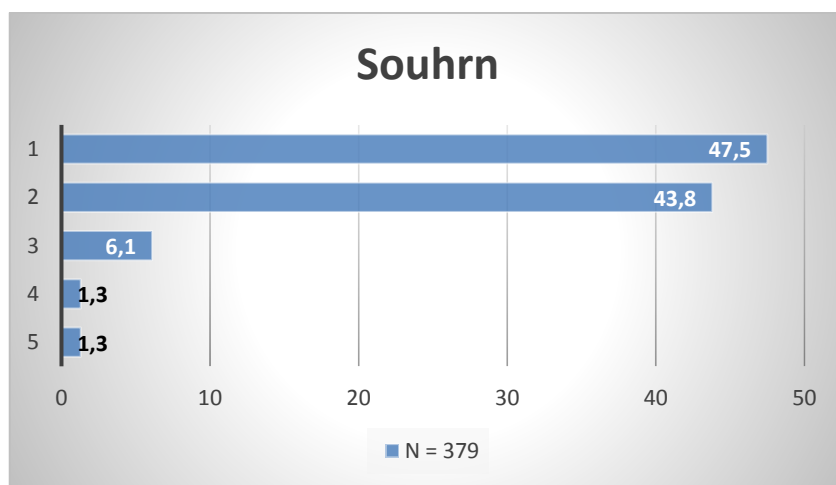
23. * Ohodnoťte pomocí smajlíků, jak jste byl/a celkově spokojen/a se svou poslední dovolenou,



😊 = naprosto spokojen/a 😡 = naprosto nespokojen/a

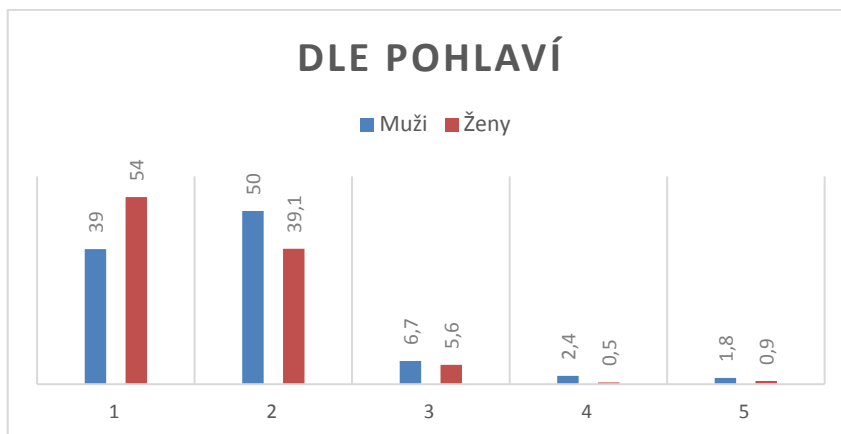
Obrázek č. 43

Otázka č. 23 byla formou pětibodové hodnoticí škály, kde byly jednotlivé body na škále vyobrazeny prostřednictvím smajlíků, a to od nejvíce pozitivního po nejméně pozitivního. Největší část respondentů zaškrtovala smajlíka č. 1 (48 %), dalších 44 % smajlíka č. 2, 6 % smajlíka č. 3 a po 1 % procentu smajlíka č. 4 a 5.

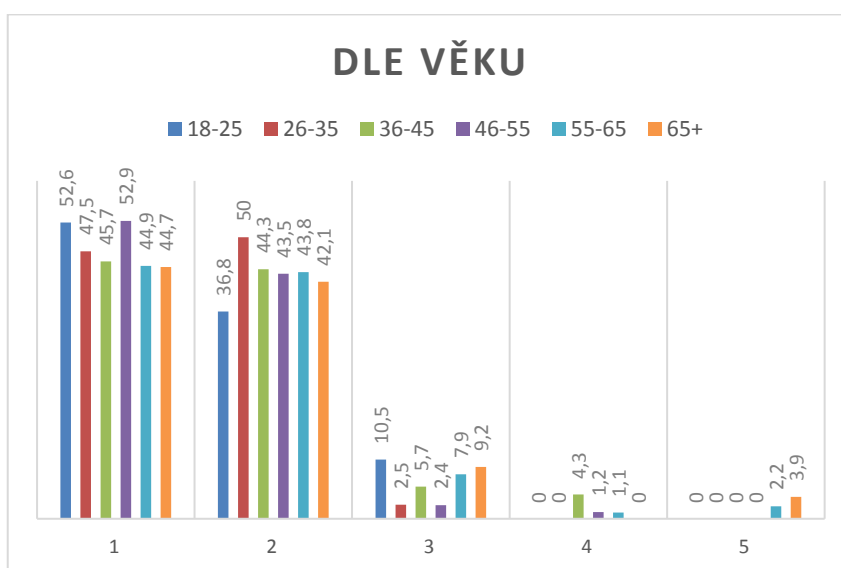


Graf č. 123

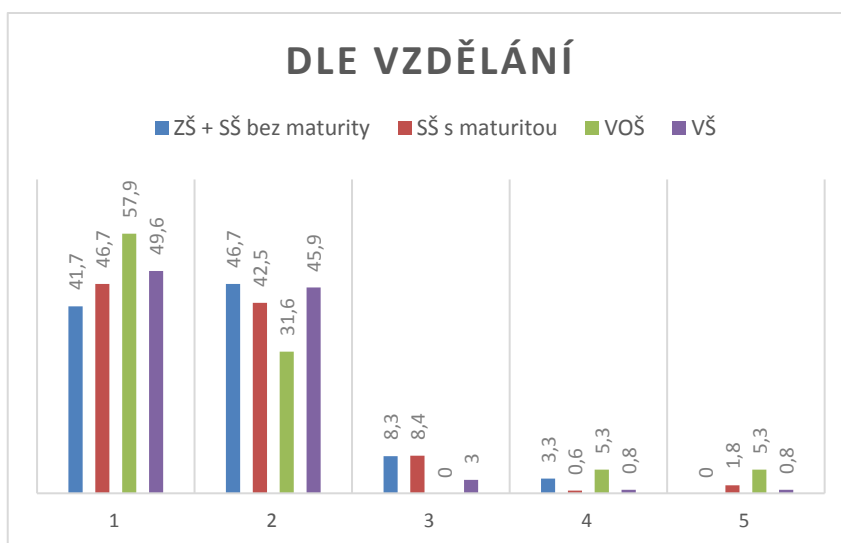
Muži nejčastěji volili druhého smajlíka (50 %), ženy naopak prvního (54 %). Všechny věkové kategorie volily nejčastěji prvního smajlíka, pouze lidé ve věku 26-35 let volili nejčastěji toho druhého (50 %). Také lidé se středním vzděláním bez maturity a nižším volili nejčastěji druhého smajlíka (47 %).



Graf č. 124



Graf č. 125

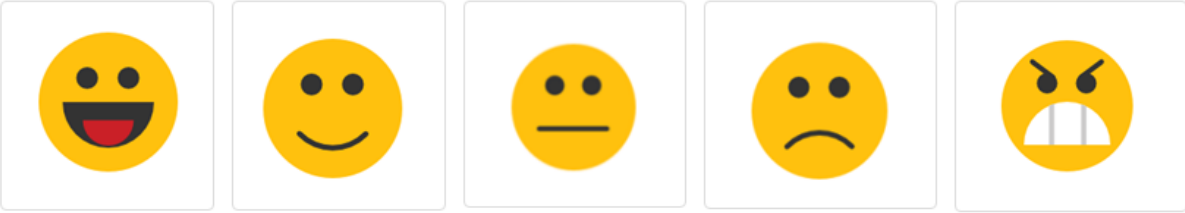


Graf č. 126

Průměrný čas strávený na této otázce byl 11,9 vteřin.

Otázka 24

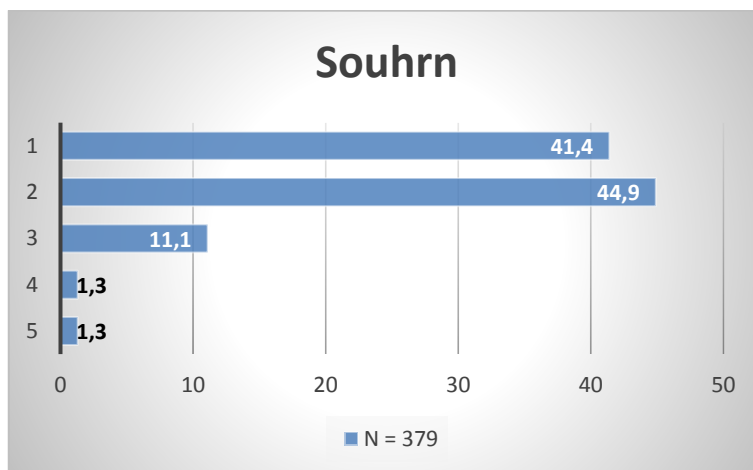
24. * Ohodnoťte pomocí smajlíků, jak jste byl/a spokojen/a s poměrem cena vs. kvalita své poslední dovolené.



Legend:
😊 = naprosto spokojen/a 😡 = naprosto nespokojen/a

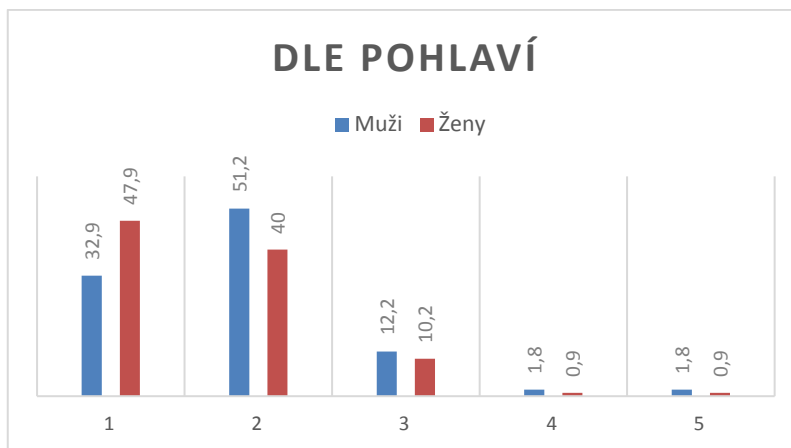
Obrázek č. 45

Čtyřiadvacátá otázka byla ve stejném formátu jako otázka předchozí. Nejvíce respondentů tentokrát označilo druhého smajlíka (45 %), dalších 41 % prvního smajlíka, 11 % smajlíka č. 3 a opět po 1 % smajlíky č. 4 a 5.

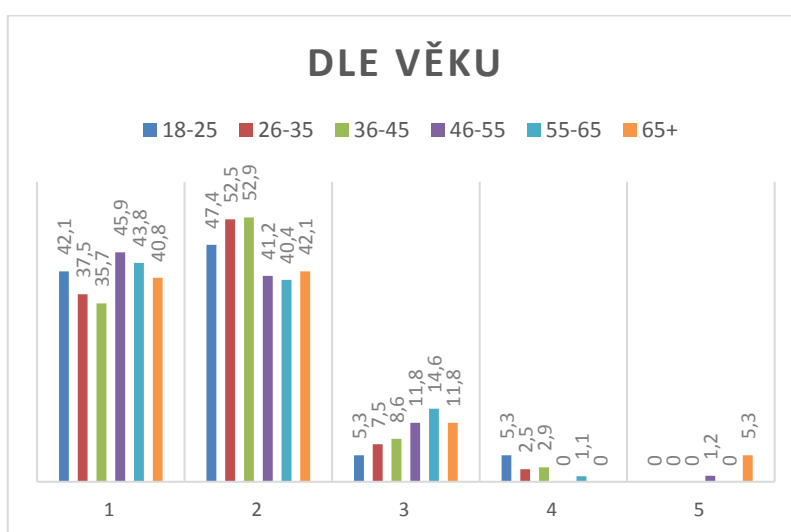


Graf č. 127

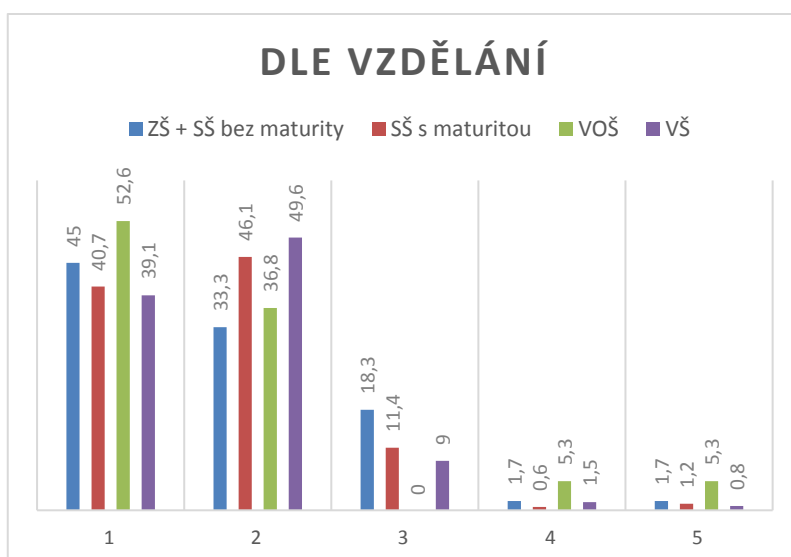
Muži volili opět častěji druhého smajlíka (51 %), zatímco ženy prvního (48 %). Lidé ve věku 18-45 let a lidé starší 65 let volili častěji toho druhého. Lidé ve věku 45-65 let volili častěji toho prvního. Lidé se středním vzděláním s maturitou a VŠ vzdělaní lidé volili ve větší míře druhého smajlíka. Lidé méně vzdělaní a lidé s VOŠ volili častěji toho prvního.



Graf č. 128



Graf č. 129

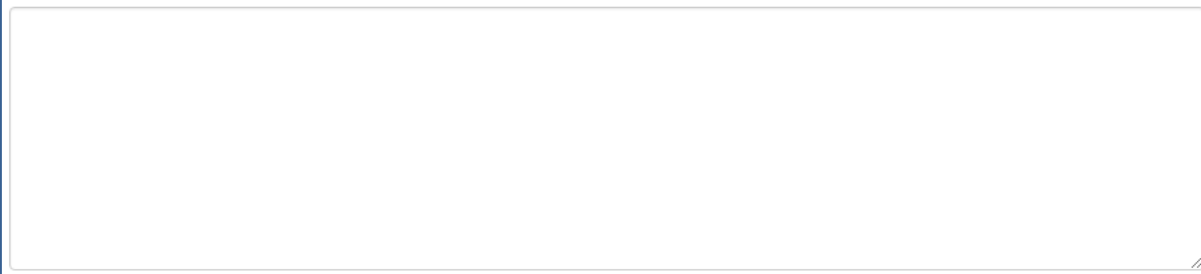


Graf č. 130

Průměrná doba odpovídání na tuto otázku byla 10 vteřin.

Otázka 25

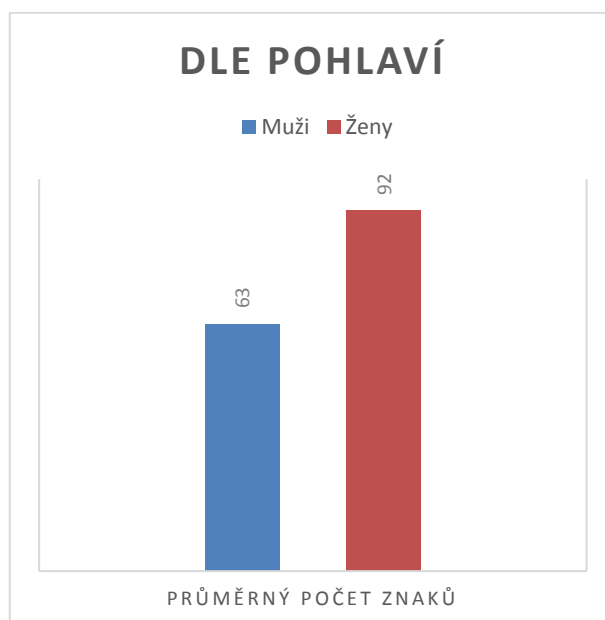
25. * Pokuste se prosím popsat, jaká nejhezčí dovolená, na které jste byl/a, se Vám vybaví a proč.



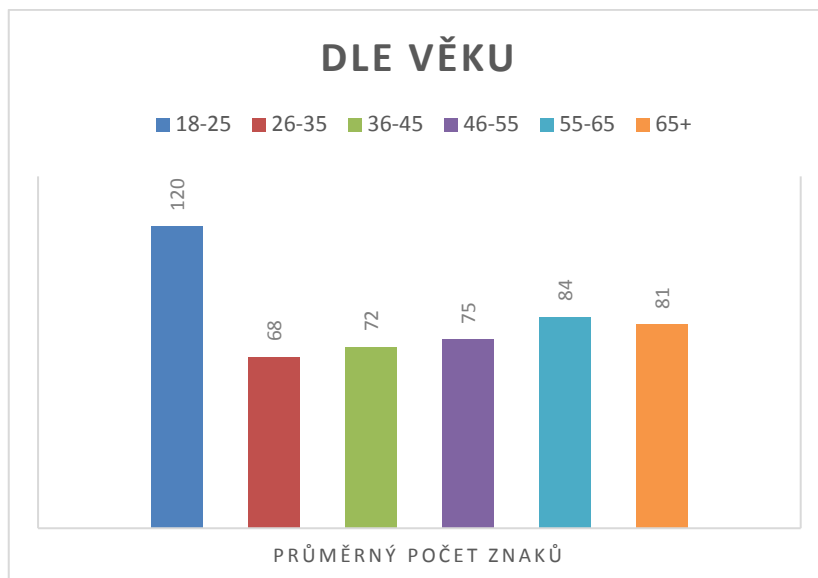
Obrázek č. 21

Poslední otázka měla stejný formát jako otázka osmá. Opět byla respondentům předložena otevřená otázka, na kterou měli vlastními slovy odpovědět do textového okna o velikosti devíti řádků textu. Průměrný počet znaků včetně mezer, který respondenti uváděli, byl 79.

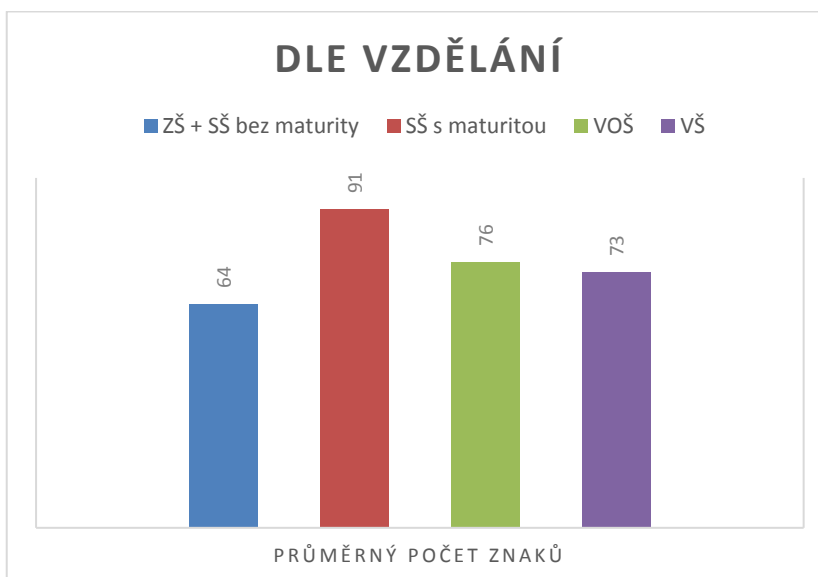
Ženy uváděly v průměru o 29 znaků více než muži (92 znaků). Nejdelší odpovědi uváděli respondenti ve věku 18-25 let (120 znaků), nejkratší naopak ti ve věku 26-35 let (68 znaků). Co se týče vzdělání, nejdelší odpověď napsali respondenti se středním vzděláním s maturitou (91 znaků), nejkratší naopak ti se středním vzděláním bez maturity a nižším (64 znaků).



Graf č. 131



Graf č. 132



Graf č. 133

Průměrný čas strávený odpovídáním na tuto otázku byl 88,5 vteřin.

5 Interpretace a diskuze

Na následujících stranách budou rozebrány jednotlivé otázky vzhledem k použitým grafickým modifikacím. Budou zkoumány obecné rozdíly mezi verzí 1 a verzí 2, potažmo také rozdíly v rámci jednotlivých sociodemografických skupin, a to také v souvislosti s naměřenými časy odpovídání u jednotlivých otázek. Prostřednictvím srovnání obou verzí bude odpovězeno na stanovené hypotézy a výsledná zjištění budou následně diskutována se zjištěními z předchozích výzkumů uvedených v teoretické části práce.

5.1 Grafická modifikace č. 1 = Zaškrtnutí vs. vypsání odpovědi

1. * Jaký měsíc/měsíce v roce upřednostňujete za účelem uskutečnění své dovolené? (označte max. 3 možnosti)

<input type="checkbox"/> Leden	<input type="checkbox"/> Květen	<input type="checkbox"/> Září
<input type="checkbox"/> Únor	<input type="checkbox"/> Červen	<input type="checkbox"/> Říjen
<input type="checkbox"/> Březen	<input type="checkbox"/> Červenec	<input type="checkbox"/> Listopad
<input type="checkbox"/> Duben	<input type="checkbox"/> Srpen	<input type="checkbox"/> Prosinec

Obrázek č. 2

1. * Jaký měsíc/měsíce v roce upřednostňujete za účelem uskutečnění své dovolené? (vypíšte max. 3 měsíce)

*1

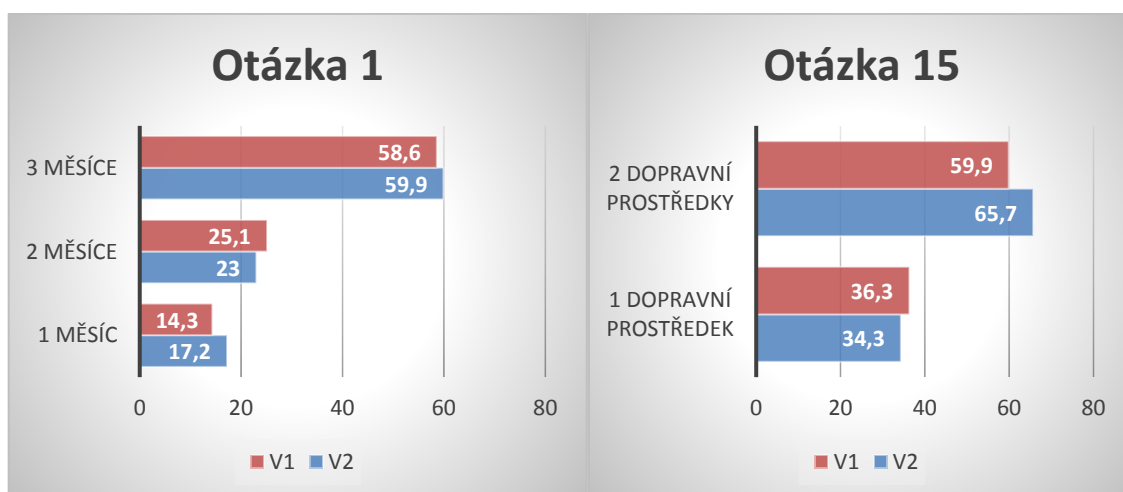
2

3

Obrázek č. 3

H1: Ve verzi 1 budou uvádět respondenti více možností než ve verzi 2.

Ve verzi 1 měli respondenti zaškrtnout jednu či více odpovědí z připraveného seznamu, zatímco ve verzi 2 jim byla předložena okénka pro vypsání textových odpovědí. V případě otázky 1 šlo o zaškrtnutí maximálně 3 možností a vypsání textové odpovědi maximálně do tří okének; v případě otázky 15 se jednalo o zaškrtnutí maximálně dvou možností a o vypsání textové odpovědi do maximálně dvou okének. Všeobecně uváděla v obou verzích dotazníku největší část respondentů plný rozsah odpovědí (tj. 3 a 2 možnosti).



Graf č. 134

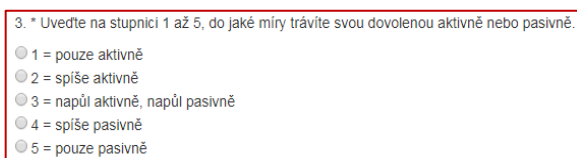
Graf č. 135

Pokud se zaměříme na srovnání odpovědí v rámci jednotlivých kategorií, tendence

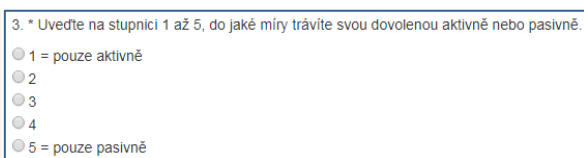
odpovídání mužů a žen se mezi oběma verzemi nijak neliší, v obou verzích uváděli muži i ženy nejčastěji plný počet odpovědí. Stejně tomu bylo i v rámci jednotlivých věkových i vzdělanostních kategorií. Mezi zaškrtnutím a vypisováním odpovědí tím pádem nebyl shledán žádný rozdíl v odpovědích, a proto formulovanou hypotézu nemůžeme potvrdit.

Couper, Traugott a Lamias (2001) také testovali rozdíl mezi použitím zaškrtnutího a vypisovacího formátu odpovědi. Ze svého výzkumu učinili takový závěr, že vypisovací verze produkuje vyšší míru chybějících odpovědí než verze zaškrtnutího. Vzhledem k tomu, že prostřednictvím svého výzkumu jsem došla k závěru, že použití zaškrtnutího vs. vypisovacího formátu neprodukuje rozdíly v odpovědích respondentů, jelikož i ve vypisovacím formátu respondenti uváděli plný rozsah možných odpovědí, jsou mé výsledky s výzkumem autorů z roku 2001 v rozporu.

5.2 Grafická modifikace č. 2 = Popsané všechny body škály vs. jen krajní



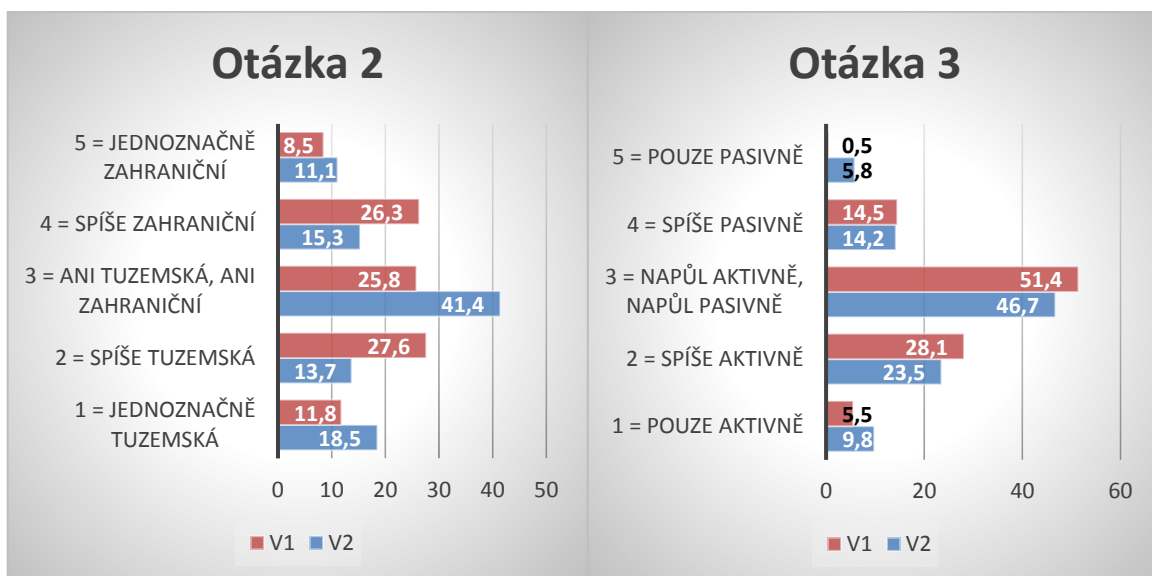
Obrázek č. 8



Obrázek č. 9

H2: Ve verzi 1 budou odpovědi respondentů více v první polovině škály než ve verzi 2.

Ve verzi 1 měla pětibodová škála popsané všechny body číslem i textovým popiskem, zatímco ve verzi 2 měla taktéž pětibodová škála popsané číslem všechny body, nicméně textovým popiskem pouze body krajní. U obou testovaných otázek byly ve verzi 2 více zastoupeny krajní odpovědi než ve verzi 1, můžeme tedy tvrdit, že v případě popsáných pouze krajních bodů škály jsou tyto body vybírány ve větší míře než v případě popsáných všech bodů škály. Nelze však tvrdit, že by v případě popsáných všech bodů škály byly odpovědi rozloženy ve větší míře v první polovině škály než v případě popsáných pouze krajních, jelikož rozdíl není jednoznačný, a proto stanovenou hypotézu zatím nepotvrzujeme.

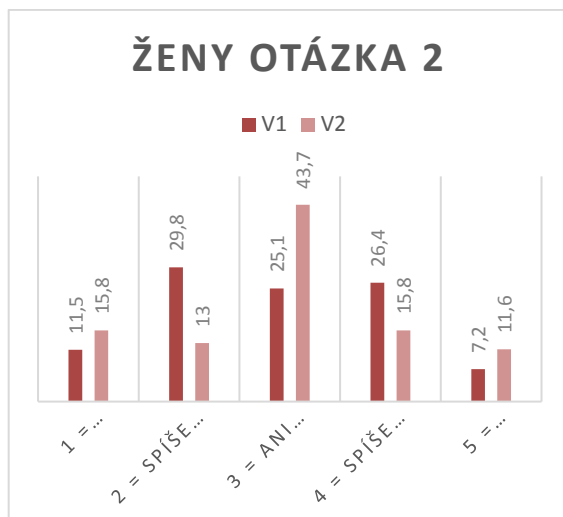


Graf č. 136

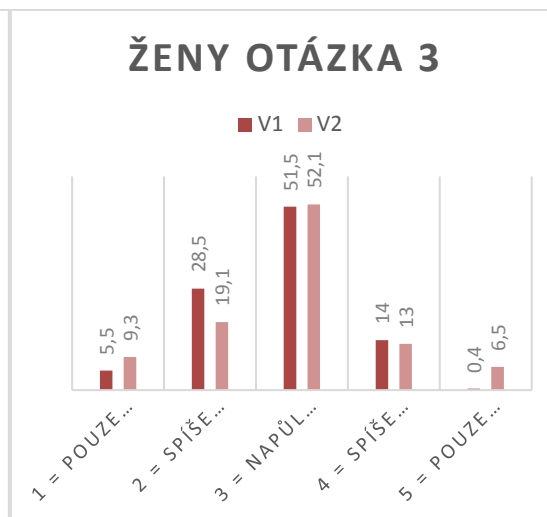
Graf č. 137

Výsledky mého výzkumu nejsou jednoznačně konzistentní s výsledky Christiana (2003) a Christiana et al. (2008), kteří na základě svých výzkumů tvrdí, že škála s označenými všemi body produkuje více pozitivních odpovědí (v našem případě odpovědí na začátku škály) než ta s označenými pouze krajními body.

Obecně tedy není patrný žádný vliv, podíváme se však blíže na vliv této grafické modifikace na pohlaví respondentů. Co se týče mužů, vliv grafické modifikace na rozložení odpovědí blíže k začátku škály se nepotvrdil. Nicméně co se týče žen, u těch je rozložení odpovědí na prvních dvou bodech škály v případě verze 1 větší než v případě verze 2, a to zejména u druhého bodu škály. Můžeme tím pádem usuzovat, že na odpovídání žen by tato grafická modifikace mít vliv mohla. Co se týče věkových kategorií, zde se projevil vliv u respondentů ve věku 18-25 let a 26-35 let. U těchto dvou věkových kategorií byla míra odpovídání na prvních dvou bodech škály v případě verze 1 výrazně vyšší než v případě verze 2. Co se týče rozdílů v rámci vzdělanostních kategorií, stejný vliv měla grafická modifikace na respondenty s VOŠ a VŠ vzděláním, kteří v rámci verze 1 vybírali ve větší míře první 2 odpovědi než v případě verze 2. Platnost stanovené hypotézy tak můžeme potvrdit pouze v případě žen ve věku 18-35 let s VOŠ či VŠ vzděláním.



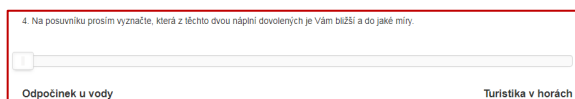
Graf č. 138



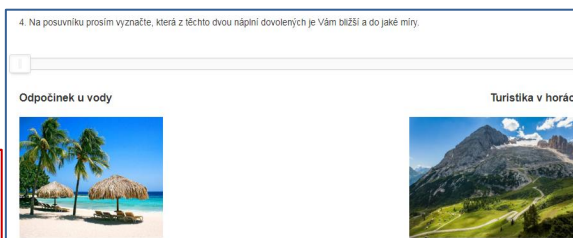
Graf č. 139

Tento typ grafické modifikace nezpůsobil žádné rozdíly v čase odpovídání respondentů. V rámci otázky 2 byl průměrný čas odpovídání ve verzi 1 14,9 vteřin a ve verzi 2 14 vteřin. U otázky 3 byla doba odpovídání u obou verzí shodných 10,5 vteřiny.

5.3 Grafická modifikace č. 3 = Dvě textové možnosti na posuvníku vs. text doplněný o obrázky



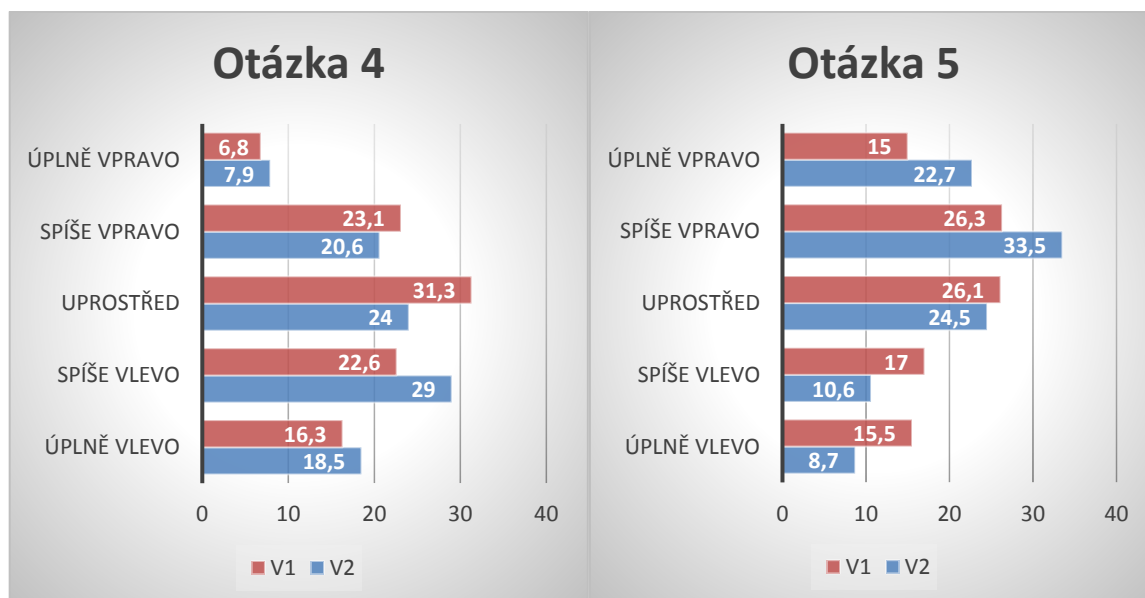
Obrázek č. 10



Obrázek č. 11

H3: Ve verzi 1 se odpovědi respondentů budou nacházet více na středu posuvníku než ve verzi 2.

Ve verzi 1 byly kraje posuvníku doplněny pouze o textové popisky, ve verzi 2 pak také o obrázky. U otázky 4 se největší část respondentů zařadila do středu posuvníku, ve verzi 2 pak spíše vlevo. U páté otázky obsadila největší část respondentů v první verzi pozice uprostřed a spíše vpravo, ve verzi 2 pak spíše vpravo. U čtvrté otázky se na středu posuvníku nacházelo více respondentů u verze 1 než u verze 2, u páté otázky taktéž, nicméně zde byl rozdíl minimální, tím pádem v případě této grafické modifikace nemůžeme formulovanou hypotézu jednoznačně potvrdit.



Graf č. 140

Graf č. 141

Barbulescu (2012) tvrdí, že obrázek jako doplnění textu slouží jako určitá pomůcka pro lepší představu toho, co se pod samotným textem skrývá. Proto bylo předpokládáno, že se respondenti budou v případě přítomnosti obrázků více přibližovat krajním možnostem na posuvníku.

V rámci jednotlivých věkových a vzdělanostních kategorií nebyl nalezen žádný jednoznačný vliv této modifikace. Co se týče rozdílů v časech odpovídání na tyto dvě otázky v rámci jednotlivých verzí dotazníku, u čtvrté otázky odpovídali respondenti ve verzi 1 průměrně 19,9 vteřin, ve verzi 2 pak 22,2 vteřin. U páté otázky ve verzi 1 respondenti strávili průměrně 11,2 vteřin a ve verzi 2 potom 11,9 vteřin. Vidíme, že u čtvrté otázky byla tendence odpovídat na otázku doplněnou o obrázky o něco déle, nicméně u páté otázky už se tato tendence nepotvrdila. Tato inkonzistence však mohla být způsobena skutečností, že obě testované otázky byly v dotazníku zařazeny ihned za sebe, proto už je čas u páté jakožto druhé otázky v pořadí kratší, jelikož respondenti už se s daným formátem otázky seznámili v předchozí otázce, a proto již odpovídali rychleji.

5.4 Grafická modifikace č. 4 = Přetahování možností vs. přiřazování čísel

16. * Seřadte následující typy stravování podle svých preferencí - od nejvíce preferovaného typu po nejméně preferovaný typ.

Sem přetáhněte vaše volby dle pořadí

- All-inclusive
- Plná penze
- Poloopenze
- Snídaně
- Stravování si zajišťuji sám/sama

Obrázek č. 16

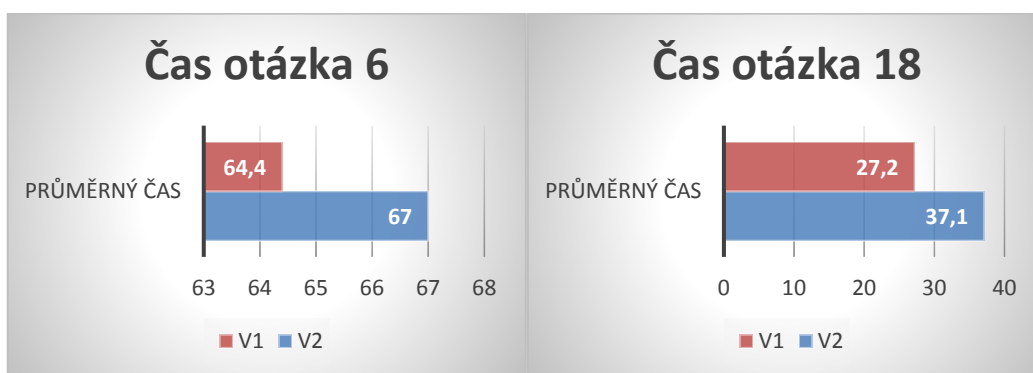
18. * Přiřaďte následujícím typům stravování čísla 1 až 5 podle svých preferencí, kdy 1 = nejvíce preferovaný typ a 5 = nejméně preferovaný typ.

Vaše volba

All-inclusive	Vyber...
Plná penze	Vyber...
Poloopenze	Vyber...
Snídaně	Vyber...
Stravování si zajišťuji sám/sama	Vyber...

Obrázek č. 17

H4: Doba odpovídání na otázku ve verzi 1 bude kratší než v případě verze 2.



Graf č. 142

Graf č. 143

Na otázku číslo 6 byl v první verzi čas odpovídání kratší o 2,6 vteřiny, u otázky číslo 18 pak dokonce o 9,9 vteřin, proto stanovenou hypotézu nezamítáme a můžeme tvrdit, že doba odpovídání na otázku s přetahováním odpovědí je kratší než na otázku ve formátu přiřazování čísel. Tento jev můžeme přisuzovat tomu, že při přetahování možností do druhého okna ihned přehledně vidíme vzniklé pořadí, zatímco přiřazování čísel může být pro respondenty zmatečné a tím pádem náročnější i časově.

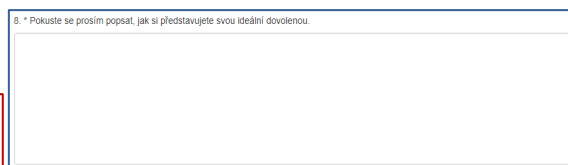
V rámci pohlaví nebyly v čase odpovídání mezi oběma verzemi rozdíly, v rámci věkových kategorií se od ostatních odlišovali v obou verzích pouze ti nejstarší respondenti, kterým odpovídání na otázku trvalo nejdéle, a to přibližně o 4 vteřiny déle, než byl průměrný čas. Co se týče vzdělanostních kategorií, nejdlejší průměrný čas odpovídání vykazovali u obou verzí respondenti v nejnižší vzdělanostní kategorii, a to přibližně o 2 vteřiny déle, než byl průměr.

5.5 Grafická modifikace č. 5 = Menší okno pro textovou odpověď vs. větší okno



8. * Pokuste se prosím popsat, jak si představujete svou ideální dovolenou.

Obrázek č. 18

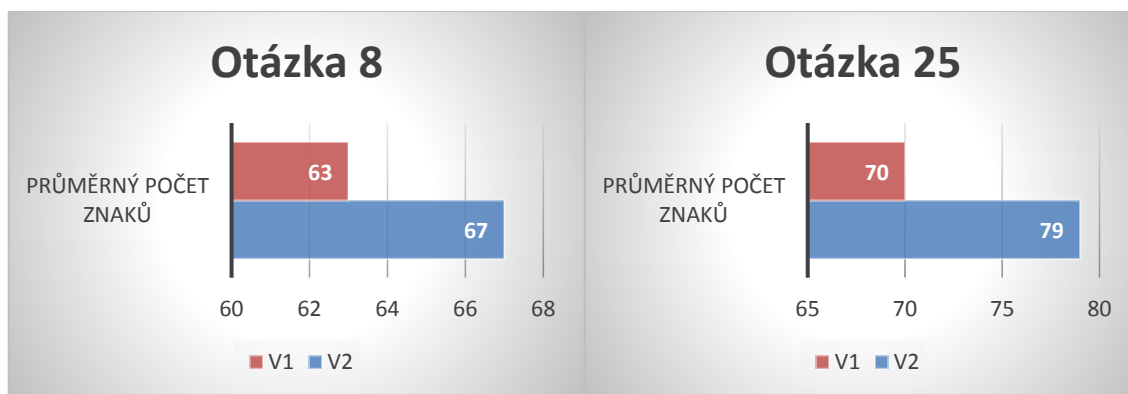


8. * Pokuste se prosím popsat, jak si představujete svou ideální dovolenou.

Obrázek č. 19

H5: Ve verzi 1 napíší respondenti menší množství textu než ve verzi 2.

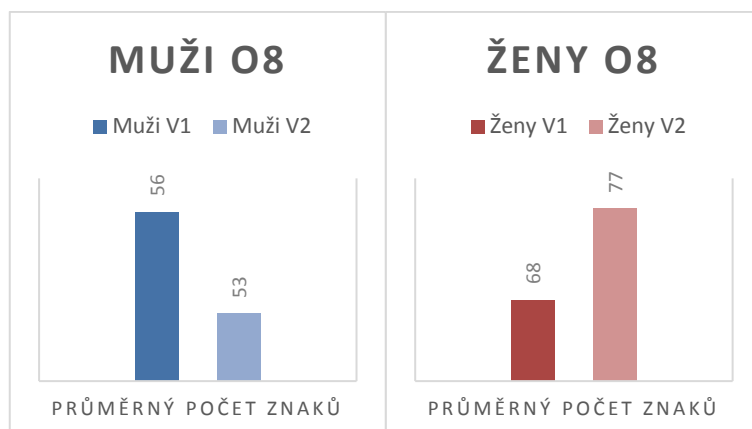
V případě osmé otázky uváděli respondenti v první verzi do okna o velikosti tří řádků textu průměrně 63 znaků, zatímco ve verzi 2 uváděli respondenti do třikrát většího okna průměrně 67 znaků. U otázky č. 25 uváděli respondenti do menšího okna v první verzi 70 znaků, zatímco ve verzi 2 do většího okna 79 znaků. I přesto, že zaznamenaný rozdíl nebyl příliš výrazný, z analýzy jednoznačně vyplývá, že stanovenou hypotézu nezamítáme, jelikož v případě většího okna pro odpověď mají respondenti tendenci uvést větší počet znaků než v případě menšího okna pro odpověď.



Graf č. 144

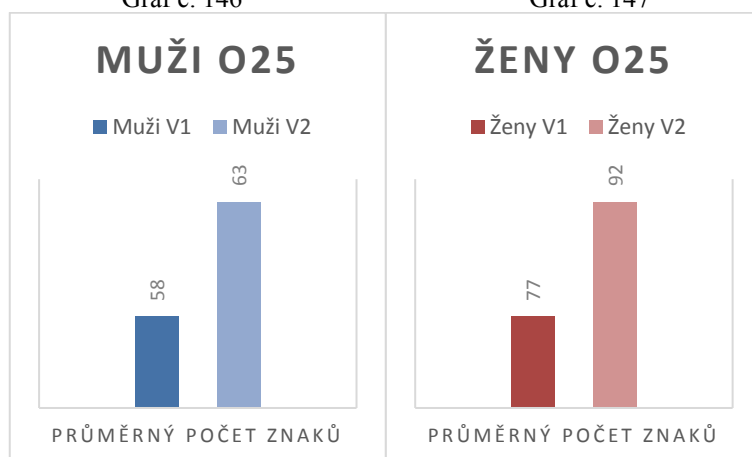
Graf č. 145

Nyní se podíváme podrobněji, zda existují nějaké rozdíly v souvislosti s jednotlivými analyzovanými kategoriemi. U obou otázek uvádějí ženy do menšího okna méně znaků a do většího okna více znaků. U mužů už to tak jednoznačné není, jelikož v případě osmé otázky uvedli do většího okna v průměru méně znaků než do menšího a v případě pětadvacáté otázky uvedli již stejně jako ženy do většího okna více znaků než do menšího.



Graf č. 146

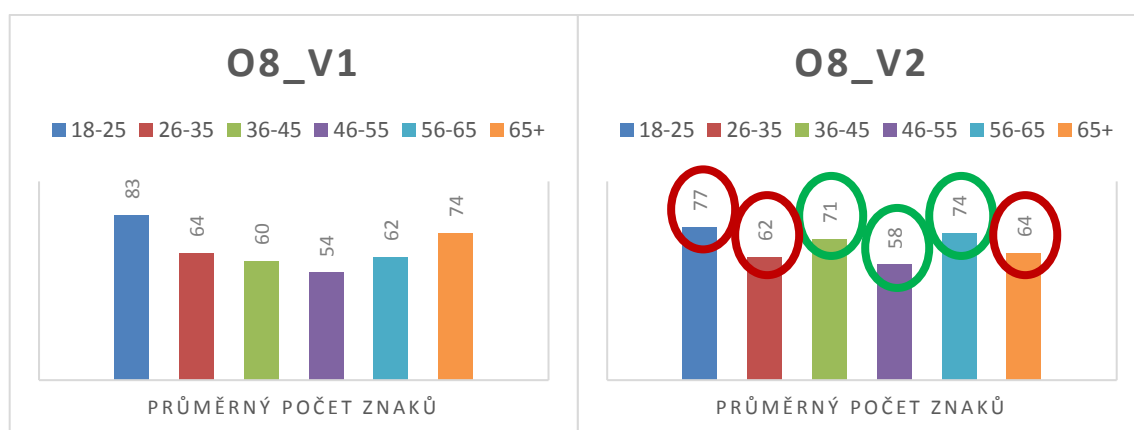
Graf č. 147



Graf č. 148

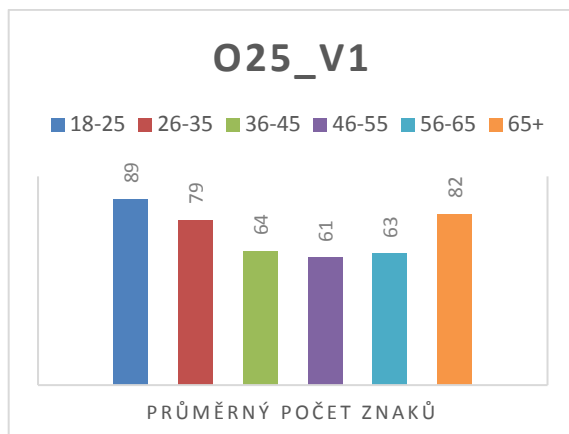
Graf č. 149

Co se týče věkových kategorií, větší počet znaků ve verzi 2 napsali v obou otázkách respondenti z věkových kategorií 36-45 let, 46-55 let a 56-65 let. Naopak věkové kategorie 26-35 let a 65 a více let napsaly do většího okna průměrně méně znaků než do okna menšího.

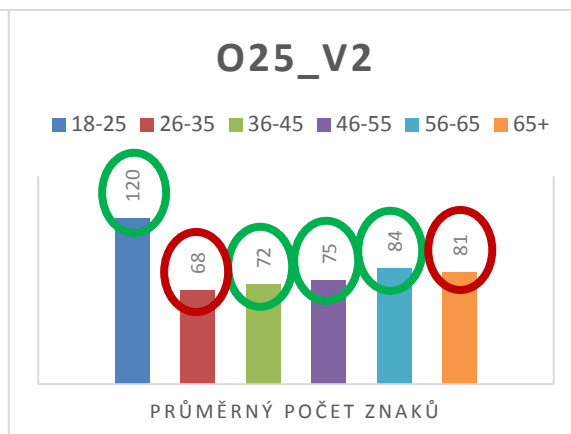


Graf č. 150

Graf č. 151

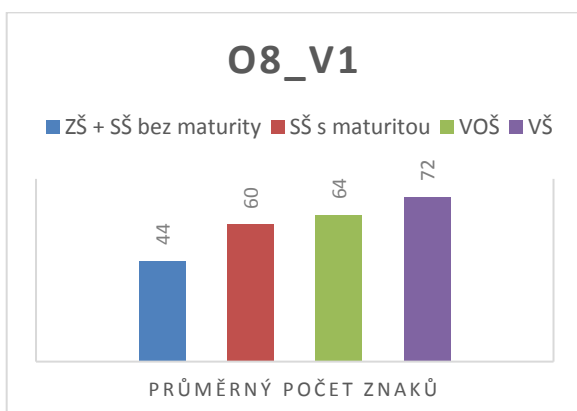


Graf č. 152

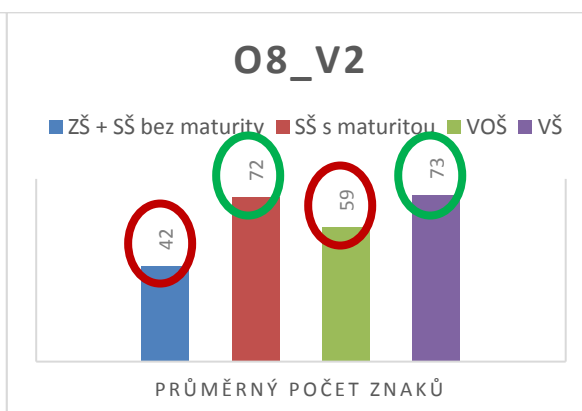


Graf č. 153

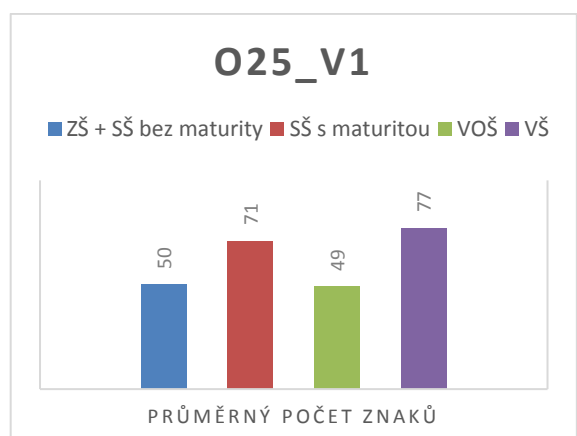
Co se týče vzdělanostních kategorií, zde můžeme potvrdit nárůst počtu znaků ve větším okně pouze u respondentů se středním vzděláním s maturitou. U ostatních vzdělanostních kategoriích není vliv prokazatelný.



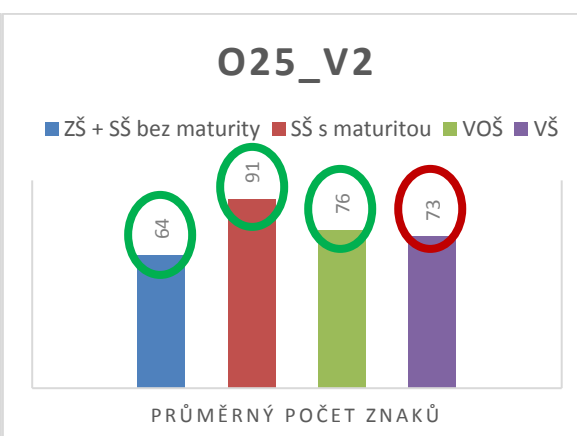
Graf č. 154



Graf č. 155



Graf č. 156



Graf č. 157

Výsledky můžeme tedy shrnout do tvrzení, že zvětšení okna s potenciálem vepsání delší odpovědi platí především pro ženy ve věku 36-65 let se středním vzděláním s maturitou.

Toto zjištění tím pádem částečně koresponduje se zjištěními ostatních autorů, například Dennise, deRouvray a Coupera (2000) nebo Smytha et al. (2009), kteří dokládají, že větší okno pro textovou odpověď má za následek napsání delší odpovědi. (Behr et al. 2014 525-6) Výsledky mého výzkumu jsou v souladu s autorem Denscombe (2008), který uvádí, že ženy poskytují na otevřené otázky delší odpovědi než muži. Denscombe také tvrdí, že lidé s vyšším vzděláním uvádějí delší odpovědi než lidé s nižším vzděláním. (Zuell, Menold 2015: 116) Toto zjištění ve svém výzkumu také potvrzují.

5.6 Grafická modifikace č. 6 = Škála seřazená vzestupně vs. sestupně

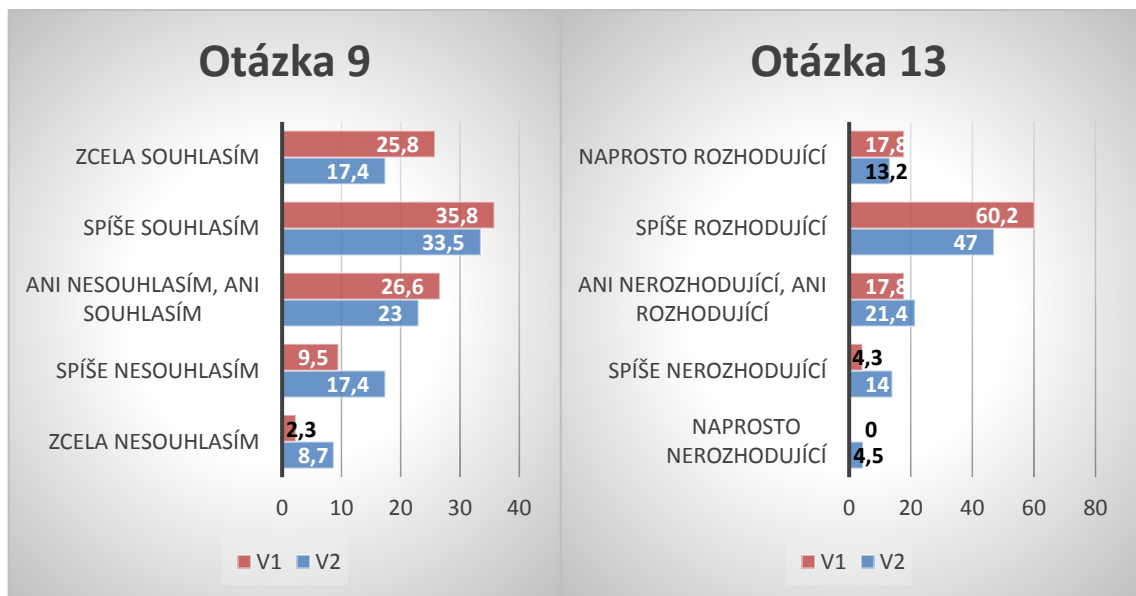
<p>13. * Do jaké míry je pro Vás při výběru dovolené rozhodujícím prvkem její cena?</p> <p><input type="radio"/> Naprosto rozhodující</p> <p><input type="radio"/> Spíše rozhodující</p> <p><input type="radio"/> Ani rozhodující, ani nerozhodující</p> <p><input type="radio"/> Spíše nerozhodující</p> <p><input type="radio"/> Naprosto nerozhodující</p>	<p>13. * Do jaké míry je pro Vás při výběru dovolené rozhodujícím prvkem její cena?</p> <p><input type="radio"/> Naprosto nerozhodující</p> <p><input type="radio"/> Spíše nerozhodující</p> <p><input type="radio"/> Ani nerozhodující, ani rozhodující</p> <p><input type="radio"/> Spíše rozhodující</p> <p><input type="radio"/> Naprosto rozhodující</p>
---	---

Obrázek č. 24

Obrázek č. 25

H6: Ve verzi 2 budou odpovědi respondentů více negativní než ve verzi 1.

Ve verzi 1 byla pětibodová škála seřazena vzestupně, u otázky 9 začínající možností „zcela souhlasím“ a u otázky 13 začínající možností „naprosto rozhodující“. V případě druhé verze dotazníku byla škála seřazena sestupně. V případě verze 2 a otázky č. 9 bylo větší zastoupení odpovědí na pozicích „zcela nesouhlasím“ a „spíše nesouhlasím“ než v případě verze 1. V případě otázky 13 tomu bylo také tak u odpovědí „naprosto nerozhodující“ a „spíše nerozhodující“. To znamená, že v případě, kdy byla škála seřazená sestupně, objevilo se u prvních dvou možností větší množství odpovědí než u stejných odpovědí v případě vzestupného seřazení. Ve verzi 1 byly naopak ve větší míře zastoupeny „pozitivní“ odpovědi. Z toho vyplývá, že pokud je škála formulovaná sestupně, stoupá množství negativních odpovědí, jelikož se nacházejí na začátku škály. To znamená, že formulovanou hypotézu nezamítáme.



Graf č. 158

Graf č. 159

Toto zjištění koresponduje se zjištěním autorů Tourangeau et al. (2013) a Toepoel et al. (2009), kteří také dospěli k výsledkům, že u škály začínající negativní odpovědi dochází ke snížení počtu pozitivních odpovědí.

Průměrná doba odpovídání na škály začínající negativní odpovědi byla 13,4 vteřin (otázka 9) a 11,1 vteřin (otázka 13). V případě škál začínajících pozitivní odpovědi byl čas odpovídání 11,6 vteřin (otázka 9) a 9,2 vteřin (otázka 13). U obou testovaných otázek byl tedy čas odpovídání na škálu začínající pozitivní odpovědi kratší o 1,8-1,9 vteřin. Toto zjištění se shoduje se zjištěním Christiana et al. (2009) a můžeme ho přisuzovat tomu, že pro respondenta je logickým a přirozenějším uspořádáním škály seřazení začínající kladnou možností, a proto mu v případě negativní možností jako první trvá zpracování otázky a určení odpovědi lehce delší dobu.

5.7 Grafická modifikace č. 7 = Odpovědi v jednom sloupci vs. ve dvou sloupcích

16. * Vyberte prosím druh ubytování, který v rámci svých dovolených nejčastěji využíváte.

- Hotel
- Apartmánový dům
- Hostel
- Motel
- Botel
- Penzion
- Karavan/obytný přívěs
- Chata
- Stan
- Loď
- Pronájem
- Jiná odpověď (napište)

Obrázek č. 28

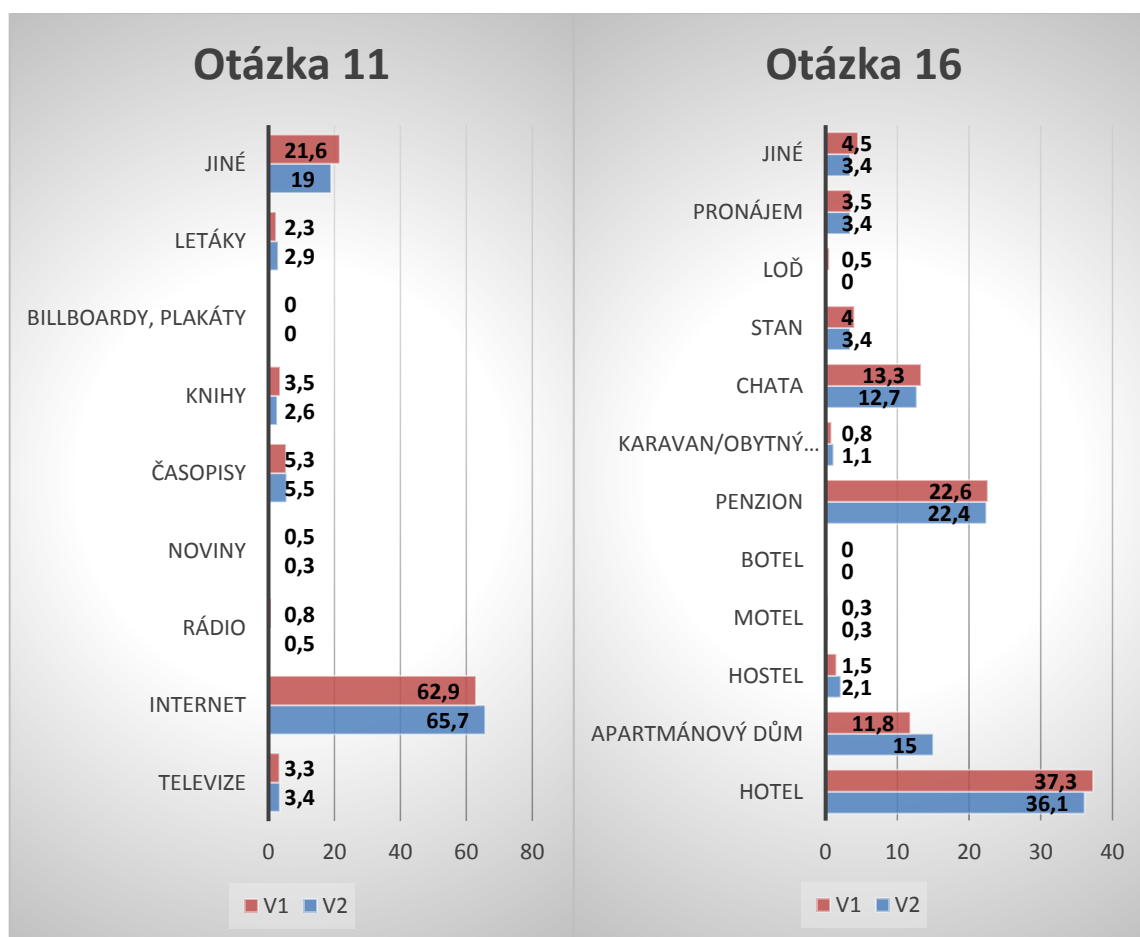
16. * Vyberte prosím druh ubytování, který v rámci svých dovolených nejčastěji využíváte.

<input type="radio"/> Hotel	<input type="radio"/> Karavan/obytný přívěs
<input type="radio"/> Apartmánový dům	<input type="radio"/> Chata
<input type="radio"/> Hostel	<input type="radio"/> Stan
<input type="radio"/> Motel	<input type="radio"/> Loď
<input type="radio"/> Botel	<input type="radio"/> Pronájem
<input type="radio"/> Penzion	<input type="radio"/> Jiná odpověď (napište)

Obrázek č. 29

H7: Ve verzi 1 budou častěji vybírány odpovědi na začátku než ve verzi 2.

Zobrazení možností odpovědí ve sloupci či ve dvou sloupcích nemá vliv na odpovídání respondentů. V rámci obou testovaných otázek se odpovědi respondentů ve verzi 1 a 2 nelišily, a to ani v rámci jednotlivých zkoumaných kategorií. Odpovědi byly naprosto jednoznačné, a to v rámci všech podskupin, tím pádem stanovenou hypotézu zamítáme.



Graf č. 160

Graf č. 161

Christian (2003) dospěl ke zjištění, že v případě zobrazení odpovědí pouze v jednom sloupci vybírají respondenti častěji první odpovědi než v případě verze se dvěma sloupci. Toto zjištění se v mém výzkumu nepotvrdilo.

Co se týče časové náročnosti otázky s možnostmi vyobrazenými v jednom sloupci či ve dvou, je srovnatelná. U jedenácté otázky byl čas odpovídání ve verzi 1 22,1 vteřin a ve verzi 2 25,8 vteřin, nicméně u otázky šestnácté byl průměrný čas v první verzi 18,1 vteřin a ve druhé verzi 18,5 vteřin, tím pádem tuto grafickou modifikaci nepovažujeme za produkující časové rozdíly v odpovídání.

5.8 Grafická modifikace č. 8 = Odpovědi ve sloupci vs. v řádku

12. * S jakým časovým předstihem obvykle začínáte plánovat svou dovolenou?

- Několik hodin předem
- Několik dní předem
- Několik týdnů předem
- Několik měsíců předem

Obrázek č. 30

12. * S jakým časovým předstihem obvykle začínáte plánovat svou dovolenou?

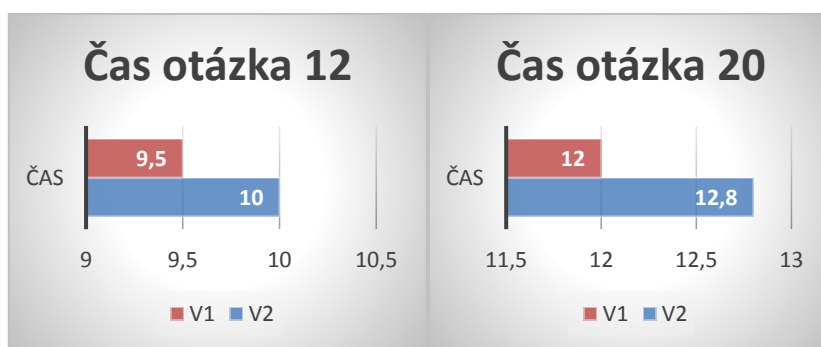
- Několik hodin předem
- Několik dní předem
- Několik týdnů předem
- Několik měsíců předem

Obrázek č. 31

H8: Odpověď ve verzi 1 bude trvat kratší dobu než odpověď ve verzi 2.

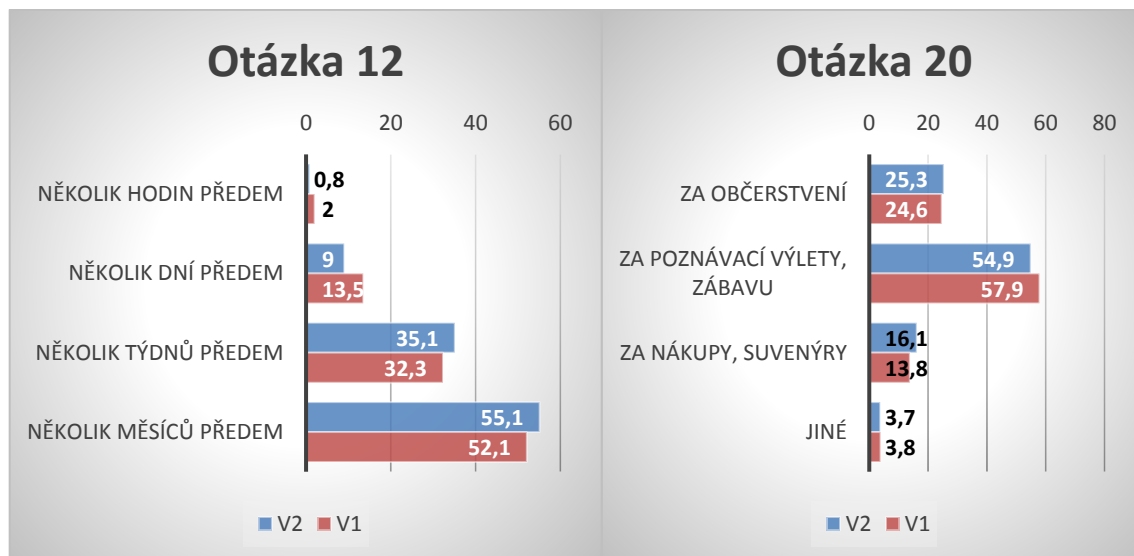
Odpovídání na otázku č. 12 s odpověďmi vyobrazenými ve sloupci pod sebou trvalo respondentům v průměru 9,5 vteřiny, zatímco s odpověďmi vyobrazenými v řádku vedle sebe 10 vteřin. Co se týče otázky 20, v případě verze 1 to bylo 12 vteřin, v případě verze 2 pak 12,8 vteřin. V rámci stanovené odchylky ± 1 vteřina to není významný rozdíl. V rámci jednotlivých sociodemografických charakteristik se však také neobjevily žádné výrazné rozdíly, z toho vyplývá, že stanovenou hypotézu nepotvrzujeme.

Pokud bychom přece jenom brali v úvahu, že odpovědi orientované ve sloupci mají tendenci vykazovat kratší čas odpovídání než odpovědi v řádku, přesto by tyto výsledky nekorespondovaly se zjištěními autorů Funke et al. (2011), kteří tvrdí, že odpovědi orientované vertikálně produkují delší čas než odpovědi orientované horizontálně. Ke stejnému zjištění dospěli také autoři Christian et al. (2009).



Graf č. 162

Graf č. 163



Graf č. 164

Graf č. 165

Má zjištění jsou naopak v souladu s tvrzením autorů Maloshonok a Terentev (2016), kteří na základě svého výzkumu dokládají zjištění, že zobrazení odpovědí ve sloupci či v řádku nemá za následek produkování rozdílů v odpovědích. Autoři také tvrdí, že toto zobrazení nemá za následek rozdíly v čase odpovídání respondentů. (Maloshonok, Terentev 2016)

5.9 Grafická modifikace č. 9 = Výběr navrženého rozmezí vs. vytvoření vlastního

19. * Kolik dní obvykle trvá Vaše dovolená?

- 1 - 2 dny
- 3 - 5 dní
- 6 - 9 dní
- 10 - 13 dní
- 14 a více dní

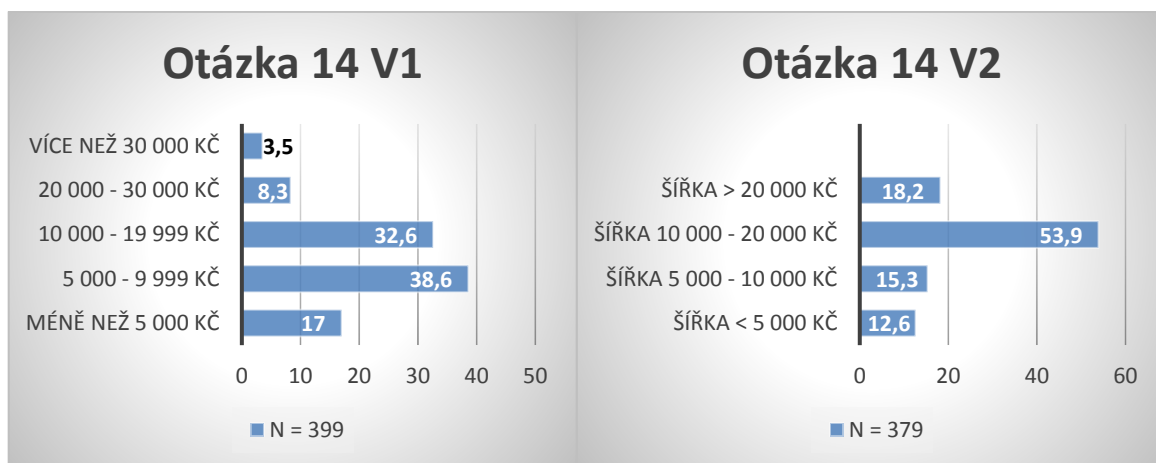
Obrázek č. 36

19. Kolik dní obvykle trvá Vaše dovolená?

A slider interface for question 19. The scale ranges from 0 to 14, with a label '14 a více' at the end. A green bar highlights the selected interval from 0 to 10. There are input boxes for the start (0) and end (10) values.

Obrázek č. 37

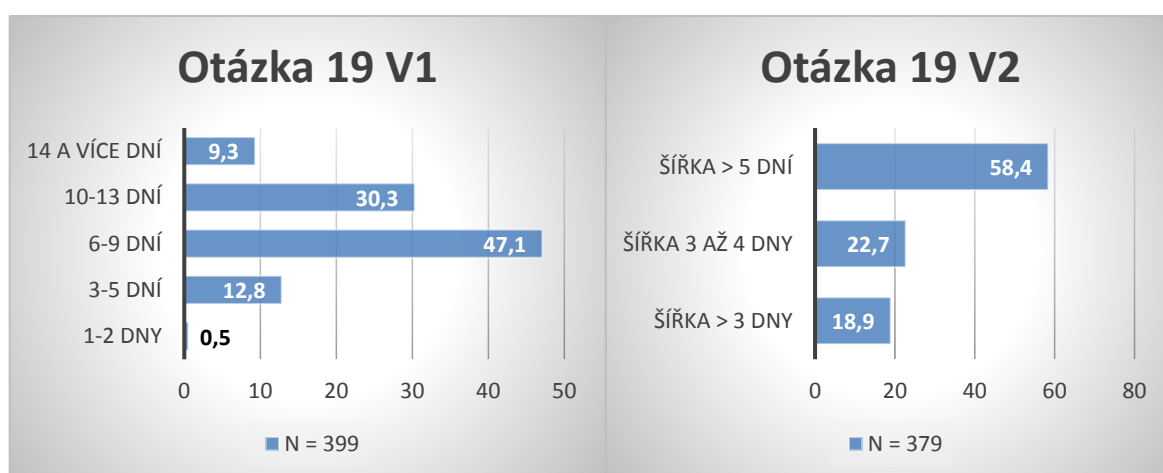
H9: Interval vytvořeného rozmezí ve verzi 2 bude širší než šířka navržených intervalů ve verzi 1.



Graf č. 166

Graf č. 167

V případě otázky 14 a verze 1, kdy měli respondenti vybírat z připravených rozmezí, bylo na výběr několik rozmezí, a to o rozpětí 5 000 Kč a 10 000 Kč. V případě verze 2 vytvářeli respondenti vlastní rozmezí pomocí posuvníku. Nejčastěji vytvářené rozmezí bylo rozmezí širší než 10 000 Kč a užší než 20 000 Kč. Průměrné rozpětí vytvářeného rozmezí bylo 12 500 Kč, tedy o 2 500 Kč širší rozmezí než to maximální, které bylo nabízeno ve verzi 1. V případě otázky 19 bylo v rámci verze 1 nabízeno rozmezí o maximální šířce 4 dny. Ve verzi 2 vytvářeli respondenti nejčastěji rozpětí, které bylo široké 5 a více dní. Průměrné rozpětí zadávané ve verzi 2 bylo o šířce 5,7 dne. Z toho vyplývá, že hypotézu nezamítáme, jelikož v případě vytvoření vlastního rozmezí utvářejí respondenti průměrně opravdu širší intervaly, než jsou nabízené intervaly v případě výběru z možností, a to obecně v rámci všech zkoumaných sociodemografických kategorií.



Graf č. 168

Graf č. 169

Autoři Funke et al. (2011) na základě svého výzkumu tvrdí, že slidery vykazují delší dobu

odpovídání než zaškrťovací formát. V mém výzkumu byla doba odpovědi na otázku 14 ve verzi 1 11,4 vteřin, ve verzi 2 pak 18,1 vteřin. V případě otázky 19 to bylo ve verzi 1 7,9 vteřin a ve verzi 2 pak 11,6 vteřin. Toto zjištění je tím pádem v souladu se zjištěním autorů Funke et al. (2011). Ti dále tvrdí, že delší doba odpovídání na otázku ve formátu slideru nijak nesouvisela se vzděláním respondenta a týkala se tak slideru obecně. V rámci mého výzkumu byla doba odpovídání respondentů s nejnižším vzděláním u otázky 14 delší v případě otázky ve formátu slideru, a to přibližně o 2 vteřiny delší, než byla průměrná doba odpovídání a také než byla průměrná doba odpovídání respondentů ostatních vzdělanostních kategorií. U otázky 19 se však tato tendence nepotvrdila, zde byla průměrná doba u otázky ve formátu slideru v rámci všech vzdělanostních kategorií vyrovnaná. Pouze u nejstarší věkové kategorie byla doba odpovídání na otázku ve formátu slideru výrazně delší ve srovnání s průměrnou dobou odpovídání ostatních věkových kategorií. U zaškrťovací otázky trvala odpověď nejstarším respondentům také déle, nicméně v případě slideru byl tento rozdíl ještě markantnější, tzn. přibližně o 5 vteřin delší než průměrný čas.

5.10 Grafická modifikace č. 10 = Odpověď na každý výrok vs. zaškrtnutí jen souhlasných

22. * U následujících výroků vždy zaškrtněte, zda s nimi spíše souhlasíte, či nesouhlasíte:

	* Zaškrtněte
Dávám přednost vysokému komfortu při cestování.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne
Dávám přednost nízkým nákladům za dopravu.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne
Dávám přednost vysokému komfortu při ubytování.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne
Dávám přednost nízkým nákladům za ubytování.	<input type="radio"/> Ano <input type="radio"/> Ne

Obrázek č. 40

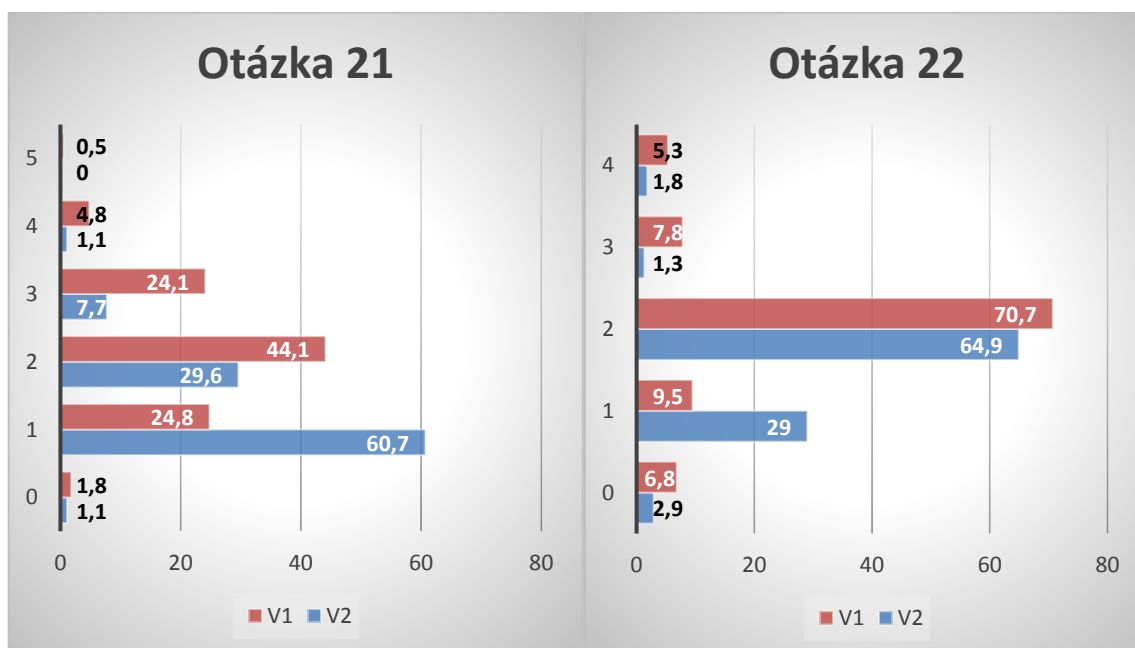
22. * U následujících výroků zaškrtněte pouze ty, se kterými souhlasíte:

<input type="checkbox"/> Dávám přednost vysokému komfortu při cestování
<input type="checkbox"/> Dávám přednost nízkým nákladům za dopravu
<input type="checkbox"/> Dávám přednost vysokému komfortu při ubytování
<input type="checkbox"/> Dávám přednost nízkým nákladům za ubytování

Obrázek č. 41

H10: Ve verzi 1 bude více souhlasných odpovědí než ve verzi 2.

V případě obou otázek je ve verzi 1 větší počet souhlasných odpovědí než ve verzi 2. V případě otázky č. 21 souhlasilo se 3, 4 nebo 5 výroky ve verzi 1 29 % respondentů, zatímco ve verzi 2 pouze 9 %. V případě otázky 22 souhlasilo se 3 nebo 4 výroky ve verzi 1 13 % respondentů, zatímco ve verzi 2 pouze 3 %. Z tohoto můžeme vyvodit jasný závěr, že v případě nucené odpovědi na každý výrok je počet souhlasných výroků vyšší než v případě zaškrtnutí pouze souhlasných výroků. Tím pádem hypotézu nezamítáme. Tuto tendenci je možno zpozorovat v rámci všech zkoumaných sociodemografických skupin.



Graf č. 170

Graf č. 171

Výsledky jsou v souladu se zjištěními autorů Stern et al. a Smyth et al. (2006), kteří dokládají, že v případě vybírání ano x ne u každého výroku zvláště dochází ke větší míře kladných odpovědí než v případě vybírání pouze těch výroků, se kterými respondent

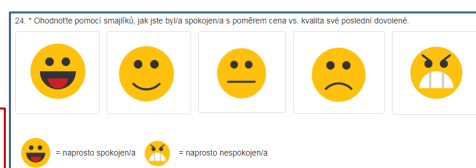
souhlasí. Autoři dále uvádějí, že v případě posuzování každého výroku zvlášť byla doba odpovídání delší. (Stern et al. 2007: 126-7) Odpovídání na otázku 21 trvalo respondentům ve verzi 1 v průměru 32,8 vteřin, ve verzi 2 pak 19,8 vteřin. U otázky 22 to bylo ve verzi 1 průměrně 26,4 vteřin a ve verzi 2 průměrně 21,9 vteřin. Z toho můžeme usuzovat, že doba odpovídání měla v případě posuzování každého výroku zvlášť opravdu tendenci být delší než v případě zaškrtování pouze souhlasných výroků.

5.11 Grafická modifikace č. 11 = Hodnocení pomocí čísel vs. pomocí smajlíků

24. * Ohodnotte na stupnici 1 až 5, jak jste byl/a spokojen/a s poměrem cena vs. kvalitou své poslední dovolené, přičemž 1 = naprosto spokojen/a a 5 = naprosto nespokojen/a.

1 2 3 4 5

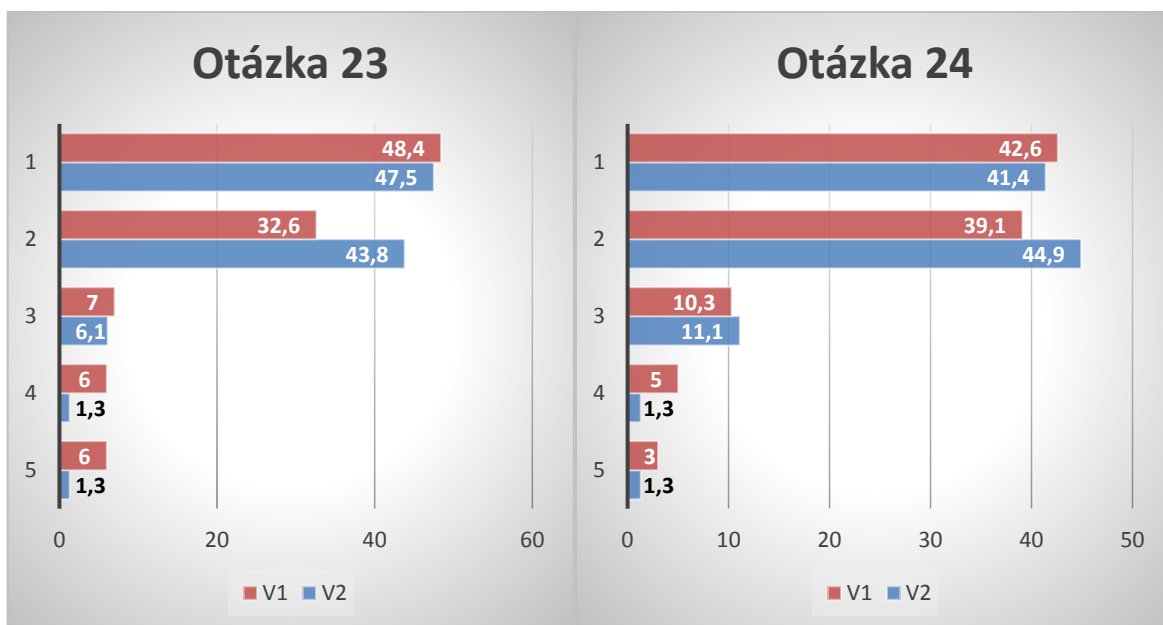
Obrázek č. 44



Obrázek č. 45

H11: Ve verzi 1 budou odpovědi respondentů více negativní než ve verzi 2.

V případě otázky č. 23 je procento respondentů, kteří ve verzi 1 vybrali hodnotu 1 a 2, 81 %. V případě verze 2 je to 91 %. Naopak hodnoty 4 a 5 vybíralo ve verzi 1 12 % respondentů, ve verzi 2 potom 3 % respondentů. V případě otázky č. 24 vybíralo ve verzi 1 první dvě hodnoty 82 % respondentů, zatímco ve verzi 2 to bylo 86 %. Dvě poslední hodnoty vybíralo ve verzi 1 8 % respondentů a ve verzi 2 to byla opět 3 %. Tato tendence je aplikovatelná i na všechny sociodemografické skupiny. V rámci všech zkoumaných kategorií je ve verzi 1 vybírána hodnota 5 ve větší míře než smajlík č. 5. Z tohoto můžeme vyvodit, že v případě číselné škály mají odpovědi respondentů tendenci být více negativní než v případě smajlíkové škály, a formulovanou hypotézu tím pádem nezamítáme.



Graf č. 172

Graf č. 173

Autoři Stange et al. (2016) uvádí zjištění, že pozornost věnovaná otázce, která obsahuje smajlíky, je kratší než v případě otázky obsahující samotný text. U otázky 23 byl čas odpovídání ve verzi 1 v průměru 11,9 vteřin a ve verzi 2 taktéž 11,9 vteřin. U otázky 24 to bylo ve verzi 1 10,2 vteřin a v případě verze 2 to bylo průměrně 10 vteřin. Z toho můžeme vyvodit závěr, že časová náročnost na otázku bez smajlíků a se smajlíky se mezi sebou nijak neliší, tím pádem se tento výsledek neshoduje s výsledkem autorů Stange et al. (2016).

Dále však Stange et al. (2016) tvrdí, že odpovědi respondentů na otázky se smajlíky a bez smajlíků se nelišily. K totožnému zjištění jsem však v rámci svého výzkumu nedošla.

6 Shrnutí

Ve druhé kapitole byly formulovány následující tři výzkumné otázky:

- 1) **Produkují různé grafické modifikace možností odpovědí v online dotazníku rozdíly v odpovědích respondentů?**
- 2) **Produkují různé grafické modifikace možností odpovědí v online dotazníku rozdíly v čase, který respondenti stráví zodpovídáním otázek?**
- 3) **Pokud ano, lze tyto rozdíly definovat v souvislosti se sociodemografickými charakteristikami respondentů?**

V rámci detailní analýzy bylo zjištěno, že různé grafické modifikace možností odpovědí v online dotazníku **produkují** rozdíly v odpovědích respondentů i v časech odpovídání. Konkrétně jsem došla k těmto závěrům:

- Použití formátu zaškrtnutí versus vypsání odpovědi neprodukuje rozdíly v odpovědích
- Použití škály s popsány všemi body versus s popsány jen krajními produkuje rozdíly v odpovědích; v případě popsáných pouze krajních bodů škály jsou tyto body vybírány ve větší míře než v případě popsáných všech bodů škály; v případě popsáných všech bodů škály jsou odpovědi žen ve věku 18-35 let s VOŠ nebo VŠ vzděláním zastoupeny ve větší míře v první polovině škály než v případě označených pouze krajních bodů škály
- Použití posuvníku s textem versus posuvníku s textem a obrázky neprodukuje jednoznačné rozdíly v odpovědích
- Použití formátu přetahování odpovědí versus přiřazování čísel produkuje rozdíly v čase odpovídání; formát přetahování vykazuje kratší dobu odpovídání
- Použití menšího versus většího okna pro textovou odpověď produkuje rozdíly v odpovědích; potenciál napsání delší odpovědi v případě většího okna mají především ženy ve věku 36-65 let se středním vzděláním s maturitou
- Použití formátu vzestupně versus sestupně seřazené škály produkuje rozdíly v odpovědích; škála seřazená sestupně produkuje ve větší míře negativní odpovědi než škála seřazená vzestupně; odpověď na sestupně seřazenou škálu trvá delší dobu než na škálu seřazenou vzestupně

- Použití formátu odpovědí v jednom versus ve dvou sloupcích neprodukuje rozdíly v odpovědích ani v čase
- Použití formátu odpovědí ve sloupci versus v řádku neprodukuje rozdíly v odpovědích ani v čase
- Použití formátu zaškrťování daných rozmezí versus vytváření rozmezí pomocí slideru produkuje rozdíly v odpovědích; pomocí slideru vytvářeli respondenti širší rozmezí, než byla rozmezí nabízená v první verzi; nejstarším respondentům trvalo použití slideru výrazně delší dobu než ostatním a než použití zaškrťovacího formátu
- Použití formátu odpovědi na každý výrok versus odpovědi jen v případě souhlasu produkuje rozdíly v odpovědích i v čase; formát nucené odpovědi na každý výrok vykazuje vyšší míru souhlasných výroků a také delší dobu odpovídání než formát zaškrťování pouze souhlasných výroků
- Použití formátu hodnocení pomocí čísel versus pomocí smajlíků produkuje rozdíly v odpovědích; v případě hodnocení pomocí čísel vybírali respondenti ve větší míře nejhorší hodnocení než v případě hodnocení pomocí smajlíků

Závěr

Ve své diplomové práci jsem se věnovala problematice vlivu grafických modifikací možností odpovědí u otázek v online dotazníku na odpovídání respondentů. Metoda sběru dat pomocí online dotazníku nabízí několik výhod oproti tradičním metodám sběru dat, poskytuje především obohacení v podobě možnosti využití různých designových prvků a grafických úprav. Při konstrukci online dotazníku je právě grafické formátování jednotlivých otázek důležitým prvkem, kterému je potřeba věnovat zvýšenou pozornost, jelikož i zdánlivě jemné grafické rozdíly v možnostech odpovědí mohou značně ovlivňovat respondentovo vnímání otázky a tím pádem i způsob jeho odpovídání.

Cílem této práce bylo prostřednictvím dvou verzí online dotazníku porovnat rozdíly v odpovědích respondentů u celkem 11 typů grafických modifikací možností odpovědí. Bylo snahou najít odpovědi na tyto výzkumné otázky: 1) Produkují různé grafické modifikace možností odpovědí v online dotazníku rozdíly v odpovědích respondentů? 2) Produkují různé grafické modifikace možností odpovědí v online dotazníku rozdíly v čase, který respondenti stráví zodpovídáním otázek? 3) Pokud ano, lze tyto rozdíly definovat v souvislosti se sociodemografickými charakteristikami respondentů?

Jednalo se tedy o kvantitativní výzkum, přičemž sběr dat proběhl metodou CAWI. Velikost vzorku respondentů v rámci první verze dotazníku byla 399 respondentů a v rámci druhé verze 379 respondentů. Pro analýzu byli respondenti rozděleni dle sociodemografických charakteristik do šesti věkových kategorií a do čtyř vzdělanostních kategorií. V rámci obou vzorků bylo zastoupení jednotlivých kategorií vyvážené, proto byly oba vzorky vhodné ke srovnání.

Z mého výzkumu vyplývá, že grafické modifikace možností odpovědí v online dotazníku produkují rozdíly v odpovědích respondentů. V rámci stanovených hypotéz u jednotlivých modifikací byly některé hypotézy potvrzeny, některé nikoliv. Z celkem jedenácti formulovaných hypotéz bylo 7 hypotéz potvrzeno a 4 hypotézy nepotvrzeny. Jednou z nepotvrzených hypotéz a zároveň překvapivým zjištěním bylo, že v případě srovnání formátu zaškrťování versus vypisování odpovědí respondenti využili v obou případech plného počtu možností odpovědí, tím pádem i v případě vypisování odpovědí uváděli

nejčastěji stejný počet odpovědí jako v případě jejich zaškrtování, nikoliv počet nižší, jak bylo předpokládáno. Některé grafické modifikace ovlivňují při odpovídání více ženy než muže, a to například v případě použití škály s označenými všemi body versus škály s označenými pouze těmi krajními. U škály s označenými všemi body mají totiž ženy větší tendenci umístit svou odpověď do první poloviny škály než v případě škály s označenými pouze body krajními.

Analýza použití některých grafických modifikací nedopadla jednoznačně, jelikož získané hodnoty v rámci první dvojice testovaných otázek se neshodovaly s hodnotami získanými v rámci druhé dvojice testovaných otázek. Například srovnání použití posuvníku s textovými popisky na krajích a posuvníku doplněného o obrázky. Předpokladem bylo, že v případě verze bez obrázku se budou odpovědi respondentů vyskytovat ve větší míře na středu posuvníku než v případě verze s obrázky. U první dvojice testovaných otázek se tato tendence potvrdila, v případě druhé dvojice otázek byl rozdíl již minimální, a proto nemůžeme formulovat jednoznačný závěr plynoucí z použití této grafické modifikace.

Výhodou této práce je skutečnost, že se zabývala poměrně vysokým počtem grafických modifikací v rámci jednoho výzkumu a jednoho vzorku respondentů, nicméně pro jednoznačnou identifikaci vlivu nebyly v některých případech dvě dvojice otázek testující jednu modifikaci shledány jako dostatečný počet. Na závěr mohu říci, že má práce naplnila stanovené cíle, na základě analýzy byla potvrzena či doplněna některá předchozí zjištění autorů zabývajících se totožnou problematikou, některá však ne v plném rozsahu. Vzhledem k již zmíněné nejednoznačnosti některých výsledků analýzy tak doporučuji provést navazující výzkum, který by přispěl k jejich objasnění.

Summary

My thesis has dealt with the issue of the influence of graphical format of response options in online questionnaire on respondents' answering process. Online questionnaire as a method of data collection has several advantages in comparison to traditional data collection methods. For example, it offers a possibility of many visual modifications. The graphical modification of questions is an important part of constructing of an online questionnaire – it needs to be treated with caution, because even small differences in response options format can significantly influence respondents' perception of the questions and therefore also their answers.

The main goal of this thesis was to compare distinctions in respondents' answers in 11 types of response options modifications. The comparison was done with the help of two versions of online questionnaire. There were three research questions in the thesis: 1) Are there any differences in answers caused by these graphical modifications? 2) Are there any differences in response times caused by these graphical modifications? 3) If so, can we specify these differences with focus on the sociodemographic characteristics of the respondents?

The type of conducted research was a quantitative one and the data collection method was CAWI. The number of respondents in the first version of questionnaire was 399 and in the second one it was 379 respondents. All of them were divided by their sociodemographic characteristics into six age groups and four groups by the level of education. Both samples were well balanced regarding these categories, therefore they were suitable to be compared.

Based on the research, we can say that graphical modification of response options in online questionnaires do produce differences in respondents' answers. From the number of 11 stated hypotheses, 7 of them were confirmed and 4 of them were not. One of the rejected hypotheses considered the format of check boxes versus writing the answers into text boxes. It was expected from the respondents to write less responses into text boxes than to do via check boxes. However, in both formats respondents answered with a maximum number of allowed answers. Some of the graphical modifications influenced more women than men, for example the use of a fully labeled scale versus scale with only polar points labeled. In the case of a fully labeled scale, women placed their answers more in the first half of the

scale than in the case of a scale with only polar points labeled.

The analysis wasn't clear in some cases, because the findings from the first pair of tested questions didn't match the findings from the second pair of tested questions. The example is a slider labeled only with text versus slider labeled with text and complemented also with pictures. It was assumed that respondents will place their answers more in the middle of the slider in the case without pictures than in the case with pictures. The first tested pair of questions supported this hypothesis, but the second one did not, therefore we cannot formulate a clear conclusion regarding the use of this modification.

The main advantage of this thesis is that it has dealt with a great deal of graphical modifications within one research and one sample. However, the number of two pairs of questions testing one type of modification wasn't sometimes enough for a clear identification of the influence of the modification. In conclusion, I can say that my thesis fulfilled the stated goals. Based on the analysis, some of the previous findings done by authors focusing on the same issue were confirmed or complemented, but some of them unfortunately not in a full scope. Considering this ambiguity of some of the findings I suggest to conduct a follow-up research that would contribute to their clarification.

Použitá literatura

BARBULESCU, M., CERNAT, A. 2012. The Impact of Pictures on Best-Worst Scaling in Web Surveys. *International Review of Social Research*, 2 (3), 79-92.

BEHR, Dorothée, Wolfgang BANDILLA, Lars KACZMIREK a Michael BRAUN. 2014. Cognitive Probes in Web Surveys. *Social Science Computer Review*, 32(4), 524-533.

BUSKIRK, T.D., SAUNDERS, T., MICHAUD, J. 2015. Are Sliders Too Slick for Surveys? An Experiment Comparing Slider and Radio Button Scales for Smartphone, Tablet and Computer Based Surveys. *Methods, Data, Analyses*, 9(2), 229-260.

COUPER, M. P., M. W. TRAUGOTT a M. J. LAMIAS. 2001. Web Survey Design and Administration. *Public Opinion Quarterly*, 65(2), 230-253.

COUPER, M.P. 2000. Web Surveys. A Review of Issues and Approaches. *Public Opinion Quarterly*, 64 (4), 464-94.

FAN, Weimiao a Zheng YAN. 2010. Factors affecting response rates of the web survey: A systematic review. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 132-139.

FUNKE, Frederik, Ulf-Dietrich REIPS a Randall K. THOMAS. 2011. Sliders for the Smart: Type of Rating Scale on the Web Interacts With Educational Level. *Social Science Computer Review*, 29(2), 221-231.

GANASSALI, S. 2008. The Influence of the Design of Web Survey Questionnaires on the Quality of Responses. *Survey Research Methods*, 2(1), 21-32.

CHRISTIAN, L.M. 2003. The Influence of Visual Layout on Scalar Questions in Web Surveys. Unpublished Master's Thesis. 1-60.

CHRISTIAN, Leah Melani, Nicholas L. PARSONS a Don A. DILLMAN. 2009. Designing Scalar Questions for Web Surveys. *Sociological Methods & Research*, 37(3), 393-425.

MALHOTRA, N. 2009 Completion Time and Response Order Effects in Web Surveys. *Public Opinion Quarterly*, 72(5), 914-934.

MALOSHONOK, N., TERENCEV, E. & LE BIGOT, L., 2016. The impact of visual design and response formats on data quality in a web survey of MOOC students. *Computers in Human Behavior*, 62(1), pp.506-515.

Project SurveyJS: Open-Source JavaScript & Web API Survey Management, 2018 [online]. [cit. 25.12.2017]. Dostupné z: <https://surveyjs.io/>

Redline, C. & Dillman, D. A. 2002. The influence of alternative visual designs on respondents' performance with branching instructions in self-administered questionnaires. In R. Groves, D. Dillman, J. Eltinge, & R. Little (Eds.), *Survey Nonresponse* (pp. 179–195). New York: John Wiley & Sons, Inc.

SCHWARZ, N., KNÄUPER, B., HIPPLER, H.-J., NOELLE-NEUMANN, E., and CLARK, L. 1991. Rating Scales: Numeric Values May Change the Meaning of Scale Labels. *Public Opinion Quarterly*, 55, 570–582.

SCHWARZ, Norbert. 1995. What Respondents Learn from Questionnaires: The Survey Interview and the Logic of Conversation. *International Statistical Review / Revue Internationale de Statistique*, 63(2), 153-168.

SEO, Songwon. 2006. A Review and Comparison of Methods for Detecting Outliers in Univariate Data Sets. Master's Thesis, University of Pittsburgh.

STANGE, M., A. BARRY, J. SMYTH a K. OLSON. 2016. Effects of Smiley Face Scales on Visual Processing of Satisfaction Questions in Web Surveys. *Social Science Computer Review*.

STERN, M.J., DILLMAN, D.A. & SMYTH, J.D., 2007. Visual Design, Order Effects, and Respondent Characteristics in a Self-Administered Survey. *Survey Research Methods*, 1(3), pp.121-138.

TOEPOEL, Vera a Arthur H. O. VAN SOEST. 2009. Design of Web Questionnaires: The Effect of Layout in Rating Scales. *Journal of Official Statistics*, 25(4), 509-528.

TOURANGEAU, R., COUPER, M.P., and CONRAD, F. 2007. Color, Labels, and Interpretive Heuristics for Response Scales. *Public Opinion Quarterly*, 71, 91–112.

TOURANGEAU, Roger, Mick P. COUPER a Frederick G. CONRAD. 2013. „Up Means Good”. *Public Opinion Quarterly*, 77(S1), 69-88.

ZUELL, Cornelia, Natalja MENOLD a Sabine KÖRBER. 2015. The Influence of the Answer Box Size on Item Nonresponse to Open-Ended Questions in a Web Survey. *Social Science Computer Review*, 33(1), 115-122.

Teze Diplomové práce

INSTITUT SOCIOLOGICKÝCH STUDIÍ FSV UK PROJEKT DIPLOMOVÉ PRÁCE
--

Řešitelka práce: Bc. Petra Terchová

Vedoucí práce: Ing. Mgr. Jiří Remr, Ph.D., MBA

Předpokládaný název práce v češtině: Vliv různého grafického ztvárnění otázek v online dotazníku na odpovědi respondentů

Předpokládaný název práce v angličtině: How the graphic format of web survey questions influences the answers

Klíčová slova v češtině: online dotazník, vizuální podoba, grafické ztvárnění otázek

Klíčová slova v angličtině: online questionnaire, visual appearance, graphic format of the questions

Teoretická východiska:

Při vstupu na jakoukoliv webovou stránku je kromě její praktické funkce, která zajišťuje použitelnost a správné fungování stránky, důležité také vizuální zpracování stránky, které musí návštěvníka zaujmout. Pro uživatele je první dojem při vstupu na stránku zásadní, neboť právě ten výrazně ovlivní, zda na stránce návštěvník nadále setrvá, či ji opustí. (Tuch et al. 2009: 703) Uživatel je prý schopen si první dojem vytvořit již v 50 milisekundách. (Bonnardel et al. 2011: 69) Výsledky výzkumů dokazují, že při hodnocení dotazníků s totožným obsahem, avšak s rozdílným vizuálním zpracováním, je dotazník s příjemnější estetickou úpravou vnímán jako více důvěryhodný. (Robins et al. 2008: 386)

Do oblasti práce výzkumníků tady spadá také problematika vizuálního designu online dotazníků a zkoumání toho, jak vizuální jazyk ovlivňuje proces odpovídání respondentů. Dillman (2007) hovoří celkem o čtyřech složkách tohoto jazyka, pomocí nichž dotazník „komunikuje“ s respondenty. Mezi tyto komunikační složky patří jazyk verbální (text), numerický (čísla v kategoriích odpovědí), symbolický (šipky,...) a grafický, přičemž ten grafický Dillman definuje jako vizuální prvky, a to například velikost, tvar, barva, umístění a podobně. (Toepoel et al. 2009: 510, Stern et al. 2007: 122)

Tourangeau v roce 1984 představil čtyři hlavní kognitivní kroky, kterými respondent prochází při zodpovídání otázek. Tyto kroky zahrnují 1) porozumění otázce a přiřazení

významu, 2) vyhledání relevantních vzpomínek a informací v paměti, 3) vytváření nejvhodnější odpovědi, a 4) zodpovězení otázky. Tento model byl původně navržen pro interview a Redline a Dillman (2002) ho rozšířili o další krok v souvislosti se samovyplňovacími výzkumy. Tento přídatný krok předchází již vyjmenovaným čtyřem krokům a jedná se o fázi vnímání (perception). V průběhu této fáze respondent vstřebává vizuální podněty, ze kterých se skládá výzkumný nástroj. (Stern et al. 2007: 121) Jenkins a Dillman (1997) definují vnímání jako složitý proces, při němž není důležité pouze to, že respondent vidí určitý vnější stimul, ale záleží zejména na tom, jaká má respondent očekávání či znalosti ohledně tohoto stimulu. (Redline, Dillman 2002) Redline a Dillman hovoří o důležitosti vnímání v souvislosti s používáním filtračních otázek. U těch je totiž velmi důležité, aby respondent filtr nepřehlédnul, což by následně vedlo k chybným datům. Jedním z důvodů, proč respondent filtr v otázce přehlédne, může být to, že jeho pozornost je příliš zaměstnána samotnou otázkou a výběrem odpovědi na úkor instrukcí právě ohledně filtru, nebo je respondent ponořen do setrvačnosti v zodpovídání jedné otázky za druhou, že si filtru v této stereotypní činnosti jednoduše nevšimne. Při konstrukci dotazníku se těmto jevům snažíme zabránit, a to například zavedením nějaké obměny, která upoutá respondentovu pozornost. Nedůkladné promyšlení těchto změn však může mít za následek opak kýženého efektu. (Redline, Dillman 2002)

Percepce jednotlivých otázek a odpovědí či to, jak je dotazník vnímán jako celek, je důležitý jev, na který musíme při konstruování dotazníku myslet. Pokud při jeho sestavování nejsme důkladní a nevezmeme v potaz všechny okolnosti, které mohou respondentovo uvažování nějak ovlivňovat, zbytečně přicházíme o validní odpovědi, neboť i jemné rozdíly v grafickém zpracování otázky mohou vést k jiným odpovědím.

Příklady vlivu grafického ztvárnění otázek na odpovědi respondentů

Důležitým rozhodnutím ohledně celkové vizuální podoby online dotazníku je to, zda budou všechny otázky vyobrazené pohromadě na jedné stránce, či budou samostatně na několika stránkách. V případě první volby se může respondent podívat, která otázka následuje, na stránce se musí posouvat kolečkem myši či posuvníkem a snadno se tak stane, že některou otázku omylem přeskóčí. Dotazník může být také sestaven kombinací obou těchto způsobů. (Peytchev et al. 2006: 597) Toto rozhodnutí se může často pojit například s použitím baterií otázek. Jejich použitím v online dotazníku se jako první zabýval Jeavons (1998) a vyhodnotil

je jako problémové. Následně se tento druh otázek stal častým předmětem zkoumání, a to za účelem nalezení takového způsobu použití baterie otázek, který by měl za následek co nejvyšší míru návratnosti u dané otázky. Jeden ze způsobů použití baterie otázek v online dotazníku je zobrazení všech položek baterie pohromadě a na jedné stránce. Druhým způsobem je pak jednotlivé položky baterie rozdělit a každou z nich zobrazit jako samostatnou otázku na samostatné stránce. Couper, Traugott a Lamias (2001) srovnávali použití baterie o pěti položkách a baterie o jedenácti položkách, přičemž u obou z nich zpracovali „jednostránkovou“ i „vícestránkovou“ variantu. Zjistili, že u baterií zobrazených na jedné stránce byl nejen lehce kratší čas odpovídání, ale zejména výrazně nižší míra chybějících dat. Toureangeau, Couper a Condrad (2004) podobně experimentovali s baterií o osmi položkách. Zde se opět potvrdil kratší čas při odpovídání na baterii otázek zobrazenou pohromadě na jedné stránce. Autoři však také zjistili, že respondenti, kteří odpovídali na baterii otázek vyobrazenou na jedné stránce, měli tendenci vybírat totožné možnosti pro všechny položky baterie. Galešic et al. (2007) ve svém výzkumu testoval, zda má na chybějící data vliv to, že se u každého řádku baterie změní pozadí po tom, co respondent vybere odpověď. Zjistil, že verze se zabarvováním řádků oproti té obvyčejné výrazně snižuje chybějící data. (Couper et al. 2013: 323-5)

Nejčastěji používaným nástrojem u internetových výzkumů je podle autorky Toepoel et al. zřejmě ordinální škála. Tu můžeme sestavit několika různými způsoby, jež mají následně také různý vliv na odpovědi respondentů. Vliv na odpovědi respondentů má zejména verbální orientace škály, to znamená, zda jsou možnosti odpovědí sestaveny vzestupně či sestupně. Respondent totiž vnímá, jak jsou jednotlivé popisky odpovědí seřazeny, a podle toho reaguje. (Toepoel et al. 2009: 509-10) Dále může mít škála popsanou každou kategorií odpovědi, či pouze ty krajní. (Toepoel et al. 2009: 509) Friedman a Friedman (1994) také tvrdí, že rozdíly v odpovědích mohou být vyvolány horizontálním či vertikálním uspořádáním totožné škály. (Toepoel et al. 2009: 511) Tourangeau et al. (2013) poukazuje na zjištění, že při seřazení škály od negativních k pozitivním odpovědím dochází k výraznému poklesu počtu pozitivních odpovědí. Stern et al. (2007) také tvrdí, že u takto seřazených škál mají respondenti tendenci vybírat variantu „nevím“. Christian et al. (2009) dospěl ke zjištění, že pokud škála začíná pozitivní odpovědí, respondenti odpovídají v kratším čase. (Maloshonok et al. 2016: 507)

Tourangeau et al. (2004, 2007) tvrdí, že respondenti používají několik vizuálních technik, pomocí nichž si interpretují otázku. Například prostřední možnost respondenti vnímají jako nejtýpější. Očekávají také, že kategorie odpovědí jsou předkládány v určitém logickém pořadí. Při vertikálně orientovaném setu odpovědí vidí horní volbu jako tu nejuhodnější, při horizontálně orientovaných odpovědí vnímají jako tu nejvíce žádoucí volbu na levém kraji. Krosnick a Alwin (1987) hovoří o primacy efektu, kdy jsou nejčastěji vybíranými odpověďmi ty na začátku seznamu, a naopak o recency efektu, kdy jsou nejčastěji vybíranými položkami ty blíže ke konci. (Toepoel et al. 2009: 510) Vizuálně podobné možnosti jsou respondenty vnímány jako podobné také významově. Výzkumy také dokazují, že s umístěním většího okna pro vepsání odpovědi na otevřenou otázku se také pojí větší pravděpodobnost pro získání delší odpovědi. (Maloshonok et al. 2016: 506-7)

Cíl výzkumu

Cílem výzkumné části práce bude pomocí dvou verzí online dotazníku, jež se budou lišit v grafickém zpracování otázek, zjistit, zda a případně jaký vliv mají jednotlivé prvky grafické úpravy otázek na odpovědi respondentů. Snahou bude následně nalézt a definovat určitý vzorec odpovídání vyplývající z reakcí respondentů na odlišně graficky zpracované otázky.

Výzkumné otázky

Má odlišné grafické zpracování otázek vliv na odpovědi respondentů?

Pokud ano, lze na základě odpovědí respondentů definovat tento vliv v souvislosti s jednotlivými grafickými úpravami?

Sběr dat a metodologie

Předpokládané zpracování výzkumné části diplomové práce je takové, že budou vytvořeny dvě verze dotazníku lišící se právě v grafickém zpracování jednotlivých otázek. Tyto dvě verze budou následně rozesílány respondentům prostřednictvím internetu. Kontakty na respondenty získám prostřednictvím svých rodinných příslušníků a známých, kteří mi zprostředkují kontakty na další potenciální respondenty. Takto utvořené síti kontaktů bude následně odeslán odkaz s žádostí o vyplnění online dotazníku. Obě verze dotazníku budou umístěny pod společným webovým odkazem a respondentovi se po otevření zobrazí náhodně jedna z verzí, čímž bude zajištěno náhodné rozdělení respondentů do dvou experimentálních skupin a umožněno následné srovnávání odpovědí. Po sběru dat od minimálně dvou set respondentů budou data analyzována v oblasti porovnávání odpovědí na

otázky lišící se grafickou podobou. Cílem bude odhalit nějaké opakující se vzorce odpovídání způsobené určitou grafickou úpravou otázky.

Přínos diplomové práce

Diplomová práce poskytne teoretické pozadí problematiky grafického zpracování otázek v online dotazníku, a to na základě studia odborné literatury a rozboru předchozích výzkumů zabývajících se touto tematikou. Následně práce představí analýzu a výsledky kvantitativního výzkumu provedeného srovnáním dvou skupin respondentů odpovídajících na tytéž otázky, avšak odlišně graficky zpracované.

Cílem mé práce je poukázat na to, že grafická úprava otázek v online dotaznících může být často opomíjena a zanedbávána, což následně může vést ke zkresleným odpovědím. Má práce tak poskytne souhrn podnětů, které na základě výzkumu ukážou, jakým způsobem graficky upravit otázky v dotaznících, aby mohlo být dosaženo kvalitnějších odpovědí. Výsledky práce poskytnou doporučení pro zkvalitnění tvorby online dotazníků nejenom v oblasti sociologického výzkumu, ale také v souvislosti s širokou veřejností, která se nezabývá výzkumem na odborné úrovni, ale využívá při své práci tvorbu dotazníků; příkladem mohou být dotazníky pro účely studentských prací a jiných podobně zaměřených aktivit.

Předběžná struktura práce:

- úvod
- teoretická část
 - o důležitost grafického ztvárnění otázek
 - o příklady grafických odlišností ovlivňujících odpovědi respondentů
 - o předchozí výzkumy
- výzkumná otázka
- data
 - o vzorek
 - o sběr dat
 - o úprava dat
- metody analýzy
- zjištění
- diskuze
- závěr

Orientační seznam literatury:

- Bonnardel, N., Piolat, A. & Le Bigot, L., 2011. The impact of colour on Website appeal and users' cognitive processes. *Displays*, 32(2), pp.69-80,
- Couper, M. P., R. Tourangeau, F. G. Conrad A C. Zhang. The Design of Grids in Web Surveys. *Social Science Computer Review*. 2013, 31(3), 322-345.
- Maloshonok, N., Terentev, E. & Le Bigot, L., 2016. The impact of visual design and response formats on data quality in a web survey of MOOC students. *Computers in Human Behavior*, 62(1), pp.506-515.
- Peytchev, A. et al., 2006. Web Survey Design: Paging versus Scrolling. *Public Opinion Quarterly*, 70(4), pp.596-607.
- Redline, C. D., & Dillman, D. A. (2002). The influence of alternative visual designs on respondents' performance with branching instructions in self-administered questionnaires. In R. M. Groves, D. A. Dillman, J. L. Eltinge, & R. J. A. Little (Eds.), *Survey nonresponse* (pp. 179-193). New York: John Wiley.
- Robins, D., Holmes, J. & Le Bigot, L., 2008. Aesthetics and credibility in web site design. *Information Processing*, 44(1), pp.386-399.
- Stern, M.J., Dillman, D.A. & Smyth, J.D., 2007. Visual Design, Order Effects, and Respondent Characteristics in a Self-Administered Survey. *Survey Research Methods*, 1(3), pp.121-138.
- Toepoel, V., Das, M. & van Soest, A., 2009. Design of Web Questionnaires: The Effect of Layout in Rating Scales. *Journal of Official Statistics*, 25(4), pp.509–528.
- Tuch, A.N. et al., 2009. Visual complexity of websites: Effects on users' experience, physiology, performance, and memory. *International Journal of Human-Computer Studies*, 67(9), pp.703-715.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Zpřístupněná data (hypertextový odkaz)

Přílohy

Příloha č. 1: Zpřístupněná data (hypertextový odkaz)

Data z obou verzí dotazníku ve formátu xlsx naleznete zde: <https://goo.gl/gLuUvf>