

Výzkumy uživatelů knihoven

Pavel Černý

Národní knihovna ČR, 15. 4. 2010

Výzkumy uživatelů knihoven

- A. Jak udělat výzkum (základy)
- B. Úvod do vybraných metod výzkumu
- C. Zlevnění a usnadnění

A. Jak udělat výzkum (základy)

- zadání výzkumu
- volba metody
- sami, nebo s externisty?
- časté chyby

A. Jak udělat výzkum (základy)

• Zadání výzkumu

- Cíl výzkumu
- Zjištění mají sloužit:
- S výsledky bude pracovat především:
- Cílová skupina, základní soubor
- Témata výzkumu (hypotézy, případy a otázky)
- (Formát výzkumu, typ výzkumu, technika dotazování)
- (Výběr respondentů)
- (Propagace výzkumu, oslovení respondentů)
- Časový harmonogram
- Zdroje
- Požadované výstupy z výzkumu

A. Jak udělat výzkum (základy)

- volba metody

- *Co chceme z výzkumu především získat?*
 - čísla a procenta, reprezentativní
 - » kvantitativní metody
 - nápady, podněty, hlubší porozumění
 - » kvalitativní metody
- *Jaké kontakty máme na čtenáře?*

A. Jak udělat výzkum (základy)

- sami, nebo s externisty?
- časté chyby
 - nejdříve se začne psát dotazník (dříve než si stanovíme cíle)
 - nejsou stanoveny cíle
 - není jasné, kdo s výsledky bude pracovat
 - chybně formulované otázky a varianty odpovědí
 - výsledky ankety se vydávají za výzkum – výsledky se považují za reprezentativní

B. Úvod do vybraných metod výzkumu

- dotazník
- hloubkový rozhovor

B. Úvod do vybraných metod výzkumu

- ◉ dotazník
 - reprezentativita
 - jak vytvořit dotazník
 - chyby ve formulacích otázek a v dotazníku

B. Úvod do vybraných metod výzkumu

- dotazník: reprezentativita
 - pokud výsledky výzkumu reprezentují názory základního souboru
 - anketa x náhodný výběr
 - metody výběru

B. Úvod do vybraných metod výzkumu

- jak vytvořit dotazník?
 - netvořte jej, upravte si už vytvořený a vyzkoušený
 - pokud přesto chcete tvořit
 - podívejte se na zásady tvorby dotazníku (viz zdroje)
 - » postupujte od cílů
 - » definujte hypotézy atd. (viz zdroje)
 - » proveďte pilotáž

B. Úvod do vybraných metod výzkumu

- chyby ve formulacích otázek a v dotazníku
 - na špatnou otázku se dozvíte špatnou odpověď
 - » kvalita odpovědi závisí na kvalitě otázky
 - dotazník je založen na extrémní redukci informací
 - » na co se nezeptáte, to se nedozvíte

B. Úvod do vybraných metod výzkumu

- hloubkový rozhovor
 - reprezentativita
 - jak provést

B. Úvod do vybraných metod výzkumu

- hloubkový rozhovor
 - reprezentativita
 - odpovědi dobře reprezentují problém a možné přístupy, řešení, pohledy

B. Úvod do vybraných metod výzkumu

- hloubkový rozhovor
 - postupujeme od obecného, zeširoka
 - » redukci informací provádí čtenář, ne my
 - od koho bychom se mohli dozvědět ještě něco nového, jiného?
 - zaznamenat si bezprostředně poté:
 - názory čtenáře
 - naše nápady
 - doplnění k otázkám - na co se ještě zeptat a koho
 - ukončíme, když už se nedozvídáme nic nového, vysvětlujícího (teoretické nasycení, saturace)

C. Zlevnění a usnadnění

- výzkum nedělat
- dělat výzkum co nejjednodušší
- odlišit nezbytné a zajímavé
 - opravdu se bez této znalosti neobejdeme?
 - jak budou výsledky vypadat?
 - bude s tímto zjištěním někdo pracovat?
- zvýšit motivaci odpovědět
- využití zaměstnanců a dobrovolníků

C. Zlevnění a usnadnění

- použít již vytvořené dotazníky:
 - Benchmarking knihoven – spokojenost (SKIP)
 - 4 hotové dotazníky www.vyzkumyknihoven.cz
 - Dotazník čtenářské spokojenosti
 - Dotazník čtenářského chování
 - Dotazník pro pasivní čtenáře
 - + "Benchmarking knihoven" (SKIP)
 - z realizovaných výzkumů jiných knihoven
 - <http://www.vyzkumyknihoven.cz/odkazy/>
 - dnešní následné prezentace

C. Zlevnění a usnadnění

- on-line dotazovací systémy
 - on-line dotazník – snadno?
 - papírový dotazník z on-line dotazníku
 - grafy a tabulky
 - data pro Excel
 - přepis papírových dotazníků

C. Zlevnění a usnadnění

- on-line dotazovací systémy: využití
 - on-line dotazník
 - zaznamenání odpovědí
 - při telefonickém rozhovoru
 - při osobním rozhovoru na pobočce
 - přepis papírových dotazníků do počítače

On-line dotazovací systémy - ukázky

www.docs.google.com

3. Jak často čtete knihy?
přečtete možnosti

☐ denně
☐ několikrát za týden
☐ asi jednou za týden
☐ každých čtrnáct dní
☐ asi jednou za měsíc
☐ asi jednou za čtvrt roku
☐ asi jednou za posledních 12 měsíců
☐ méně často než jednou za 12 měsíců

4. Řekli byste, že nyní čtete více knížek než před rokem?

☐ asi tak stejně
☐ spíše více
☐ spíše méně

5. Pokuste se odhadnout, kolik knih jste si koupili/a za poslední rok, tedy od loňského dubna po současnost?
Zapište ČÍSLO:

6. Řekli byste, že nyní kupujete více knížek než před rokem?

☐ asi tak stejně
☐ spíše více
☐ spíše méně

www.easyresearch.biz

9 Jste hrdý/a na to, že jste pracoval/a v naší firmě?

☐ určité ano
☐ spíše ano
☐ spíše ne
☐ určité ne
☐ jiná odpověď:

■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ vyplněno 90 %

vytvořte si vlastní průzkum zdarma na www.easyresearch.biz
zadavatel průzkumu: Demo účet easyresearch.biz
Provozovatel služby easyresearch.biz společnost easyresearch.biz s.r.o. nenesse odpovědnost za obsah tohoto dotazníku ani za způsob, kterým bude osoba, která vás do průzkumu pozvala nakládat se zde nasbíranými daty.

www.vyzkumyknihoven.cz

vadí mi příliš velký hluk v knihovně ☐ ☐ ☐ ☐ ☒

vadí mi nedostatek osobního prostoru, příliš mnoho lidí ☐ ☐ ☐ ☐ ☒

vadí mi špinavé či zápachající toalety ☐ ☐ ☐ ☐ ☒

Jak jste celkově spokojen/a se službami poskytovanými knihovnou?

Zvolte jednu z následujících odpovědí

☐ velmi spokojen/a
☐ spíše spokojen/a
☐ spíše nespokojen/a
☐ velmi nespokojen/a
☒ Bez odpovědi

Napadá Vás něco, co byste rád/a v knihovně změnil/a, co Vám nevyhovuje a chtěl/a byste, aby bylo jinak?

[Ukončit a vymazat průzkum]

Etika výzkumu

- pokud anonymní, tak anonymní
- účast je dobrovolná
- možnost na otázku neodpovědět
- odpovědnost za provedení výzkumu a interpretaci dat
- pouze oprávněné závěry a generalizace, odlišení domněnek a prokázaných závěrů

O čem jsme nemluvili

- potenciální zkreslení výsledků
- zásady vedení rozhovoru
- velikost vzorku, segmentace
- analýza a interpretace výsledků
- využití osobních údajů a zákon
- další metody
 - studium dokumentů a dat
 - standardizované pozorování
 - mystery shopping / utajené hodnocení služeb

Závěrem

- důležitost promyšleného zadání výzkumu
- chyby lze minimalizovat použitím vyzkoušených dotazníků
- anketa nepřinese hodnověrné číselné údaje
- jsou i jiné metody než dotazník

Doporučené zdroje

- Výzkumy a ankety knihoven v ČR
 - www.vyzkumyknihoven.cz/odkazy
- Měření výkonu a kvality (Knihovnický institut NK ČR)
 - http://knihovnam.nkp.cz/sekce.php3?page=15_Vykon.htm
- Metodologie výzkumů
 - DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha : Karolinum, 1993.
 - REICHEL, Jiří. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha : Grada, 2009.
 - JEŘÁBEK, Hynek. *Úvod do sociologického výzkumu*. Praha : Karolinum, 1993.
- *V tisku: Časopis Čtenář - čísla 5-7/2010*

Kontakt

Pavel Černý

pavel.cerny@sociores.cz

Tel: 774 180 260, 281 940 605

www.vyzkumyknihoven.cz

Roman Šantora

roman.santora@gmail.com

Tel: 777 663 996