

## Oficiální závěry a doporučení

### 2. pracovní jednání – Příprava obsahu dotazníků

#### 1. Přípravná fáze dotazování

##### Současný stav

- Hlavní cíle dotazování jsou na všech sledovaných vysokých školách podobné. Zpravidla chceme zjistit spokojenost studentů s daným předmětem a vyučujícím za účelem zkvalitnění výuky. V některých případech bývají hodnoceny také další faktory ovlivňující kvalitu studentského života, jako např. úroveň kolejí, stravování, atd. Získané údaje lze následně použít k vyřešení případných problémů či jako podklady pro případnou úpravu studijních plánů.
- V mnoha případech vznikají dotazníky bez toho, aniž by byly stanoveny:
  - účel dotazování (proč jej provádíme),
  - cíl dotazování (co chceme dotazováním zjistit),
  - hypotézy (jsou vyslovením předpokladů o povaze zjišťovaných vztahů, představují formulaci, resp. strukturu jednotlivých alternativ odpovědí na otázky).
- Dotazníky převážně vytvářejí pracovníci univerzity (vedení univerzity/fakulty, sociologicky erudovaní pracovníci), případně jsou převzaty z jiných univerzit a mírně upraveny dle vlastních potřeb. Nejedná se o týmy systematicky vedené, ale o jednotlivce, kteří spolu příliš nekomunikují.
- Při tvorbě dotazníků je někdy brán zřetel na připomínky studentů, kteří se mohou do procesu tvorby dotazníků zapojit, někde však tuto možnost nemají.
- Dotazníky bývají na základě zpětné vazby od studentů a zkušeností z předchozích let v některých případech upravovány a aktualizovány.

##### Závěry

- Aby jakékoliv dotazování mělo smysl, musí být pro něj vytvořeny odpovídající podmínky - mělo by být podporováno jak vedením, tak akceptováno studenty a pedagogy – všechny skupiny k tomu potřebují mít odpovídající motivaci (např. vedení získá zpětnou vazbu, jak pedagogové učí, studenti vidí, že se s výsledky pracuje atp.).
- Má-li být dotazník správně sestaven, musí být vytvářen na základě hypotéz (např. Studenti jsou spokojeni s..., Studentům chybí ..., Více než polovině respondentů se nelíbí...) tak, aby výsledkem zpracování a vyhodnocení dotazníku bylo potvrzení nebo vyvrácení hypotéz. Dotazník má vycházet z předem stanovených hypotéz a cílů, na základě kterých vzniká struktura dotazníku, tj. nejdůležitější okruhy (nebo témata) otázek.
- Dotazník by měl vytvářet tým lidí sestávající z různých socio-profesních skupin, tj. vedení, pedagogové, odborníci na tvorbu a vyhodnocování dotazníků (marketér, sociolog, psycholog, statistik) a samozřejmě zástupci studentů. Členové týmu by měli mezi sebou aktivně komunikovat.
- Přípravě dotazníku by měla být věnována dostatečně dlouhá doba, protože tato fáze je rozhodující pro správné nastavení všech parametrů dalšího postupu, tzn. že pokud nepodceníme přípravu, máme šanci se dopracovat k očekávaným výsledkům, které nám mohou pomoci naplnit naše očekávání (hypotézy) a cíle dotazování (hodnocení). V opačném případě můžeme získat nepřesná nebo zkreslená data.
- Je důležité sledovat a vyhodnocovat zpětnou vazbu od studentů a zkušeností z předchozích let a v případě potřeby podobu dotazníku upravit, resp. aktualizovat.

- Dotazníky by měly být v otázkách považovaných za „nosné pilíře“ v rámci fakult sjednoceny, aby zde byla možnost objektivního srovnání hodnocení kvality studentů jednotlivých fakult. Možné jsou drobné úpravy dotazníků dle potřeb fakulty (VŠ).

## 2. Význam dotazníku

### Současný stav

- Hlavními důvody pro využití dotazníků jsou systemizace, strukturalizace, jednodušší srovnání odpovědí, objektivnost a možnost získání údajů od většího počtu respondentů.
- Mezi negativa využití dotazníků patří nevhodné načasování, nízká návratnost, četnost užívání, zploštěnost zjištěných údajů, formálnost, strnulost, sugestivnost, nelogičnost či chybějící zpětná vazba respondentům.
- Kromě dotazníků se na školách můžeme setkat také se setkáním studentů s děkanem, kvalitativní metodou přímého hodnocení v rámci skupinových rozhovorů, tzv. „focus groups“ či speciálními anketami v prostředí e-learningových systémů, které někdy navazují a někdy nenavazují na dotazníková šetření.

### Závěry

- Hlavní význam dotazníku je v jeho jednoduchosti zpracování, srovnatelnosti údajů a v získání odpovědí většího počtu respondentů. Nevýhodou je především nízká návratnost (různá pro elektronický nebo papírový), formálnost a strnulost.
- Dotazník by měl pomoci získat základní informaci, která bude podkladem pro detailnější zkoumání. Dotazník by měl přinést celkovou představu o spokojenosti. Dotazník nepodchytí všechny detaily a důvody odpovědí respondentů.
- Dotazník by měl být vždy využíván v kombinaci s dalšími metodami a nástroji, pomocí nichž můžeme provádět hlubší analýzy. Jedná se o metody a nástroje mající kvalitativní charakter, při nichž se využívá zpravidla osobní ústní kontakt.
- Mezi ostatní metody a nástroje zjišťování SHK patří především:
  - dotazníky kateder,
  - dotazníky jednotlivých vyučujících,
  - klasické skupinové rozhovory (focus groups), které moderuje moderátor a snaží se aktivizovat studenty k odpovědím, čímž z nich může dostat více informací než z dotazníku s nadefinovanými odpověďmi,
  - setkání studentů s děkanem (např. v rámci akce Snídaně s děkanem) na půdě školy nebo dokonce v neformálním prostředí v okolí,
  - setkání zástupců studentů (senátoři z fakultního senátu) s vedením fakulty,
  - (ne)oficiální studentské diskusní fórum.

## 3. Délka dotazníku

### Současný stav

- Při tvorbě dotazníku bývá použit výhradně ekonomický přístup, který se vyznačuje spíše stručností a jasností otázek i odpovědí, než je tomu u psychologických (sociologických) přístupů, které jdou více do hloubky problematiky.
- Délka dotazníku je poměrně různá, od jedné do 8-10 stránek. Počet otázek se liší zhruba od 8 pro jeden předmět až po 90-120 otázek pro všechny předměty semestru celkem. Většinou se však jedná o krátké, ale přesto dostatečně „vyčerpávající“ dotazníky.
- Při vyplňování elektronického dotazníku nejsou respondenti převážně nijak časově omezeni. Při vyplňování dotazníků v rámci papírové podoby bývají respondenti limitováni časem cca 15-60 minut.

## Závěry

- Dle psychologa udrží člověk pozornost 45 minut, avšak doba, kterou studentovi zabere vyplnění dotazníku, by neměla být delší než 10-15 minut. Při vyplňování delších dotazníků klesá s každou otázkou pozornost a svědomitost vyplňování. Nejvhodnější bývá použití max. 4 stran textu.
- Délka dotazníku závisí na cílech stanovených zadavatelem (hodnocení 1 předmětu nebo všech atd.). Délka dotazníku by měla být přiměřená, 4 otázky jsou málo a u respondenta vyvolávají pochyby. Pokud je dotazník vícestránkový (7 a více), může to některé respondenty od vyplnění odradit.
- Dá se říci, že důležitější než sama délka dotazníku je časová náročnost vyplnění dotazníku, srozumitelnost a adresnost otázek.
- Dotazník by měl být proto psán jazykem blízkým respondentům – studentům.
- Délka dotazníku z psychologického hlediska může být zmenšena např. využitím formátu A5 vytištěném na jednom listu A4 místo použití několika samostatných listů A4.
- Časovou náročnost dotazníku lze snížit využíváním otázek s předdefinovanými odpověďmi (tzv. uzavřené otázky), příp. hodnotících škál.
- Pro udržení pozornosti studenta by v dotazníku měly být využity atraktivní (aktivizující) prvky, jako např. využití barev, animací, vhodného uspořádání textů a obsahově ucelených částí.
- Pro všechny zúčastněné by bylo z časového hlediska nejvhodnější, kdyby studenti vyplňovali pro každý předmět samostatný dotazník, např. v rámci hodiny tohoto konkrétního předmětu.
- V případě elektronických dotazníků by měl mít student možnost opakovaného přístupu k dotazníkům a do doby, než se rozhodne vyplněný dotazník odeslat, může své rozhodnutí měnit.
- Zpětná vazba od studentů o délce a časové náročnosti je nutností.

## 4. Struktura a obsah dotazníku

### Současný stav

- Setkat se můžeme jak s nečleněnými dotazníky, tak s dotazníky členěnými na určité obsahově ucelené části (předmět, cvičení, vyučující, ..).
- Struktura otázek bývá pevně stanovena, respondenti však mají možnost vyhnout se odpovědím na vybrané otázky.
- V dotaznících bývají hodnoceny předměty, vyučující nebo obojí dohromady. Zpravidla chybí další hodnocení, např. služby ovlivňující kvalitu studentského života.

### Závěry

- Dotazování by se měli zúčastnit všichni studenti zapsaní na předmět (tedy nejen ti, kteří navštěvují daný předmět, resp. jsou zrovna účastníky semináře, na kterém je dotazník vyplňován). Tím eliminujeme nepřesnost v reprezentativním vzorku, kdy by se jinak dotazování zúčastnili pouze studenti, kterým vyučující stylem své výuku vyhovuje. Pro tyto případy by se měla v dotazníku objevit otázka (nejlépe s otevřenou odpovědí), proč student daný předmět nenavštěvoval.
- Před první otázkou bychom měli uvést nahoře v dotazníku jeho název (stačí prostě „Dotazník“ nebo „Dotazník + téma výzkumu“).
- Do dotazníku (nebo motivačního průvodního dopisu (e-mailu), který by měl být podepsán zástupcem vedení) je vhodné zakomponovat úvodní text s informací o významu dotazníku a motivací pro studenty, proč by měli vyplnění dotazníku věnovat svůj čas. Studentům je také nutné zdůraznit, že dotazník je opravdu anonymní (přicházejí totiž stále noví studenti). Cílem je především sdělit následující: oslovit respondenta, požádat o vyplnění dotazníku, vysvětlit cíl a důležitost výzkumu, zdůraznit důležitost respondenta, motivovat k odpovědím, osvětlit výběr respondentů, slíbit anonymitu, nezneužití údajů, specifikovat, jak má dotazník vyplňovat, zdůraznit naléhavost rychlé odpovědi, poděkovat za spolupráci, podepsat se (představit výzkumný tým).

*Milí studenti,*

*dovolujeme si Vás požádat o vyplnění tohoto dotazníku, který má sloužit ke zjištění Vaší spokojenosti s kvalitou výuky a souvisejících služeb. Vedení fakulty si uvědomuje důležitost názoru svých studentů, a protože je snahou fakulty mít spokojené studenty, kteří u nás rádi studují, rádi bychom znali právě Váš názor, který nám může významně pomoci najít a odstranit případné nedostatky.*

*Dotazník je anonymní, Vaše názory budou využity pouze pro potřeby tohoto šetření a celkové výsledky budou zveřejněny v informačním systému fakulty. Děkujeme Vám za pomoc a čas strávený vyplněním tohoto dotazníku.*

*členové výzkumného týmu*

*Není-li uvedeno jinak, označte, prosím, zakroužkováním pouze jednu správnou odpověď.*

- Dotazník má mít svou logickou strukturu, která podporuje plynulost vyplňování. Otázky by měly z hlediska respondenta tvořit určitý logický celek. Dotazník by měl být proto logicky členěn a mít pevnou strukturu, členění do ucelených částí. Rozdělení na jednotlivé předměty je z psychologického hlediska příjemnější, ucelené části jsou přehlednější, logická návaznost pomáhá rychlejšímu vyplnění.
- Pořadí otázek v dotazníku by mělo být asi následující:
  - 1) Demografické (identifikační) otázky respondenta a hodnoceného předmětu (pedagoga) – jednoduché úvodní otázky, nad kterými respondent nemusí dlouho uvažovat, pouze

přiřadí správný název, nebo vybere ze seznamu správnou odpověď. Poslouží nám při vyhodnocování ke třídění odpovědí (viz dále).

2) Třídící otázky – (např. docházka, můžeme např. dát odpovědím studentů procentuálně vyjádřenou váhu pomocí toho, jak často navštěvují předmět) umožňují logickou strukturu dotazníku. Zajišťují, aby na konkrétní dotaz odpovídali pouze ti správní respondenti, od kterých chceme konkrétní informace. Zjišťujeme, jak se jednotliví respondenti liší v názorech (segmentace) a filtrujeme (třídíme) podle určité otázky, jak se jednotlivé typy respondentů (segmenty) chovají (např. odlišnosti SHK u studentů, kteří chodí často/málo do školy). S takovými informacemi lze dále pracovat a např. zatraktivnit předmět tak, aby měl větší návštěvnost.

3) Výsledkové otázky – otázky týkající se vlastního obsahu hodnocení. Obsahově by se měly hodnotit všechny tři následující oblasti, které si na každé škole tým vytvářející dotazník upraví podle svých potřeb, proto v závěrech nevypisujeme všechny jednotlivé charakteristiky, které lze hodnotit, ale pouze 3-5 hlavních:

- Hodnocení pedagoga – student je nejlepším respondentem, protože má osobní zkušenost s pedagogem – např. jméno pedagoga (hodnocení musí být adresné), pedagogické schopnosti, odborné schopnosti, chování ke studentům, vzkaz pro pedagoga.
- Hodnocení předmětu – student je vhodným respondentem i pokud se jedná o obsah předmětu, protože dokáže posoudit naplnění sylabů předmětů v reálu, příp. umí určit duplicity předmětů - např. zasazení do semestru, kombinace přednášek a cvičení, dostupnost materiálů, zkoušky.
- Hodnocení kvality studentského života – student je nejlepším respondentem, protože je cílovou skupinou mnoha služeb - např. kolejí, menzy, knihovny, sportovní a kulturní vyžití.

4) Kontrolní otázky - výsledkové otázky přinášejí informace, které od dotazování očekáváme, proto je dobré si zkontrolovat nějakou další otázkou, že respondent odpovídal správně, nelhal, pochopil výsledkovou otázku, záměrně nezkrátil odpověď – neumístujeme v dotazníku hned za sebou, aby respondent nepoznal, že ho kontrolujeme (např. 3. Jak často se díváte na televizi? 8. Máte doma televizi?). Zatímco výsledkové otázky se zpravidla týkají spokojenosti, je současně vhodné si správnost těchto odpovědí poměřit s dalším faktorem, kterým je důležitost (např. Srozumitelnost výkladu přednášejícího: 1 2 3, kdy důležitost podprůměrná = 1, průměrná = 2, nadprůměrná = 3). Výslednou podobu výsledkových a kontrolních otázek nalezneme v pozičních mapách, které jsou tvořeny osami „spokojenost“ a „důležitost“. Za nejproblémovější kvadrant takové poziční mapy a charakteristiky v něm umístěné pak samozřejmě považujeme ty, které mají vysokou důležitost a nízkou spokojenost.

5) Kontaktní otázky – otázky, které umožní respondentovi se samostatně (bez jakéhokoli omezení) svobodně vyjádřit k problematice celého dotazníku nebo ucelené části. Vhodné jsou např. vzkazy pro pedagoga. Důležitá je formulace otázek tak, aby nenabádaly pouze k negativním odpovědím (např. „další připomínky“ nutí říct jen výhrady. Lepší je použít výrazy jako „další náměty“, „co se vám líbilo či nelíbilo“, „vzkaz pro učitele“, „rozšíření/doplnění odpovědi, další poznámky“, „pokud chcete, napište pozitivní nebo negativní poznámky k této oblasti“, „další podněty či postřehy“).

## 5. Typy otázek

### Současný stav

- V dotaznících můžeme nalézt převážně otázky uzavřené (otázky s dopředu vyznačenými variantami odpovědí) nebo polouzavřené otázky (otázky s dopředu vyznačenými variantami odpovědí s možností svými slovy doplnit další variantu odpovědi). Důvodem je zejména rychlost a jednoduše zpracování takovýchto odpovědí.

- Setkat se můžeme i s otázkami otevřenými (otázky bez vyznačených variant odpovědí).
- U některých dotazníků jsou použity výhradně uzavřené otázky, studenti však mají možnost vepsat své připomínky do připravených textových políček v závěru části či celého dotazníku.
- Kontrolní otázky se vyskytují jen v některých dotaznících.

## Závěry

- Otázky otevřené - nenabízí žádnou variantu odpovědi. Výhody - respondent odpovídá podle vlastního uvážení. Protože není ve svých odpovědích nijak omezován, můžeme tak získat více informací, resp. podstatně širší poznání zkoumaného jevu. Nevýhody - klade vysoké nároky na paměť respondenta a na jeho schopnost se správně vyjadřovat. Složitě se zpracovávají, zvláště u velkých souborů. Problémem může být kódování.
- Otázky uzavřené - otázky i odpovědi jsou standardizovány (varianty možných odpovědí jsou v dotazníku vyznačeny a respondent pouze označuje odpověď, která mu připadá správná). Výhody - výrazně jednodušší a rychlejší zpracování odpovědí. Nevýhody - omezení svobodného rozhodování respondenta, jemuž dopředu určujeme, jak může odpovídat.
- Otázky polouzavřené - jsou kompromisem mezi oběma výše uvedenými skupinami a spojují jejich výhody. Respondentovi jsou předloženy varianty odpovědí a úniková varianta (jinak, další, ...), u které bývá volné místo pro doplnění konkrétní odpovědi vlastními slovy. Výhody - máme jistotu, že varianty odpovědí představují všechny vyčerpávající možnosti odpovědí. Proto je vhodné tyto otázky v dotaznících využívat. Nevýhody - existuje nebezpečí velkého počtu odpovědí vlastními slovy při špatné formulaci otázky, navíc každým řádkem navíc roste opticky délka dotazníku.
- Chceme, aby dotazníky vycházely respondentům vstříc, takže by v nich mělo být maximum uzavřených otázek a škál. Otevřené otázky je vhodné využít jako závěrečné, za každou ucelenou obsahovou částí dotazníku, např. formou textového pole pro vepsání případných názorů nebo vzkazů pedagogovi.
- Dotazník by měl být pouze prvním nástrojem, který po vyhodnocení může vést k další hlubší diskusi. Proto by se v něm obecně mělo vyskytovat naprosté minimum otevřených otázek. V závislosti na počtu respondentů lze u menších vzorků (malé školy) použít více polouzavřených nebo otevřených otázek. V malém množství lze volné odpovědi snáze vyhodnotit.
- Jestliže máme v dotazníku několik otázek, u nichž mohou nastat stejné varianty odpovědí, spojujeme je do jedné tzv. baterie. Pro respondenta tento postup psychologicky zmenšuje počet otázek v dotazníku, urychluje a zjednodušuje jeho rozhodování, protože po první otázce již zná „mechanismus“ vyplňování. Pro výzkumníky usnadňuje zpracování odpovědí.

*Příklad: 5. Ohodnotte známku jako ve škole následující charakteristiky předmětu XY:*

	1	2	3	4	5
<i>Náročnost</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Srozumitelnost</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Návaznost na předchozí</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Pro hlubší názory respondentů lze v dotazníku využít tzv. otázky projektivní – pracují často s podvědomím respondenta, proto by měl při analýze odpovědí pomáhat psycholog nebo sociolog - respondentovi se dá možnost vžít se do nějaké role, něco si představit („Představte si, že jste rektorem na této škole. Jak byste řešili..., co byste udělali pro zlepšení kvality školy?“).

## 6. Škály

### Současný stav

- Odpovědi na zadané otázky jsou převážně postaveny na škálách.
- Počet stupňů škály (variant odpovědí) se různí – tři až sedm stupňů.
- Setkat se můžeme jak se škálami se sudým, tak se škálami s lichým počtem odpovědí.

### Závěry

- Škály se jeví jako nejvhodnější způsob hodnocení postojů v dotaznících.
- Škály zpravidla tvoříme pomocí slovních odpovědí (velmi spokojen až velmi nespokojen) nebo čísel (známky, body).
- Stupnice, podle které hodnotíme, musí být respondentovi vždy jasně a přesně vysvětlena (který stupeň je kladný, který záporný atd.)
- Pro zpestření dotazníku je vhodné do škál zakomponovat grafické prvky (obrázky) vyjadřující určité postoje.
- Známkování je výhodné z psychologického hlediska, neboť školní stupnice 1-5 vyvolává u studenta pocit, že může pedagogovi „vrátit v dobrém slova smyslu“ ono známkování, které je jinak dopřáno pouze pedagogovi.
- Škála pořadí se používá tam, kde chceme seřadit určité faktory. Vybízí respondenta, aby seřadil všechny vyjmenované produkty nebo jiné objekty podle jím preferovaného pořadí, např. podle významu, oblíbenosti.

*Příklad: Seřad'te dle frekvence vaší návštěvnosti následující předměty:*

ABC                      KLM                      XYZ

- Škála oceňování žádá po respondentovi, aby ohodnotil např. nějakou vlastnost nebo oblibu předmětu (pedagoga) přidělením bodů. Musí být jasně popsán každý hodnotící stupeň, protože jinak si je může každý respondent vyložit odlišně. Proti škále pořadí má tu výhodu, že vystihuje intenzitu postoje a navíc umožňuje přiřadit stejný počet bodů více variantám.

*Příklad: Obodujte, dle Vašeho názoru, jak jsou pro Vás důležité následující vlastnosti pedagoga.*

*0 znamená vůbec, 10 nejvíc:*

odbornost                      názornost                      dochvilnost

- Škály by měly mít spíše sudý počet stupňů – nejlépe šest (pro počítání průměru musí být nejméně šest stupňů, pokud chceme pracovat s procenty, stačí čtyři stupně), aby byl respondent postaven před rozhodování o odpovědi a neinklinoval zbytečně často k neutrálním odpovědím.
- Respondentům by ale neměla být odepřena možnost neutrální odpovědi – nechci odpovídat, nemohu odpovědět, nechodil jsem. Daná odpověď by však měla být vizuálně odtržena od zbytku hodnocení.

## 7. Předvýzkum

### Současný stav

- Existuje terminologická nejasnost použití slov „pilotáž“ a „předvýzkum“.
- Na některých školách jsou mezi respondenty předvýzkumu zařazeny vybrané studijní skupiny klíčových oborů.
- V některých případech však k ověřování dotazníků vůbec nedochází (např. z důvodu, že se jedná o převzaté dotazníky).

## Závěry

- Terminologicky bylo dohodnuto používání výrazu „předvýzkum“.
- Předvýzkum je nutností, abychom měli jistotu, že jsme připravili kvalitní dotazník, který přinese očekávané informace!!!
- Musíme přemýšlet a hledat možnosti, jak by respondent na danou otázku mohl odpovídat. Při tvorbě otázek můžeme být trochu zaslepeni tím, že se v dané problematice velmi dobře orientujeme. Proto by měl být dotazník před vypuštěním otestován skupinou studentů (10–15), která bude zastupovat ucelené spektrum základního souboru. Následovat by měla diskuse s těmito testery.
- Cílem předvýzkumu je především ověřit:
  - návaznost odpovědí z dotazníku na počáteční cíle a hypotézy,
  - délku a časovou náročnost dotazníku,
  - správné pochopení otázek a nabízených variant odpovědí,
  - obsahovou a logickou strukturu dotazníku,
  - formální vzhled dotazníku,
  - schopnost zpracovat, analyzovat a interpretovat zjištěné údaje.
- Na základě zjištěné zpětné vazby můžeme následně odstranit případné nedostatky (nepřesnosti, schéma, rozložení, barvy). Teprve poté je dotazník nabídnut vybrané skupině respondentů (v prostředí vysoké školy zpravidla všem studentům základního souboru).
- I převzaté dotazníky by se měly testovat v novém prostředí, protože v něm nemusí fungovat např. po technické stránce nebo nemusí plně odpovídat typu a požadavkům školy.
- Vhodné je provést tzv. test validity – měří otázka to, co chceme měřit? (Například máme otázku měřící míru rasismu – dotážeme se člověka, o kterém víme určitě, že je rasista, a člověka, o kterém určitě víme, že rasista není. Pokud budou jejich odpovědi velmi vzdálené, pak je daná otázka položena správně.)

## ***Témata na další analýzy a jednání:***

- Další metody a nástroje, které by měly následovat po dotazníkovém šetření, pomocí nichž můžeme provádět hlubší analýzy. Jedná se o metody a nástroje mající kvalitativní charakter, při nichž se využívá zpravidla osobní ústní kontakt.