

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Aljoša Močnik Štimac

Dinamični pogoji v celostranskem prikazu spletnega vprašalnika

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Aljoša Močnik Štimac

Mentor: red. prof. dr. Vasja Vehovar

Dinamični pogoji v celostranskem prikazu spletnega vprašalnika

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

Dinamični pogoji v celostranskem prikazu spletnega vprašalnika

Na področju anketnega raziskovanja je velik izziv, kako pridobiti visoko stopnjo odgovorov. Že sama vizualna postavitve vprašalnika namreč lahko vpliva na število prekinitev in na kvaliteto zbranih podatkov. Podobno lahko tudi vizualno bolj privlačen vprašalnik potencialne respondente bolje motivira. Znotraj tega okvirja smo v diplomskem delu raziskali učinek dveh vizualnih postavitev spletnega vprašalnika. Izvedena je bila raziskava z uporabo spletnega vprašalnika (n=128), pri kateri je približno polovica respondentov dobila vprašalnik, ki je imel vprašanja na več straneh, polovica respondentov pa je prejela vprašalnik, kjer so dobili vprašanja na eni sami strani. V obeh skupinah so bila vprašanja povsem identična, razlika je bila le v postavitvi vprašanj. Analize so pokazale, da sta se obe različici vprašalnika v grobem izkazali za enako uspešni; večjih razlik ni bilo opaziti.

Ključne besede: vizualna postavitve, dinamični pogoji, spletni vprašalnik.

The dynamic conditions in the full screen display online questionnaire

In the field of survey research the major challenge is how to obtain a high response rate. The mere visual layout of the questionnaire may affect the number of breakoffs and the quality of collected data. Similarly, a more visually attractive questionnaire can motivate the respondents. Within this framework in this diploma we studied the effect of two visual layouts of the online questionnaire. The research was carried out using an online questionnaire (n=128) in which approximately half of the respondents got a questionnaire which guided them through the pages and the other half of the respondents received a questionnaire in which they got exactly the same questions but on the same page. The questions were exactly identical in both groups the difference was only in the placement of the questions. Analyses showed that both versions of the questionnaire proved to be equally successful.

Key words: visual placement, dynamic conditions, online questionnaire.

KAZALO

1	UVOD	5
2	DINAMIČNI POGOJI V VPRAŠALNIKU.....	8
3	EMPIRIČNI DEL	10
3.1	Namen in cilji raziskave	10
3.1.1	Hipoteze	11
3.2	Metode raziskovanja	11
3.3	Vprašalnik	12
3.4	Vzorčenje in zbiranje podatkov	12
4	REZULTATI RAZISKAVE	13
4.1	Vzorec	13
4.2	Predstavitev parapodatkov.....	13
4.3	Prekinitve	14
4.4	Neodgovori spremenljivke	17
4.5	Odprti odgovori	20
4.6	Časovne razlike v izpolnjevanju vprašalnika	21
4.7	Mnenje anketirancev o vprašalniku	21
4.8	Končne ugotovitve na podlagi sklenjenih hipotez	23
5	ZAKLJUČEK	24
6	LITERATURA.....	26
PRILOGE.....		28
	<i>PRILOGA A: Vprašalnik (obe vizualni postavitvi)</i>	<i>28</i>
	<i>PRILOGA B: Neodgovori po spremenljivkah</i>	<i>43</i>
	<i>PRILOGA C: Demografski podatki anketirancev (obe različici vprašalnika).....</i>	<i>45</i>

KAZALO TABEL

<i>Tabela 4.1: Statusi enot za obe različici vprašalnika</i>	<i>13</i>
<i>Tabela 4.2: Prekinitve izpolnjevanja (pri delno izpolnjenih vprašalnikih).....</i>	<i>14</i>
<i>Tabela 4.3: Neodgovori in prekinitve po spremenljivkah (prekinitve)</i>	<i>14</i>
<i>Tabela 4.4: Neodgovori spremenljivke</i>	<i>17</i>
<i>Tabela 4.5: Pregled odprtih odgovorov</i>	<i>20</i>
<i>Tabela 4.6: Mnenje anketirancev o vprašalniku.....</i>	<i>22</i>

1 UVOD

Za uvod si oglejmo poenostavljen primer paradoksa: Recimo, da je nedavna raziskava pokazala, da v Sloveniji število najstniških nosečnosti strmo upade po 20. letu starosti. Zapisana izjava na prvi pogled zveni neresnično, ampak dovolj je le kanček zdrave pameti, da nam hitro postane jasno, da gre v resnici za slabo statistično šalo, saj je v resnici samoumevno, da število najstniških nosečnosti po 20. letu strmo upade, saj ženska pri letih ni več najstnica.

Ko govorimo o kompleksnih družbenih fenomenih, pa stvari niso več tako samoumevne. Namreč, če želimo raziskovati neki družbeni fenomen, se moramo na proces, ki nas čaka, dobro pripraviti. Treba je razviti primerno metodologijo, s katero bo mogoče dobiti zanesljive podatke. In ko pride do področja raziskovalne metodologije, moramo poznati štiri ključne vidike: *načrtovanje*; kakšne podatke bomo zbirali, od koga jih bomo zbirali, kako itd., *vzorčenje*, vzorec ljudi, ki predstavlja celotno populacijo, ki jo preučujejo (populacija so npr. mladi od 15-18 let, ki obožujejo nogomet), *zbiranje podatkov*; proces zbiranja podatkov, s pomočjo vprašalnika, intervjuja ali drugih alternativnih metod, in na koncu *analiza*, kjer se zbrane podatke interpretira, strukturira v smiselno celoto in predstavi ugotovitve (The George Washington University 2000).

Pri zasnovi oz. izbiri primerne metodologije moramo biti nadvse previdni, kajti, če izberemo neprimerno metodologijo ali pa jo izvedemo neprimerno, lahko dobimo rezultate, ki so nezanesljivi in neveljavni, zaradi česar je bil naš trud zaman. Primerna metodologija mora biti izbrana na podlagi trdnega premisleka, kjer se pretehtajo različne možnosti, logistične omejitve in seveda potencialne stroške, ki bodo nastali.

V diplomskem delu se bomo osredotočili predvsem na področje anketne metodologije. Anketiranje namreč prestavlja eno osrednjih komponent družboslovne metodologije. Na spletni strani orodja za izdelavo spletnih anket, 1KA, anketno metodologijo definirajo kot »področje, ki se ukvarja s tistimi vidiki anketiranja, ki iščejo načine zbiranja kvalitetnih anketnih podatkov ob čim manjši porabi stroškov in drugih virov« (EnKlikAnketa 2015). Skratka, gre za metodo, ki temelji na sistematičnem zbiranju podatkov, kjer ljudi sprašujemo z uporabo standardiziranih vprašalnikov, z namenom, da bi kvantitativno analizirani ciljno populacijo (Callegaro 2015), npr. zgoraj omenjene mlade od 15-18 let.

V primeru, da se odločimo za anketo, moramo premisliti tudi o najbolj primernem načinu anketiranja (angl. survey mode). Eden izmed ciljev je namreč dobiti čim višjo stopnjo odgovora (angl. response rate) in hkrati veljavne ter zanesljive podatke. Vendar se pojavi problem. Zadeva ni tako preprosta, da izdelamo anketo in pričakujemo, da se bodo ljudje grebli, da bi jo lahko izpolnili. Ljudje smo namreč z vseh strani neprestano bombardirani z vabili, ki nas vabijo k sodelovanju. Zaradi prenasičenosti zato razvijemo tudi odpor do

izpolnjevanja. Zato obstaja potreba po vedno novih načinih, kako privabiti potencialne respondente k izpolnjevanju.

V zadnjih nekaj desetletjih je prišlo do velikega razvoja na področju IKT (informacijsko-komunikacijske tehnologije) in spletne ankete so najbolj logičen odgovor, saj prinašajo nov in zelo učinkovit način zbiranja podatkov, katerega največja prednost je verjetno stroškovna ugodnost in dostopnost. Enostavno povedano, spletno anketo je za najmanj denarja najlažje spraviti med največ ljudi. Objava spletne ankete na družbenih omrežjih ali močno obiskanih spletnih forumih je enostavnejša od pošiljanja anket po klasični pošti, saj ni potrebe po kompleksnejši logistiki, kamor je vključeno tiskanje, nakup ovojnic, hkrati pa ni stroškov, ki so povezani s tem. Prav tako so cenejše od terenskega anketiranja, ker ni potrebe po izobraževanju in plačevanju anketarjev ter ni prisotnih drugih stroškov, ki pridejo zraven (nakup opreme, prevoz anketarjev itd.). Poleg tega je prednost pri spletnih anketah tudi v tem, da ima raziskovalec večji nadzor nad oblikovanjem ankete, saj lahko pripravi anketo, ki bo vizualno privlačna ciljni populaciji, hkrati pa spletne tehnologije omogočajo tudi večjo interaktivnost. Za ljudi velja, da se v velikokrat, še posebej v adolescenčnem obdobju odločamo na podlagi vizualne podobe, ali nam je nekaj všeč ali ne. Dober primer so otroci, ki se na vse pretege branijo zelenjave na krožniku, saj njen neprivlačni videz v njih vzbuja nelagodje.

Pri prebiranju literature s področja anketne metodologije, še posebej iz časov, ko je spletno anketiranje veljalo za razmeroma novo področje (relativno gledano velja še vedno), smo ugotovili, da je anketiranje preko spleta najbolj učinkovit način pridobivanja visoke stopnje odgovora (angl. response rate) in tudi sicer (Izzivi informacijske družbe 2014). Trenutno spletno anketiranje velja za prevladujočo metodo v kvantitativnem raziskovanju. Tu velja omeniti, da so prednost spletnega anketiranja sprva spoznale marketinške agencije, kljub temu pa akademska sfera ni veliko zaostajala na tem področju (Učinkovita državna podpora za športno aktivnost državljanov 2012).

Zadeve pa vseeno niso tako enostavne, da preprosto izberemo spletno anketiranje, ustvarimo anketo in začnemo zbiranje podatkov. Namreč, pomemben dejavnik pri raziskovanju je način oz. učinek anketiranja (angl. mode effect), kar pomeni, da anketiranci na enako vprašanje odgovorijo različno, pa ne zaradi odgovora samega, ampak zaradi načina, kako mu je bil ponujen vprašalnik, npr. preko spleta ali v fizični obliki. Zato je pri odločanju o načinu anketiranja treba vzeti v razmislek ciljno populacijo, ki smo jo izbrali in seveda kaj raziskujemo. Torej ali gre za temo namenjeno specifični populaciji (npr. raba interneta med mladimi), so vprašanja občutljiva, npr. lahko sprašujejo o spolnosti ali pa o temah z družbeno nezaželenimi odgovori (npr. raziskave o uporabi drog). Marolt pravi, da »obstajajo tudi dokazi, da pri anketah, ki jih respondent izpolnjuje samostojno, obstaja večja

odkritost glede občutljivih tem, kot pri osebnih ali telefonskih raziskavah.« (Božič Marolt 2009). In ravno spletne ankete so v osnovi namenjene samo-anketiranju.

Pogosto pa se izkaže, da ena metoda anketiranja ne bo dovolj za zajem celotnega vzorca. V situacijah, ko raziskovalec ne more zagotoviti, da bo ena metoda zadostna, se lahko odloči za več načinov anketiranja (angl. mixed-mode survey), kar preprosto pomeni, da uporabi več komunikacijskih kanalov, ki jih ima na voljo, skozi katere lahko skuša doseči izbran vzorec. Na tem mestu je treba omeniti, da spletno anketiranje ne predstavlja edine oblike anketiranja, ki je močno povezana z razvojem IKT. Namreč tehnologije so prisotne tudi na drugih področjih anketiranja. Recimo na terenu so papir zamenjali prenosni in tablični računalniki (tablice). Te naprave so lahko lokalne ali pa stalno povezane na internet, kar pomeni, da se podatki na terenu sproti shranjujejo v bazo.

Kot že rečeno, pri učinku načina anketiranja se osredotočamo na to, kako določen način anketiranja vpliva na rezultate raziskave (izpolnjevanje vprašalnika).

Pri vsem tem je poznavanje vseh načinov anketiranja ključnega pomena za uspešno raziskavo, saj se le na podlagi poznavanja načinov in potencialnih omejitev vsake metode in njenih prednosti lahko odločimo za najbolj ustrezno. V Republiki Sloveniji je anketiranje preko stacionarnega telefona precej upadlo v primerjavi s časom pred desetimi ali petnajstimi leti, takrat ko mobilna telefonija še ni bila tako razširjena. Eden izmed problemov spletnega anketiranja, ki ga je treba omeniti, je ta, da pri spletnem anketiranju odpade uporaba verjetnostnega vzorca (angl. probability sample), kjer ima vsaka enota v populaciji vnaprej znano ne-nižno verjetnost, da bo izbrana v vzorec (Yeager in drugi 2011). Na voljo imamo zgolj neverjetnostjo vzorčenje, kar pomeni, da ni zagotovila, da so izbrane enote (npr. ljubitelji računalniških iger med 15 in 18 let) bile zares izbrane naključno. Prav tako pa ne moremo doseči populacij, ki redko uporabljajo internet ali pa sploh ne (npr. starejši).

Zgoraj smo omenili, da vizualni elementi igrajo pomembno vlogo pri tem, da nas pritegnejo ali odvrnejo. V tem diplomskem delu se bomo osredotočili na en specifičen vidik, in sicer, ali vizualna postavitve anketnih vprašanj vpliva na stopnjo odgovora in kvaliteto podatkov. Konkretnije v diplomskem delu raziskujemo, kako dva alternativna prikaza spletnega vprašalnika vplivata na kvaliteto ter stopnjo odgovora. Pogoji se bodo namreč v eni inačici prikazovali dinamično na eni strani, v drugi inačici, pa na novi strani. Zanimale nas bodo časovne razlike v času izpolnjevanja ter kvaliteta odgovorov.

Diplomsko delo je sestavljeno iz teoretičnega dela in empiričnega dela ter zaključka. V uvodu predstavimo anketno metodologijo in poudarimo probleme, ki se pojavijo pri različnih načinih anketiranja, v nadaljnji teoriji predstavimo razvoj tehnologij, ki omogočajo bolj izpopolnjene načine anketiranja. Nato opišemo sam vprašalnik (strukturo), ki smo ga uporabili za zbiranje podatkov. Potem z analizo predstavimo svoje ugotovitve. Sledi

zaključek, kjer povzemamo vse glavne ugotovitve in podajamo predloge za nadaljnje raziskovanje na področju različnih alternativnih prikazov spletnega vprašalnika.

V diplomskem delu obravnavamo že zbrane ugotovitve različnih avtorjev, ki so že raziskovali v tej smeri. Na podlagi raziskovanja obstoječe literature ocenjujemo, da bodo zelo verjetno podobne raziskave vedno bolj pogoste, predvsem zaradi razvijanja tehnologij, ki so raziskovalcem lahko v pomoč pri urejanju in oblikovanju spletnih vprašalnikov.

2 DINAMIČNI POGOJI V VPRAŠALNIKU

S prihodom spleta 2.0 (angl. Web 2.0) so se raziskovalcem odprle nove možnosti oblikovanja spletnih vprašalnikov. Web 2.0 tehnologije namreč prinašajo (večjo) interaktivnost, kar raziskovalcu daje moč, da razvija ankete, ki so lahko potencialnim respondentom bolj zanimive (Tech Terms 2008). Na tem mestu je smotrno omeniti nekaj takšnih tehnologij, ki se v kombinaciji uporabljajo na tem področju. Te so: JavaScript (programski jezik), ki se uporablja za razvoj spletnih aplikacij, Adobe Flash, multimedijška platforma za izdelavo animacij, ki omogoča interaktivnost. Flash je trenutno v fazi opuščanja (mobilne naprave ga že v osnovi ne uporabljajo), počasi ga nadomešča HTML5, nadgradnja HTML-ja, ki je bil standardiziran v leta 1999). HTML je označevalni jezik, namenjen izdelavi spletnih strani. Ob HTML-ju je smiselno omeniti tudi CSS (angl. Cascading Style Sheets). Gre za preprost slogovni jezik, ki je namenjen vizualnemu oblikovanju spletnih strani in (tudi) spletnih anket, pri orodjih, ki to omogočajo.

Številne tehnologije, ki so se pojavile s spletom 2.0, so pripomogle k razvoju in množični uporabi svetovnega spleta, kot ga poznamo danes, vse na račun večje interaktivnosti – uporabniki so postali ustvarjalci, saj lahko vsak, ki ima dostop do svetovnega spleta, objavlja vsebine, jih pošilja ter deli z drugimi. To je pomenilo tudi napredek na področju anketne metodologije, konkretnije pri spletnih vprašalnikih.

Ena največjih prednosti, ki jih omogočajo spletne tehnologije, je možnost interaktivne izdelave spletnih anket na svetovnem spletu (angl. on-line način), ki jih lahko potem na enostaven način ponudimo potencialnim respondentom.

Orodja za spletno anketiranje so postala vse bolj integrirana v področje anketne metodologije in lahko služijo kot samostojne metode ali pa kot podpora kombiniranim načinom anketiranja. Statistične analize se lahko deloma ali v celoti opravijo že na spletu (EnKlikAnketa 2014). Šele razmah spletnih tehnologij je omogočil razcvet spletnega anketiranja: »Dodajanje grafičnih elementov se je dodobra razširilo še posebej, zato, ker je uporaba enostavna ...« (Dillman in drugi 2014).

Veliko vlogo pri izpolnjevanju vprašalnika, poleg dobro zastavljenih in razumljivih vprašanj ima tudi videz, kar je lahko, še posebej pri daljših vprašalnikih, ključnega pomena. Sama motivacija za izpolnjevanje vprašalnika se namreč lahko občutno zmanjša, če je vizualni videz vprašalnika anketirancu neprivlačen. Dillman in Christian o vplivu izgleda na odgovor menita naslednje: »... odgovori se lahko spremenijo kot rezultat različnih vizualnih postavitev za sicer enaka anketna vprašanja« (Dillman in Christian 2005).

Galesic in Bosnjak (2009) ugotavljata, da je pri spletnih vprašalnikih daljših od 7 minut bolj verjetno, da anketiranec, ali sploh ne bo izpolnil celotnega vprašalnika ali pa bo proti koncu na več vprašanj odgovoril z 'Ne vem', zato je pomembno, da raziskovalec premisli, kakšen pristop je bolj pomemben.

Prikazovanje spletnega vprašalnika po straneh ima svoje prednosti, kot je večja možnost interaktivnost v anketah in bolj enostavna implementacija interaktivnih elementov v vprašalnik. Vendar se je treba zavedati, da ta način prikazovanja vprašalnika po straneh podaljša izpolnjevanje zaradi potrebe po kliku gumba za premik na naslednjo stran (Callegaro in drugi 2015).

V praksi se pogosto uporabljajo načine, ki obsegajo prednosti in slabosti obeh pristopov. Prirejen celostranski način (angl. modified scrolling), ki predvideva, da je vprašalnik razdeljen na strani samo tam, kjer je to zares potrebno. Pri tem se uporablja vejitev (pogoji 'if'), ki omogoča, da prihranimo prostor na zaslonu, saj se pogojena vprašanja prikažejo samo v primeru, če je bil izbran določen odgovor pri prejšnjem vprašanju, odgovori pa se takoj po premiku na naslednjo stran shranijo v bazo podatkov.

Drug način je s prirejen način po straneh (angl. modified paging), kjer vsaka stran vsebuje ravno toliko vprašanj, da na zaslonu ni treba uporabljati gumba za premikanje po strani (angl. scrolling). Callegaro, Lozar Manfreda in Vehovar trdijo, da s prirejenimi načini ne moremo zgrešiti pri oblikovanju vprašalnika, vendar je prirejen celostranski način še vedno povezan s problemi, ki so že omenjeni v prejšnjem odstavku, manj pogosto shranjevanje odgovorov v bazo podatkov in problemi s preskoki. Kot raziskovalci moramo imeti v mislih, da je za določen način vedno znova treba odločati glede na vrsto raziskave (Callegaro in drugi 2015). Avtorji Dillman, Smyth in Christian navajajo, da je v spletnih anketah, kjer ni prisotnega anketarja, vizualni dizajn ankete še toliko bolj pomemben, prav tako vsebnost interaktivnih elementov. Dizajn spletnega vprašalnika ni pomemben le na nivoju celotnega vprašalnika (pogled celotnega ekrana), ampak tudi na nivoju vsakega vprašanja posebej.

Dizajn spletnega vprašalnika sestavljajo štirje vizualni elementi in to so:

- **besede** – temeljni vir, ki pomaga anketirancu razumeti, kaj določeno vprašanje želi od njega,
- **številke** – se uporabljajo, da prenašajo pomene in zaporedja anketirancem,

- **simboli** – dodajajo posebne pomene, ki jih ni mogoče drugače obrazložiti obenem pa ne zavzemajo veliko prostora v besedilu (primer je lahko puščica, s katero anketirancu pokažemo, kje naj nadaljuje izpolnjevanje),
- **grafični elementi** – anketirancem pomagajo pri razumevanju vprašanj. Lahko pa namesto vprašanja postavimo sliko, s pomočjo katere želimo od anketirancev odgovor (slike, obarvano ozadje, tipi vprašanj, npr. pri tipu »checkbox« je to kvadrat, s katerim pokažemo, kje lahko anketiranec odgovori).

Ob vsem tem ne smemo pozabiti na vizualne lastnosti vprašalnika, ki so prav tako pomemben del pri zaznavi. *Velikost* (besedila vprašanj ali elementov v vprašalniku), *pisava* (velikost in vrsta pisave lahko znatno vpliva na to, kako bodo anketiranci dojemali vprašanja), *svetlost/kontrast/barva* (določena vprašanja lahko oblikujemo, da izstopajo od drugih in jih tudi anketiranci hitreje zaznajo), *lokacija* (kako blizu ali kako daleč so določeni elementi/vprašanja oddaljeni drug od drugega – pomagajo razumeti, ali se na primer določena vprašanja navezujejo drug na drugega) (Dillman in drugi 2014).

3 EMPIRIČNI DEL

3.1 Namen in cilji raziskave

Za potrebe raziskave smo izdelali dva vprašalnika, ki sta si vsebinsko identična. Razlika med njima je le v tem, da ena verzija prikazuje vprašanja po straneh (angl. paging), druga verzija pa je anketirancem prikazovala vprašanja na eni sami strani (angl. scrolling), brez potrebe po klikanju na gumb 'naprej'.

Respondenti so do vprašalnika dostopali preko spletne povezave. Glede na to, da sta obstajali dve verziji, bi morali potem biti tudi dve povezavi, kjer bi vsaka vodila do svoje verzije, vendar smo problem rešili tako, da smo obe verziji vključili v eno anketo in respondente razdelili v dve naključni skupini. Vprašalnik so anketiranci izpolnjevali sami s pomočjo računalnika, po metodi CSAQ (angl. computerized self-administered questionnaire), kjer uporabimo prednosti informacijsko komunikacijskih tehnologij, da vprašalnik izdelamo, ga oblikujemo in predstavimo anketirancem, ti pa lahko anketo izpolnijo brez prisotnosti anketarja (Lambries 2008).

Namen raziskovanja na podlagi dveh različic vprašalnika je bil ugotoviti, ali obstajajo statistično značilne razlike med obema načinoma prikaza anketnih vprašanj. Na tem mestu omenjamo, da tematska vsebina vprašalnikov ni ključna v tej raziskavi, zato vsebine odgovorov nismo interpretirali. Z vsebinskega vidika so se primerjali zgolj odprti odgovori, kjer smo želeli ugotoviti, v kateri različici je bilo manj odprtih odgovorov (odprta vprašanja so

vprašanja, ki od anketiranca zahtevajo, da odgovarja v obliki eseja). Ugotavljali smo tudi ali so anketiranci pri različici na eni strani izogibali odgovorov, ki so odpirali pogojena vprašanja, da bi si s tem skrajšali čas izpolnjevanja ankete ali ne.

Pri raziskovanju želimo odgovoriti predvsem na naslednja raziskovalna vprašanja:

- kateri način je bolj vizualno in funkcionalno privlačen za respondente, da jih bolj motivira,
- kateri način je časovno hitrejši za izpolnjevanje.
- kje je večja kvaliteta odgovorov (na primer neodgovori, prekinitve)
- raziskati, ali so rezultati vprašalnika enaki v obeh primerih.

3.1.1 Hipoteze

Za raziskovanje smo postavili naslednje hipoteze:

- **H1:** Med postavitvami ni razlik v kvaliteti odgovorov, vsebini odgovorov, zadovoljstvu z anketo
- **H2:** Razlike obstajajo v času izpolnjevanja spletnega vprašalnika
- **H3:** Vprašalnik, ki anketiranca vodi po straneh, bo dal bolj kvalitetne podatke, saj anketiranec ne vidi v celoti vprašalnika in njegovih variant (kar bi lahko vplivalo na njegovo obnašanje).

3.2 Metode raziskovanja

V raziskavi smo se odločili za uporabo spletnega vprašalnika, konkretnije metode CSAQ (samo-anketiranje s pomočjo računalnika), ker gre način anketiranja, kjer je razmerje med dosegom anketirancev in povezanimi stroški še najbolj ugodno (Lozar Manfreda in drugi 2000). S stroškovnega vidika je ta metoda praktična, saj odvzame tudi stroške, ki bi lahko bili povezani z na primer poštnimi stroški, izobraževanjem anketarjev ali tiskanjem vprašalnikov na papir. Poleg tega je ena od prednosti tudi to, da se morebitni anketiranec lahko za izpolnjevanje sam odloči, kdaj in kje je najbolj primeren čas za izpolnjevanje vprašalnika.

CSAQ ali računalniško podprto samoanketiranje (angl. computerized self-administered questionnaire) je metoda, kjer uporabljamo prednosti informacijsko komunikacijskih tehnologij, da vprašalnik izdelamo, ga oblikujemo in predstavimo anketirancem, ti pa lahko anketo izpolnijo brez prisotnosti anketarja (Lambries 2008).

3.3 Vprašalnik

Za raziskovanje vpliva dveh alternativnih prikazov spletnega vprašalnika smo izdelali vprašalnik, ki naj bi bil dovolj zanimiv, da bi pritegnil in po posledično poskrbel za razmeroma visoko stopnjo odgovora (angl. response rate). Vprašalnik je bil poslan ljudem, ki področje, anketne metodologije poznajo (predvsem področje spletnih vprašalnikov), pa tudi znancem, ki so podali mnenje in konstruktivne predloge. Na tem mestu je treba tudi omeniti, da smo se, zaradi visoke stopnje odgovora odločili, izognili vprašanju občutljivega tipa. Vprašanja so preprosta in nezahtevna in od respondentov ne zahtevajo prekomernega mentalnega napora.

Vprašalnik anketirancev ne sprašuje po vprašanih občutljivega tipa, temveč gre zgolj za bolj splošna vprašanja. Naš vprašalnik je bil sestavljen iz naslednjih sklopov:

- nagovor,
- prvi tematski sklop: športna aktivnost anketirancev,
- drugi tematski sklop: zunanji videz anketirancev,
- demografska vprašanja,
- vprašanja o samem vprašalniku,
- zaključek (zahvala za sodelovanje, informacije o kasnejših rezultatih raziskave).

In ko smo že omenili, vprašalnik je bil programsko razdeljen v dve skupini (z uporabo pogojev), ki sta se izmenjavali z vsakim novim respondentom. Skratka imeli smo dva podvzorca. Tiste, ki so v izpolnjevanje dobili prvo anketo in tiste, ki so dobili drugo. Obe različici vprašalnika sta na voljo v prilogi (Priloga A).

3.4 Vzorčenje in zbiranje podatkov

V namen raziskave, da bi pridobili čim več respondentov, smo se odločili za neverjetnostno vzorčenje. Drugi razlog za izbor takšnega vzorčenja je stroškovni vidik, kar smo obrazložili že v uvodu. V splošnem raziskovalci preferirajo verjetnostna vzorčenja, pri katerih imajo enote populacije vnaprej znane in neničelne verjetnosti za izbor v vzorec (EnKlikAnketa 2014).

Največ anketirancev je anketo obiskalo preko socialnega omrežja Facebook, natančneje preko vabila v statusu. Pri nagovoru pa smo poskušali z nekoliko sproščenim pristopom. Poslali smo tudi drugo vabilo (v kasnejšem časovnem obdobju), ki je bilo prav tako prijateljsko naravnano: *»Če kdo še ni izpolnil, bi jokal od sreče, če to stori zdaj (lahko tudi delite med prijatelje)«*. Objava z vabilom na spletno anketo je bila tudi deljena, in sicer

šestkrat. Nekaj odgovorov je bilo tudi iz forumov, kjer smo odprli novo temo in vanjo vključili vabilo ter povezavo. Pravzaprav z enega foruma (www.slotech.com), saj so temo na drugih forumih odobrili prepozno. Zbiranje podatkov je potekalo od 22. julija 2015 do 16. avgusta 2015. Največ podatkov je bilo zbranih 8. avgusta 2015. Anketo je v tem dnevu v celoti izpolnilo 44 anketirancev (61 delno). V povprečju je bilo največ (delno) izpolnjenih vprašalnikov med 15.00 in 16.00 uro.

4 REZULTATI RAZISKAVE

4.1 Vzorec

V bazi smo zabeležili 264 enot, od tega je bilo ustreznih 132 enot (delno in v celoti izpolnjene ankete). Ustreznih enot za analizo je bilo torej točno polovica. Druga polovica enot je za nadaljnje analize neustreznih, gre za enote (anketirance), ki so si zgolj ogledali (kliknili) nagovor ali pa zatem kliknili na anketo nato pa zaprli okno vprašalnika.

Pri obeh različicah je 132 enot (ustreznih in neustreznih), ker so bili pogoji nastavljeni tako, da se ob vsakem kliku zamenja skupina oziroma način izpolnjevanja.

Tabela 4.1: Statusi enot za obe različici vprašalnika

Izpolnjevanje po straneh	Št. enot	Celostranski način	Št. enot
Klik na nagovor (3)	37	Klik na nagovor (3)	57
Klik na anketo (4)	26	Klik na anketo (4)	12
Delno izpolnjevanje (5)	12	Delno izpolnjevanje (5)	14
Končal anketo (6)	57	Končal anketo (6)	49
Seštevek enot:	132	Seštevek enot:	132
Seštevek ustreznih enot:	69	Seštevek ustreznih enot:	63
Seštevek vseh enot (obeh vprašalnikov): 264			

4.2 Predstavitev parapodatkov

Parapodatki so podatki, ki opisujejo proces anketiranja in se uporabljajo v različne namene, npr. za ocenjevanje anketirancev ali anketnih vprašanj (Couper 2005 v Kavtičnik 2015, 15). Na podlagi parapodatkov smo ugotovili, da je bilo vseh klikov na povezavo do vprašalnika 254, od tega 143 preko Facebooka, (94 preko mobilne aplikacije Facebook aplikacije, 49 pa klikov preko omrežja Facebook na računalniku). Iz foruma *slo-tech.com* je bilo klikov povezavo ankete 54, neposrednih klikov je bilo 33, gre za klike, kjer so respondenti neposredno prejeli povezavo do spletnega vprašalnika. Ostali kliki so del procesa

preverjanja vprašalnika pred izvedbo zbiranja podatkov, vprašalnik je bil namreč že aktiviran pred samim zbiranjem podatkov.

4.3 Prekinitve

Tabela 4.2: Prekinitev izpolnjevanja (pri delno izpolnjenih vprašalnikih)

	Št. enot	Skupno prekinitev	Skupno prekinitev (v %)
Celostranski prikaz	61	13	21 %
Prikaz po straneh	68	12	18 %

V tabeli 4.2 vidimo, da je bilo največ prekinitev pri anketi, kjer so bila vsa vprašanja postavljena na eni strani (21 %). V verziji z vprašanji po več straneh je bilo prekinitev manj, in sicer za 3 odstotne točke (18 %).

Prekinitve izpolnjevanja se pojavijo pri obeh različicah za vprašanja:

- Kateri so tisti razlogi, da se s športom sploh ne ukvarjate?
- V kolikšni meri se strinjate z naslednjimi trditvami: S športom se ukvarjam, ker ...

V vseh treh primerih, kjer so se pri obeh različicah pojavile prekinitve, gre za vprašanja, katerim sledijo dodatna podvprašanja.

Izvedli smo tudi t-test na podlagi podatkov v tabeli 4.1, ki je pokazal, da med obema podvzorcema ni statistično značilnih razlik

Na podlagi tabele o prekinitvah smo opravili t-test (razlika deležev za dva neodvisna vzorca) za skupini, kjer je rezultat pokazal, da ni statistično značilnih razlik (rezultat t-testa je 0,17) med eno (prikaz na eni strani) in drugo skupino (prikaz vprašanj po straneh).

Tabela 4.3: Neodgovori in prekinitve po spremenljivkah (prekinitve) – izpolnjevanje po straneh je prikazano v stolpcu A, celostranski prikaz vprašanj pa je prikazan v stolpcu B

	(-3)		Δ		SPS [%]		BSP [%]		NSP [%]	
Vprašanje	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
Kolikokrat se v povprečju na teden ukvarjate s športom?	0	0	0	0	0	16,4	0	9,2	0	0
Kateri so tisti razlogi, da se s športom sploh ne ukvarjate?	9	6	0	0	16,7	34	6,9	13,8	0	0
Imam slabe izkušnje na področju športnih aktivnosti.	0	0	0	0	0	80	0	9,2	0	0
Zdravstveno stanje mi ne omogoča, da bi se lahko ukvarjal s športom.	0	0	0	0	0	80	0	9,2	0	0

Nimam motivacije za športne aktivnosti.	0	0	0	0	0	80	0	9,2	0	0
Športne aktivnosti me ne zanimajo.	0	0	0	0	0	80	0	9,2	0	0
Ste se v preteklosti ukvarjali s športom?	0	0	0	0	0	80	0	9,2	0	0
Kateri so tisti razlogi, da ste s športom prenehali?	0	0	0	0	0	92,3	0	9,2	0	0
Koliko časa v povprečju tedensko porabite za športne aktivnosti?	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
S katerimi športi se ukvarjate?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aerobika	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Atletika	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Badminton	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Borilni športi	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Deskanje	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Drsanje	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Fitnes	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Kolesarjenje	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Košarka	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Nogomet	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Odbojka	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Plavanje	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Ples	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Pohodništvo	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Potapljanje	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Rokomet	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Rolanje	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Smučanje	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Tek	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Tek na smučeh	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Tenis	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
Drugo:	0	0	0	0	0	17,1	0	9,2	0	0
V kolikšni meri se strinjate z naslednjimi trditvami: S športom se ukavrajam ker...	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
...se rad/a zabavam	9	6	9	6	13,4	25,7	6,9	13,8	13,4	8,6
...rad/a tekmujem. se dokazujem	9	6	0	0	13,4	25,7	6,9	13,8	0	0
...vitalnost. hujšanje	9	6	0	0	13,4	25,7	6,9	13,8	0	0
...želim ohraniti telesno pripravljenost	9	6	0	0	13,4	25,7	6,9	13,8	0	0
...se na ta način družim s prijatelji.	9	6	0	0	13,4	25,7	6,9	13,8	0	0
Ali bi. če bi imeli možnost. namenili ...	9	6	0	0	13,4	25,7	6,9	13,8	0	0
Kateri so tisti razlogi, da se s športom ne ukvarjate pogosteje?	9	9	0	0	16,7	34	6,9	13,8	0	0
Drugo:	9	6	0	0	81,8	94,7	6,9	13,8	0	0
Kakšno je vaše mnenje o športu?	10	11	1	5	14,5	31,5	7,7	17,7	1,4	6,8

Kako pomemben je vam osebno zunanji izgled	11	12	1	1	15,9	32,9	8,5	18,5	1,4	1,4
Koliko časa dnevno porabite za svoj ose...	11	12	0	0	15,9	32,9	8,5	18,5	0	0
Sploh nebi spremenil.	11	12	0	0	15,9	32,9	8,5	18,5	0	0
Kaj bi spremenili?	11	12	0	0	15,9	32,9	8,5	18,5	0	0
Koliko v povprečju mesečno potrošite ...	11	12	0	0	15,9	32,9	8,5	18,5	0	0
Naš izgled gradi našo samozavest.	11	12	0	0	15,9	32,9	8,5	18,5	0	0
Obleka naredi človeka.	11	12	0	0	15,9	32,9	8,5	18,5	0	0
Zunanji videz je pomemben pri navezovanju...	11	12	0	0	15,9	32,9	8,5	18,5	0	0
Zunanji videz je enako pomemben kot kara...	11	12	0	0	15,9	32,9	8,5	18,5	0	0
Neurejeni ljudje me motijo.	11	12	0	0	15,9	32,9	8,5	18,5	0	0
Ljudje v splošnem namenajo premalo poz...	11	12	0	0	15,9	32,9	8,5	18,5	0	0
Spol:	11	12	0	0	15,9	32,9	8,5	18,5	0	0
V katero starostno kategorijo spadate?	11	12	0	0	15,9	32,9	8,5	18,5	0	0
Najvišja dosežena stopnja izobrazbe:	11	12	0	0	15,9	32,9	8,5	18,5	0	0
Status:	11	12	0	0	15,9	32,9	8,5	18,5	0	0
Drug status:	11	12	0	0	0	0	8,5	18,5	0	0
Skozi celoten vprašalnik sem lahko poda...	12	13	1	1	17,4	34,2	9,2	19,2	1,4	1,4
Anketa je bila zanimiva.	12	13	0	0	17,4	34,2	9,2	19,2	0	0
Vprašanja so preveč posegala v mojo za...	12	13	0	0	17,4	34,2	9,2	19,2	0	0
Anketa je bila dobro narejena in stestirana	12	13	0	0	17,4	34,2	9,2	19,2	0	0
Bi morda radi poudarili. povedali ali do...	12	13	0	0	17,4	34,2	9,2	19,2	0	0

Iz tabele 4.3 lahko razberemo stopnjo prekinitev posameznih spremenljivk. Na začetku so označene prekinitve izpolnjevanja vprašalnika (-3), ki se seštevajo, zatem je označeno s puščico ali gre za novo prekinitve (0 ni prekinitve, 1 nova prekinitve pri vprašanju) sledijo pa kot omenjeno stopnje neodgovorov, in sicer stopnje prekinitve pri posamezni spremenljivki spremenljivke¹, ki izraža delež enot, ki so prekinile z izpolnjevanje glede na vse enote in glede na obe različici vprašalnika. Bruto stopnje prekinitve spremenljivke² –, ki izraža kumulativni delež enot, ki so prekinile, glede na vse enote, ki so podale odgovor na vsaj eno vprašanje in predstavlja delež za obe različici vprašalnika. Zadnja stolpca za vsako

¹ SPS (angl. item breakoff rate – IBR),

² BSP (angl. gross item breakoff rate – GBR),

spremenljivko predstavlja neto stopnje prekinitve³ najbolj natančno pokaže, kje se je prekinitev zgodila (EnKlikAnketa 2015).

Pri celostranskem prikazu (prikazan v stolpcu B) lahko razberemo, da je ena prekinitev več kot pri vprašalniku, ki je anketirance vodil po straneh. Pri vprašalniku, ki je anketirance vodil po straneh je največ prekinitev takoj za prvo stranjo, in sicer je na tem mestu 9 anketirancev prenehalo z izpolnjevanjem, torej anketiranci so še odgovorili na zadnje vprašanje na prvi strani zatem, pa so prenehali z izpolnjevanjem. Stopnja prekinitve SPS in NSP je v tem primeru enaka je in 13,4 %, stopnja prekinitve pa znaša 6,9 %. Pri celostranskem prikazu spletnega vprašalnika je na tem mestu 6 prekinitev, čeprav ni nove strani (vse poteka na eni strani), vrednost NSP znaša na tem mestu 8,6 %

Vseh prekinitev spremenljivke je pri celostranskem prikazu vprašalnika 13, pri vprašalniku, ki je anketirance vodil po straneh pa 12, torej pri celostranskem prikazu spletnega vprašalnika je ena prekinitev izpolnjevanja vprašalnika več (13 prekinitev). Če prekinitev prikažemo še glede na to, koliko jih je prenehalo po določeni strani vprašalnika (velja zgolj za vprašalnik, ki je bil prikazan po straneh – prikazan v stolpcu A). Že takoj po prvi strani jih je z izpolnjevanjem prekinilo 9, na prehodu iz druge na tretjo stran sta prekinila z izpolnjevanjem še 2 (skupno 11), na strani 4 ni sprememb, s pete strani na šesto stran spletnega vprašalnika pa je z izpolnjevanjem prekinil še en respondent torej skupno 12.

Zanimivo je, da so vse prekinitve na zelo podobnih mestih v vprašalniku, to je tam, kjer se konča določena stran, pri celostranskem prikazu pa se na tem mestu zamenja zgolj tematski sklop.

4.4 Neodgovori spremenljivke

Pri neodgovoru spremenljivke gre za vprašanja, na katera anketiranec ni odgovoril. Takšna vprašanja se pojavljajo pri obeh verzijah vprašalnika.

Tabela 4.4: Neodgovori spremenljivke - izpolnjevanje po straneh je prikazano v stolpcu A, celostranski prikaz vprašanj pa je prikazan v stolpcu B

Vprašanje	Neodgovor spremenljivke (-1)	
	A	B
Kolikokrat se v povprečju na teden ukva ...	0	0
Športne aktivnosti me ne zanimajo.	0	1
Imam slabe izkušnje na področju športa ...	1	3
Zdravstveno stanje mi ne omogoča, da bi ...	2	3

³ NSP (angl. net item breakoff rate – NBR)

Nimam motivacije za športne aktivnosti.	2	3
Ste se v preteklosti ukvarjali s špor ...	1	0
Kateri so tisti razlogi. da ste s šport ...	0	0
Koliko časa v povprečju tedensko porab ...	2	0
Aerobika	0	0
Atletika	0	0
Badminton	0	0
Borilni športi	0	0
Deskanje	0	0
Drsanje	0	0
Fitnes	0	0
Kolesarjenje	0	0
Košarka	0	0
Nogomet	0	0
Odbojka	0	0
Plavanje	0	0
Ples	0	0
Pohodništvo	0	0
Potapljanje	0	0
Rokomet	0	0
Rolanje	0	0
Smučanje	0	0
Tek	0	0
Tek na smučeh	0	0
Tenis	0	0
Drugo:	0	0
Drugo:	0	3
... se rad/a zabavam	3	2
... rad/a tekmujem. se dokazujem	0	4
... vitalnost. hujšanje	1	4
... želim ohraniti telesno pripravljenost ...	1	3
... se na ta način družim s prijatelji.	1	3
Ali bi. če bi imeli možnost. namenili ...	1	2
Kateri so tisti razlogi. da se s športo ...	0	0
Drugo:	0	0
Kakšno je vaše mnenje o športu? Se vam zdi da je redna športna aktivnost pomembna?	0	22
Kako pomemben je vam osebno zunanji izgl ...	18	1
Koliko časa dnevno porabite za svoj ose ...	0	0
Sploh ne bi spremenil.	0	0
Kaj bi spremenili?	0	23
Koliko v povprečju mesečno potrošite ...	29	0
Naš izgled gradi našo samozavest.	0	0
Obleka naredi človeka.	0	1
Zunanji videz je pomemben pri navezov ...	1	2

Zunanji videz je enako pomemben kot kara ...	1	1
Neurejeni ljudje me motijo.	1	2
Ljudje v splošnem namenajo premalo poz ...	2	3
Spol:	3	0
V katero starostno kategorijo spadate?	0	0
Najvišja dosežena stopnja izobrazbe:	0	0
Status:	0	0
Drug status:	0	0
Skozi celoten vprašalnik sem lahko poda...	0	0
Anketa je bila zanimiva.	1	1
Vprašanja so preveč posegala v mojo za...	1	0
Anketa je bila dobro narejena in stestir...	1	1
Bi morda radi poudarili. povedali ali do...	1	38
Seštevek:	74	126

Iz tabele 4.4 lahko razberemo, da je več neodgovorov spremenljivke (-1), pri vprašalniku, ki je bil anketirancem prikazan na eni sami strani, pri tej različici vprašalnika se je pojavilo kar 126 neodgovorov. Pri vprašalniku, ki je anketirance vodil po straneh (v tabeli je to stolpec A), je neodgovorov manj, in sicer 74. Neodgovori se večinoma pojavljajo pri vprašanjih odprtega tipa, torej tam, kjer mora anketiranec svoj odgovor podati v obliki besedila. Iz podatkov lahko sklepamo, da je pri pridobivanju kvalitetnih podatkov veliko bolje imeti vprašalnik po straneh, saj je pri tej vizualni postavitvi vprašanj kar 52 manj neodgovorov spremenljivke v primerjavi s celostranskim prikazom.

4.5 Odprti odgovori

Tabela 4.5: Pregled odprtih odgovorov - izpolnjevanje po straneh je prikazano v stolpcu A, celostranski prikaz vprašanj pa je prikazan v stolpcu B

Pregled odprtih odgovorov														
	-1		-2		-3		Veljavni		Veljavni utemeljeno		Št. znakov		Št. besed	
Vprašanje	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
Kateri so tisti razlogi, da ste s športom prenehali?	2	0	127	117	0	0	1	1	1	1	14	17	3	3
Q6(Drugo:)	3	3	124	111	0	0	3	4	3	4	35	49	5	10
Q9 (Drugo:)	0	0	9	111	9	6	2	1	1	1	13	6	3	1
Kakšno je vaše mnenje o športu? Se vam zdi da je redna športna aktivnost pomembna? Se vam zdi da je redna športna aktivnost pomembna?	19	23	61	57	10	11	40	27	27	21	1896	1431	368	322
Kaj bi spremenili?	27	24	61	57	11	12	27	25	23	22	574	549	106	161
Q22 (Drug status:)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bi morda radi poudarili, povedali ali dodali še kaj pa med izpolnjevanjem vprašalnika niste mogli?	39	39	61	57	12	15	18	9	11	6	1096	663	228	139
Seštevek:	90	89	443	510	42	44	91	67	66	55	3628	2715	713	636

Iz tabele 4.5 ugotovimo, da je bilo največ besed pri odprtih vprašanjih zapisanih v različici, kjer so bila vprašanja razdeljena po straneh (v tabeli prikazana v stolpcu A), verjetno, ker so si anketiranci tako vzeli več časa kot pri celostranskem prikazu (v tabeli prikazana v stolpcu B),, kjer so lahko opazili, da jih za vprašanjem čaka še kar nekaj drugih vprašanj. Pri vprašalniku po straneh je bilo skupno 713 (3628 znakov, brez presledkov). Najbolj so bili zgovorni pri vprašanju: »Kakšno je vaše mnenje o športu? Se vam zdi, da je redna športna aktivnost pomembna?«, kjer so zapisali 368 besed (1896 znakov, brez presledkov). Pri verziji, kjer so bila vprašanja na eni strani, pa so anketiranci v odprte odgovore skupno zapisali 636 besed (2715 znakov, brez presledkov).

Največja stopnja neodgovora (-1) je bila pri vprašanju »Bi morda radi poudarili, povedali ali dodali še, kaj pa med izpolnjevanjem vprašalnika niste mogli?«

Pri verziji po straneh vse skupaj 90 respondentov ni odgovorilo na odprta vprašanja (torej niso vsi respondenti odgovorili na vsa odprta vprašanja).

Največ neodgovorov (-1), je pri vprašanjih pri celostranskem načinu (89), malo manj pa pri načinu po straneh (90). Pri prekinitvi izpolnjevanja (-3) so številke višje pri celostranskem izpolnjevanju vprašalnika (prekinitve 44), nižje pa pri izpolnjevanju po straneh (42).

Odprti odgovori za vsako posamezno spremenljivko (vprašanje) so označeni kot veljavni in neveljavni (utemeljeno), to pomeni, da smo odgovore, ki niso predstavljali nekih resnih pripomb ali resnega podajanja odgovorov izločili iz analize.

Podatki, neodgovorov zaradi pogoja (-2) se pojavljajo, ker smo en vprašalnik ločili na dve skupini, spletno orodje pa je to označilo kot preskok izpolnjevanja. Torej lahko v analizah te številke (-2) povsem zanemarimo, saj ti anketiranci vprašanja v tej skupini niso videli.

Ugotovili smo, da je pri anketi z vprašanji na eni strani manj izpolnjenih vprašanj (126 neodgovorov spremenljivke) kot pri vprašalniku, ki je anketirance vodil po straneh (74 neodgovorov spremenljivke), kar pomeni, da so pri vprašalniku po straneh odgovori bolj kvalitetni.

Vse podatke smo na koncu sešteli in dobili pregled, kje je bilo več neodgovorov in kje so anketiranci podali daljše in bolj utemeljene odgovore.

4.6 Časovne razlike v izpolnjevanju vprašalnika

Povprečni čas izpolnjevanja obeh verzij vprašalnikov je pokazal, da ni večjih razlik med obema verzijama. Respondenti so pri anketi z vprašanji na eni strani v povprečju potrebovali 220 sekund (3 minute in 40 sekund), pri vprašalniku z vprašanji po več straneh pa 221 sekunde (3 minute in 41 sekund). Trdimo lahko, da so razlike v času izpolnjevanja zanemarljive.

4.7 Mnenje anketirancev o vprašalniku

V tem delu je predstavljen zadnji tematski sklop vprašalnika, v katerem smo anketirance spraševali po njihovem mnenju, ki so si ga oblikovali o samem vprašalniku (npr. zadovoljstvo) Mnenja o samem vprašalniku so nam pomagala identificirati razloge, ki bi lahko vplivali na neodgovor.

Tabela 4.6: Mnenje anketirancev o vprašalniku - celostranski prikaz vprašanj je prikazan v stolpcu A, izpolnjevanje po straneh pa je prikazano v stolpcu B

Ocenite svoje strinjanje s spodnjimi trditvami.								
Podvprašanja	Veljavni		Št. enot		Povprečje		Std. Odklon	
	A	B	A	B	A	B	A	B
Skozi celoten vprašalnik sem lahko podal/a svoje mnenje.	48	56	130	130	4,1	4,2	0,7	0,7
Anketa je bila zanimiva.	47	56	130	130	4,1	4	0,7	0,7
Vprašanja so preveč posegala v mojo zasebnost.	48	56	130	130	2,1	2	1	1
Anketa je bila dobro narejena in stestirana.	47	56	130	130	4	4	1	0,6

Pri različici z odgovori na eni strani se je pokazalo boljše mnenje o samem vprašalniku, kot pri alternativnem prikazu z odgovori na več straneh.

Pri celostranskem načinu izpolnjevanja (v tabeli prikazano v stolpcu A) so povprečja nekoliko višja, kar pomeni, da so imeli anketiranci v tem primeru boljše mnenje o samem vprašalniku. Bili so mnenja, da so lahko ves čas imeli možnost podati svoje mnenje, vendar se vrednosti pri posameznih podvprašanjih o zadovoljstvu statistično bolj odklanjajo. Pri izpolnjevanju vprašalnika po straneh (v tabeli prikazano v stolpcu B) so anketiranci izrazili nekoliko manjše zadovoljstvo s samim vprašalnikom, pri čemer je treba poudariti, da se vrednosti statistično manj odklanjajo v primerjavi s celostranskim načinom izpolnjevanja. Pri podvprašanju »Vprašanja so preveč posegala v mojo zasebnost« je bilo skupno povprečje najmanjše izmed vseh vprašanj, kar pomeni, da se anketiranci z zgoraj navedeno izjavo niso strinjali, (celostranski način povpr. je 2,1, pri načinu po straneh je povprečje 2,0) iz česar lahko ugotovimo, da se anketirancem vprašanja ni zdelo, da vprašanja preveč posegajo v zasebnost. Na podlagi tega lahko trdimo, da je bila naša namera o oblikovanju vprašanj, ki bodo povsem splošna in ne bodo preveč posegala v zasebnost anketirancev zadoščena.

Na podlagi podatkov v zgornji tabeli 4.4 lahko povzamemo, da so se anketiranci v veliki meri strinjali, da so lahko skozi celoten vprašalnik podali svoje mnenje, anketiranci, ki so izpolnjevali vprašalnik po straneh so na podlagi tabele 4.5 strinjajo s tem v večji meri, saj je povprečje 4,2 (vrednosti se odklanjajo za 0,7), pri celostranskem načinu je povprečje 4,1 (vrednosti se odklanjajo za 0,7). »Standardni odklon, je mera variabilnosti od srednje vrednosti, manjši kot je standardni odklon manjše so razlike med dejanskimi vrednostmi spremenljivke in njeno aritmetično sredino ter obratno« (Bastič 2006).

4.8 Končne ugotovitve na podlagi sklenjenih hipotez

V tem delu diplomske naloge se posvečamo hipotezam, ki smo jih zastavili na začetku raziskovalnega procesa. Za vsako od hipotez povzamemo ključne ugotovitve na podlagi, katerih lahko določeno hipotezo sprejmemo oziroma zavržemo.

H1: Med postavitvami ni razlik v kvaliteti, vsebini odgovorov, zadovoljstvu

Pri analiziranju parapodatkov, kot tudi odgovorov anketirancev, smo spoznali, da obstajajo določene razlike pri vsaki skupini, te razlike bomo povzeli v nadaljevanju.

Prekinitev izpolnjevanja (-3) je bila višja pri celostranskem načinu izpolnjevanja, in sicer za eno prekinitev.

Vsebina samih odgovorov (analiza odprtih vprašanj) je pokazala, da so se anketiranci bolj razpisali pri načinu po straneh, pri čemer je bila višja tudi številka odgovorov, za katere lahko utemeljeno trdimo, da so veljavni (izločili smo odgovore, ki vsebinsko niso imeli pravega pomena in jih tako tudi ne bi mogli uporabiti v nadaljnjih analizah). Pri skupini, ki je vprašalnik izpolnjevala po straneh, je bilo število znakov (brez presledkov) manjše, pri čemer je bilo manjše tudi število veljavnih torej utemeljenih odgovorov.

V povprečju je bila skupina, ki je vprašalnik izpolnjevala v celostranskem načinu bolj zadovoljna (izračunali smo povprečje vseh 4 podvprašanj, ki znaša 3,57), pri čemer se vrednosti statistično bolj odklanjajo. Skupina, ki je izpolnjevala vprašalnik po straneh, je izrazila, da je bila s samim vprašalnikom manj zadovoljna (izračunali smo povprečje vseh 4 podvprašanj, ki znaša 3,55).

H2: Razlike so v času izpolnjevanja spletnega vprašalnika

Obstajajo razlike v povprečnem času izpolnjevanja obeh različic vprašalnika, vendar so razlike zanemarljivo majhne. Krajši čas izpolnjevanja je sicer pri celostranskem načinu izpolnjevanja, vendar le za 1 sekundo.

Morda bi bila razlika pri daljšem vprašalniku bolj izrazita.

H3: Vprašalnik, ki anketiranca vodi po straneh bo bolj uspešen, saj anketiranec ne vidi v celoti obsežnosti vprašalnika.

Pri odprtih odgovorih smo dokazali, da je več neodgovorov na odprta vprašanja, pri celostranskem načinu izpolnjevanja vprašalnika, kjer smo ugotovili, da je pri tem načinu tako

tudi manjše število znakov (štetih brez presledkov), če primerjamo skupino, ki je vprašalnik izpolnjevala po straneh.

Zanimiva je tudi ugotovitev, da se je večina prekinitev zgodila prav na mestu, kjer je bil vprašalnik razdeljen na strani, oziroma na mestu v vprašalniku (pri celostranskem načinu), kjer se je zamenjal sklop vprašanj.

5 ZAKLJUČEK

V sklopu diplomskega dela smo z zbiranjem podatkov na podlagi dveh alternativnih prikazov spletnega vprašalnika raziskali in podali ugotovitev, ali obstajajo razlike v stopnjah neodgovorov na podlagi različne postavitve anketnih vprašanj. Na eni strani smo imeli vprašanja, ki so se respondentov prikazovali na eni sami strani, pri čemer smo uporabili pogoje za razkrivanje dodatnih vprašanj, ki so se respondentom prikazala glede na odgovor prejšnjega vprašanja. Na drugi strani pa smo vprašanja prikazovali tako, da smo jih smiselno razdelili na več strani. Izkazalo se je, da razlike v stopnji neodgovora in številu prekinitev so. Vendar razlike niso bile statistično značilne. Zaradi tega razloga so razlike zanemarljive, tako, da ni mogoče zagotovo trditi, katera različica prikaza anketnih vprašanj je superiorna drugi. Brez težav lahko trdimo, da v resnici ni razlik. Ob tem je treba upoštevati tudi druge elemente (npr. neslučajnostni vzorec).

Podajanje odgovorov na raziskovalna vprašanja, ki smo jih zastavili na začetku, ni tako enostavno. Problem pri raziskovanju dveh alternativnih prikazov spletnega vprašalnika je bil delno tudi, ker je bila stopnja odgovor relativno majhna ($n=128$), kar pomeni, da nismo zajeli veliko enot v naš vzorec in če pogledamo, da smo izpolnjevanje vprašalnika razdelili v dve skupini smo imeli dokaj majhno število enot, ki smo jih lahko uporabili pri analizah. Zagotovo bi bilo smotrno podobno raziskavo ponoviti na večjem številu enot, saj bi tako lahko lažje sklepali o oblikovanih hipotezah.

Ugotovili smo, da obstajajo razlike med enim in drugim prikazom vprašanj, ampak so razlike zanemarljive, tako, da ne moremo trditi, da je ena metoda boljša od druge.

Pri samem izpolnjevanju vprašalnika smo opazili, da je nekoliko višja stopnja prekinitve (-3 pri vprašalniku na eni sami strani, torej pri celostranskem prikazu vprašanj. Stopnje neodgovora na posamezno vprašanje, merjenih na podlagi neto stopnje prekinitve spremenljivke, ki pokaže, da je nekoliko več neodgovorov posamezne spremenljivke pri načinu, kjer je anketiranje potekalo po straneh. Če se osredotočimo na vprašanja odprtega tipa, torej tam, kjer so respondenti svoje odgovore podajali s pisanjem se je bolje izkazal

način anketiranja, ki je anketirance vodil po straneh. Časovno je vprašalnik, ki je bil ponujen po več straneh potekal sekundo dalj od vprašalnika na eni strani.

Če smo v uvodnem delu trdili, da je pri vsakem novem raziskovanju treba razmisliti o primerni metodologiji in jo seveda prilagoditi vsakemu raziskovanju posebej, ker ima vsako raziskovanje svoje posebnosti, zaradi katerih ne moremo enkrat za vselej oblikovati povsem enake raziskovalne metode, je tudi v tem primeru je potrebno pregledati podatke, razmisliti, kaj točno želimo raziskati in se nato odločiti, katero vizualno postavitev vprašanj bomo izbrali.

Z diplomskim delom smo dokazali, da ima vsak način svoje prednosti in slabosti, merjenih v obliki neodgovorov. Preprosto ne moremo trditi, kateri način je bolje uporabiti pri raziskovanju, saj ugotovitve kažejo, da ima vsak glede na vrsto vprašanja, tematiko vprašanja svoje prednosti in slabosti.

Verjamemo pa, da na področju oblikovanja spletnih vprašalnikov obstaja potreba po nadaljnjih raziskavah v smeri iskanja optimalnega načina postavitve vprašanj, ki bo za respondente najbolj privlačen. Informacijsko komunikacijske tehnologije pa prinašajo ta potencial in zahtevajo nenehno raziskovanje po boljših načinih spletnega anketiranja.

6 LITERATURA

1. Bastič, Majda. 2006. *Metode raziskovanja*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
2. Božič Marolt, Janja. 2009. *Vodič po javnomnenjskih raziskavah in objavljenih raziskavah*. Dostopno prek: <http://www.mediana.si/strokovni-clanki/vodic-po-javnomnenjskih-raziskavah-in-objavljenih-raziskavah/> (25. maj 2015).
3. Callegaro, Mario, Katja Lozar Manfreda in Vasja Vehovar. 2015. *Web Survey Methodology*. London: Sage Publications.
4. Dillman A., Don, Jolene Smyth D. in Melani Leah Christian. 2014. *Internet, Phone, mail and Mixed-Mode Surveys: The Tailored Design Method, 4th edition*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
5. Dillman, Don A. Christian, Leah Melani. 2005. *Survey Mode as a Source of Instability in Responses across Surveys*. *Field Methods* 17 (1): 30–52.
6. *EnKlikAnketa*. Dostopno prek: <https://1ka.si> (17. maj 2015).
7. Florjančič, Viktorija, ur. 2014. *Zbornik prispevkov študentov: Izzivi informacijske družbe*. Koper: Fakulteta za management.
8. Galesic, Mirta in Michael Bosnjak. 2009. Effects of questionnaire length on participation and indicators of response quality in a web survey. *Public Opinion Quarterly* 73 (2): 349–360.
9. Kavtičnik, Tina. 2009. *Evalvacija anketnih orodij*. Dostopno prek: <http://dk.fdv.uni-lj.si/diplomska/pdfs/kavticnik-tina.pdf> (17. september 2015).
10. Kogovšek, Luka. 2000. Merjenje spletnega oglaševanja in aktivnosti uporabnikov interneta. *Teorija in praksa* 37(6): 1007–1018.

11. Lambries, Dennis. 2008. Computerized Self-Administered Questionnaires (CSAQ). V *Encyclopedia of Survey Research Methods*, ur. Paul Lavrakas J., 126–127. Thousand Oaks: Sage Publications.
12. Lozar Manfreda, Katja in Vasja Vehovar in Zenel Batagelj. 2000. Veljavnost interneta kot anketnega orodja. *Teorija in praksa* 37 (6): 1035–1051.
13. Statistični urad Republike Slovenije. *Uporaba računalnikov in interneta pri starejših, podrobni podatki, Slovenija, 2013 - končni podatki*. 2013. Dostopno prek: <http://www.stat.si/StatWeb/glavnanavigacija/podatki/prikazistaronovico?IdNovice=5923> (25. maj 2015).
14. Tech Terms. 2008. *Web 2.0*. Dostopno prek: <http://techterms.com/definition/web20> (22. september 2015).
15. The George Washington University. 2000. *Assessing the Methodology of the Study*. Dostopno prek: <http://www.gwu.edu/~litrev/a06.html> (17. september 2015).
16. Učinkovita državna podpora za športno aktivnost državljanov. 2012. *Zaključno poročilo o rezultatih ciljnega raziskovalnega projekta*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
17. Yeager S., David, Jon Krosnick A., Chang LinChiat, Harold Javitz S, Matthew Levendusky S, Alberto Simpser in Rui Wang. 2011. Comparing the Accuracy of RDD Telephone Surveys and Internet Surveys Conducted with Probability and Non-Probability Samples. *Public Opinion Quarterly* 75 (4): 709–747.

PRILOGE

PRILOGA A: Vprašalnik (obe vizualni postavitvi)

- Vprašalnik, ki je anketirance vodil po straneh, je v vprašalniku do vključno strani 5.
- Vprašalnik, kjer so anketiranci izpolnjevali vsa vprašanja na eni strani se nahaja izključno na strani 6 v vprašalniku.

Lepi in fit!

Nagovor vprašalnika:

Moje ime je Aljoša Močnik in sem študent zaključnega letnika Družboslovne informatike, dodiplomskega programa, ki se izvaja na Fakulteti za družbene vede (UL). Program zaključujem z diplomsko nalogo, ki obsega raziskavo in predstavitev učinkov dveh alternativnih prikazov spletnega vprašalnika.

V ta namen sem sestavil kratko anketo na temo športa in zunanjšega izgleda.

Vabim vas k sodelovanju in se že vnaprej zahvaljujem za vsako izpolnjeno in posredovano anketo, saj boste s tem pripomogli k uresničitvi mojega cilja ob enem pa vam zagotavljam popolno anonimnost, saj bodo podani podatki na podlagi vprašalnika uporabljeni izključno v namen raziskave za diplomsko nalogo.

Kratko ime ankete: Diploma - lepi in fit	
Dolgo ime ankete: Lepi in fit!	
Število vprašanj: 53	
Aktivna od: 22.07.2015	Aktivna do: 16.08.2015
Avtor: Aljoša Močnik	Spreminjal: Aljoša Močnik
Dne: 07.06.2015	Dne: 09.09.2015
Opis:	

IF (2) mod(recnum, 2) = 0

Q2 - Najprej nekaj kratkih vprašanj o športni aktivnosti.

IF (2) mod(recnum, 2) = 0

SP1 - Kolikokrat se v povprečju na teden ukvarjate s športom?

Ukvarjanje s športom je upoštevano kot vsaka oblika športne aktivnosti ne glede na to ali gre za formalno udeležbo na treningih ali rekreativno športno aktivnost.

- ☐ 1 - nikoli
- ☐ 2 - manj kot enkrat mesečno
- ☐ 3 - enkrat mesečno
- ☐ 4 - nekajkrat mesečno
- ☐ 5 - enkrat tedensko
- ☐ 6 - večkrat tedensko
- ☐ 7 - vsak dan

IF (3) SP1 = [1]

Q3skala - Kateri so tisti razlogi, da se s športom sploh ne ukvarjate?

	Zelo se strinjam	2	Niti - niti	4	Sploh se ne strinjam
Športne aktivnosti me ne zanimajo.	☐	☐	☐	☐	☐
Imam slabe izkušnje na področju športnih aktivnosti.	☐	☐	☐	☐	☐
Zdravstveno stanje mi ne omogoča, da bi se lahko ukvarjal s športom.	☐	☐	☐	☐	☐
Nimam motivacije za športne aktivnosti.	☐	☐	☐	☐	☐

IF (3) SP1 = [1]

Q3 - Ste se v preteklosti ukvarjali s športom?

- ☐ Da.
- ☐ Ne.

IF (4) Q3 = [1]

Q4 - Kateri so tisti razlogi, da ste s športom prenehali?

IF (5) SP1 = [2, 3, 4, 5, 6, 7]

Q5 - Koliko časa v povprečju tedensko porabite za športne aktivnosti?

- ☐ Manj kot pol ure
- ☐ Od pol ure do ene ure
- ☐ Od ene do dveh ur
- ☐ od 2 do 3 ur
- ☐ od 3 do 4 ur
- ☐ od 4 do 5 ur
- ☐ od 5 do 6 ur
- ☐ več kot 6 ur tedensko

IF (6) SP1 = [2, 3, 4, 5, 6, 7]

Q6 - S katerimi športi se ukvarjate?

Možnih je več odgovorov

- ☐ Aerobika
- ☐ Atletika
- ☐ Badminton
- ☐ Borilni športi
- ☐ Deskanje
- ☐ Drsanje
- ☐ Fitnes
- ☐ Kolesarjenje
- ☐ Košarka
- ☐ Nogomet
- ☐ Odbojka
- ☐ Plavanje
- ☐ Ples
- ☐ Pohodništvo
- ☐ Potapljanje
- ☐ Rokomet
- ☐ Rolanje
- ☐ Smučanje
- ☐ Tek
- ☐ Tek na smučeh
- ☐ Tenis
- ☐ Drugo:

IF (6) SP1 = [2, 3, 4, 5, 6, 7]

Q7 - V kolikšni meri se strinjate z naslednjimi trditvami: S športom se ukvarjam ker...

	Sploh se ne strinjam.	Ne strinjam se.	Niti - niti.	Strinjam se.	Popolnoma se strinjam.
...se rad/a zabavam	☐	☐	☐	☐	☐
...rad/a tekmujem, se dokazujem	☐	☐	☐	☐	☐
...vitalnost, hujšanje	☐	☐	☐	☐	☐
...želim ohraniti telesno pripravljenost (kondicijo)	☐	☐	☐	☐	☐
...se na ta način družim s prijatelji.	☐	☐	☐	☐	☐

IF (7) SP1 = [2, 3, 4, 5, 6, 7]

Q8 - Ali bi, če bi imeli možnost, namenili več časa športnim aktivnostim?

- ☐ Da
☐ Ne

IF (8) Q8 = [1]

Q9 - Kateri so tisti razlogi, da se s športom ne ukvarjate pogosteje?

- ☐ Pomanjkanje časa
☐ Pomanjkanje denarja
☐ Pomanjkanje športnega znanja
☐ Oddaljenost, pomanjkanje ali neprimernost vadišč
☐ Nimam volje
☐ Drugo:

IF (2) mod(recnum, 2) = 0

Q10 - Kakšno je vaše mnenje o športu? Se vam zdi da je redna športna aktivnost pomembna? u? Se vam zdi da je redna športna aktivnost pomembna?

Podate lahko povsem svoje mnenje.

--

IF (2) mod(recnum, 2) = 0

Q11 - Še nekaj vprašanj o zunanjem izgledu.

IF (2) mod(recnum, 2) = 0

Q12 - Kako pomemben je vam osebno zunanji izgled?

- ☐ Zelo pomemben.
- ☐ Pomemben
- ☐ Niti-Niti
- ☐ Nepomemben
- ☐ Zelo nepomemben.

IF (2) mod(recnum, 2) = 0

Q13 - Koliko časa dnevno porabite za svoj osebni zunanji izgled?

Kot primer navajam nekaj primerov kaj skrb za zunanji izgled vključuje - tuširanje, umivanje zob, britje, ...

- ☐ 15 minut ali manj.
- ☐ od 15 do 30 minut.
- ☐ od 30 minut do 1 ure.
- ☐ od 1 ure do 2 ur.
- ☐ več kot 2 uri dnevno.

IF (2) mod(recnum, 2) = 0

Q14 - Bi na sebi glede zunanjega izgleda karkoli spremenili?

	5	4	3	2	1	
Sploh nebi spremenil.	☐	☐	☐	☐	☐	Zagotovo bi spremenil.

IF (9)

Q15 - Kaj bi spremenili?

--

IF (2) mod(recnum, 2) = 0

Q16 - Koliko v povprečju mesečno potrošite za zunanji izgled ? (obisk frizerja, kozmetika prehranski dodatki, ...)

- ☐ do 10€
- ☐ od 10€ do 20€
- ☐ od 20€ do 30€
- ☐ od 30€ do 40€
- ☐ od 40€ do 50€
- ☐ od 50€ do 60€
- ☐ od 60€ do 70€
- ☐ 70€ ali več.

IF (2) mod(recnum, 2) = 0

Q17 - V kolikšni meri se strinjate z naslednjimi izjavami?

	Sploh se ne strinjam.	Ne strinjam se.	Niti - niti.	Strinjam se.	Popolnoma se strinjam.
Naš izgled gradi našo samozavest.	☐	☐	☐	☐	☐
Obleka naredi človeka.	☐	☐	☐	☐	☐
Zunanji videz je pomemben pri navezovanju stikov.	☐	☐	☐	☐	☐
Zunanji videz je enako pomemben kot karakter osebe.	☐	☐	☐	☐	☐
Neurejeni ljudje me motijo.	☐	☐	☐	☐	☐
Ljudje v splošnem namenjajo premalo pozornosti urejenemu izgledu.	☐	☐	☐	☐	☐

Q18 - Sedaj pa še nekaj demografskih vprašanj.

Q19 - Spol:

- ☐ Moški.
- ☐ Ženski.

Q20 - V katero starostno kategorijo spadate?

- ☐ 15 - 20 let
- ☐ 21 - 25 let
- ☐ 26 - 30 let
- ☐ 31 - 35 let
- ☐ 36 - 40 let
- ☐ 41 - 45 let
- ☐ 46 - 50 let
- ☐ 51 - 55 let
- ☐ 56 - 60 let
- ☐ 61 - 65 let
- ☐ 66 let ali več

Q21 - Najvišja dosežena stopnja izobrazbe:

- ☐ Osnovnošolska izobrazba ali manj
- ☐ Poklicna izobrazba
- ☐ Srednješolska izobrazba
- ☐ Višje ali visokošolska izobrazba
- ☐ Univerzitetna izobrazba
- ☐ Magisterij, specializacija, doktorat

Q22 - Status:

- ☐ Zaposlen
- ☐ Samozaposlen
- ☐ Brezposeln
- ☐ Upokojenec
- ☐ Dijak ali študent
- ☐ Drug status:

IF (2) mod(recnum, 2) = 0

Q23 - Za konec bi vas prosil, da odgovorite vprašanja, ki se navezujejo na sam vprašalnik.

IF (2) mod(recnum, 2) = 0

Q24 - Ocenite vaše strinjanje s spodnjimi trditvami.

	Sploh se ne strinjam	Ne strinjam se	Niti - niti	Strinjam se	Zelo se strinjam
Skozi celoten vprašalnik sem lahko podal/a svoje mnenje.	☐	☐	☐	☐	☐
Anketa je bila zanimiva.	☐	☐	☐	☐	☐
Vprašanja so preveč posegala v mojo zasebnost.	☐	☐	☐	☐	☐
Anketa je bila dobro narejena in stestirana.	☐	☐	☐	☐	☐

IF (2) mod(recnum, 2) = 0

Q25 - Bi morda radi poudarili, povedali ali dodali še kaj pa med izpolnjevanjem vprašalnika niste mogli?

IF (12) mod(recnum, 2) = 1

Q26 - Najprej nekaj kratkih vprašanj o športni aktivnosti.

IF (12) mod(recnum, 2) = 1

Q53 - Kolikokrat se v povprečju na teden ukvarjate s športom?

Ukvarjanje s športom je upoštevano kot vsaka oblika športne aktivnosti ne glede na to ali gre za formalno udeležbo na treningih ali rekreativno športno aktivnost.

- ☐ 1 - nikoli
- ☐ 2 - manj kot enkrat mesečno
- ☐ 3 - enkrat mesečno
- ☐ 4 - nekajkrat mesečno
- ☐ 5 - enkrat tedensko
- ☐ 6 - večkrat tedensko
- ☐ 7 - vsak dan

IF (13) Q53 = [1]

Q54 - Kateri so tisti razlogi, da se s športom sploh ne ukvarjate?

	Zelo se strinjam	2	Niti - niti	4	Sploh se ne strinjam
Športne aktivnosti me ne zanimajo.	☐	☐	☐	☐	☐
Imam slabe izkušnje na področju športnih aktivnosti.	☐	☐	☐	☐	☐
Zdravstveno stanje mi ne omogoča, da bi se lahko ukvarjal s športom.	☐	☐	☐	☐	☐
Nimam motivacije za športne aktivnosti.	☐	☐	☐	☐	☐

IF (13) Q53 = [1]

Q55 - Ste se v preteklosti ukvarjali s športom?

- ☐ Da.
☐ Ne.

IF (14) Q55 = [1]

Q56 - Kateri so tisti razlogi, da ste s športom prenehali?

--

IF (15) Q53 = [2, 3, 4, 5, 6, 7]

Q57 - Koliko časa v povprečju tedensko porabite za športne aktivnosti?

- ☐ Manj kot pol ure
☐ Od pol ure do ene ure
☐ Od ene do dveh ur
☐ od 2 do 3 ur
☐ od 3 do 4 ur
☐ od 4 do 5 ur
☐ od 5 do 6 ur
☐ več kot 6 ur tedensko

IF (16) Q53 = [2, 3, 4, 5, 6, 7]

Q58 - S katerimi športi se ukvarjate?

Možnih je več odgovorov

- ☐ Aerobika
☐ Atletika
☐ Badminton
☐ Borilni športi
☐ Deskanje
☐ Drsanje
☐ Fitnes
☐ Kolesarjenje
☐ Košarka
☐ Nogomet
☐ Odbojka
☐ Plavanje
☐ Ples
☐ Pohodništvo
☐ Potapljanje
☐ Rokomet
☐ Rolanje
☐ Smučanje
☐ Tek
☐ Tek na smučeh
☐ Tenis
☐ Drugo:

IF (16) Q53 = [2, 3, 4, 5, 6, 7]

Q59 - V kolikšni meri se strinjate z naslednjimi trditvami: S športom se ukvarjam ker...

	Sploh se ne strinjam.	Ne strinjam se.	Niti - niti.	Strinjam se.	Popolnoma se strinjam.
...se rad/a zabavam	☐	☐	☐	☐	☐
...rad/a tekmujem, se dokazujem	☐	☐	☐	☐	☐
...vitalnost, hujšanje	☐	☐	☐	☐	☐

	Sploh se ne strinjam.	Ne strinjam se.	Niti - niti.	Strinjam se.	Popolnoma se strinjam.
...želim ohraniti telesno pripravljenost (kondicijo)	☐	☐	☐	☐	☐
...se na ta način družim s prijatelji.	☐	☐	☐	☐	☐

IF (17) Q53 = [2, 3, 4, 5, 6, 7]

Q60 - Ali bi, če bi imeli možnost, namenili več časa športnim aktivnostim?

- ☐ Da
☐ Ne

IF (18) Q60 = [1]

Q61 - Kateri so tisti razlogi, da se s športom ne ukvarjate pogosteje?

- ☐ Pomanjkanje časa
☐ Pomanjkanje denarja
☐ Pomanjkanje športnega znanja
☐ Oddaljenost, pomanjkanje ali neprimernost vadišč
☐ Nimam volje
☐ Drugo:

IF (12) mod(recnum, 2) = 1

Q62 - Kakšno je vaše mnenje o športu? Se vam zdi da je redna športna aktivnost pomembna? u? Se vam zdi da je redna športna aktivnost pomembna?

Podate lahko povsem svoje mnenje.

IF (12) mod(recnum, 2) = 1

Q63 - Še nekaj vprašanj o zunanjem izgledu.

IF (12) mod(recnum, 2) = 1

Q64 - Kako pomemben je vam osebno zunanji izgled?

- ☐ Zelo pomemben.
- ☐ Pomemben
- ☐ Niti-Niti
- ☐ Nepomemben
- ☐ Zelo nepomemben.

IF (12) mod(recnum, 2) = 1

Q65 - Koliko časa dnevno porabite za svoj osebni zunanji izgled?

Kot primer navajam nekaj primerov kaj skrb za zunanji izgled vključuje - tuširanje, umivanje zob, britje, ...

- ☐ 15 minut ali manj.
- ☐ od 15 do 30 minut.
- ☐ od 30 minut do 1 ure.
- ☐ od 1 ure do 2 ur.
- ☐ več kot 2 uri dnevno.

IF (12) mod(recnum, 2) = 1

Q66 - Bi na sebi glede zunanjega izgleda karkoli spremenili?

	5	4	3	2	1	
Sploh nebi spremenil.	☐	☐	☐	☐	☐	Zagotovo bi spremenil.

IF (19)

Q67 - Kaj bi spremenili?

IF (12) mod(recnum, 2) = 1

Q68 - Koliko v povprečju mesečno potrošite za zunanji izgled ? (obisk frizerja, kozmetika prehranski dodatki, ...)

- ☐ do 10€
- ☐ od 10€ do 20€
- ☐ od 20€ do 30€
- ☐ od 30€ do 40€
- ☐ od 40€ do 50€
- ☐ od 50€ do 60€
- ☐ od 60€ do 70€
- ☐ 70€ ali več.

IF (12) mod(recnum, 2) = 1

Q69 - V kolikšni meri se strinjate z naslednjimi izjavami?

	Sploh se ne strinjam.	Ne strinjam se.	Niti - niti.	Strinjam se.	Popolnoma se strinjam.
Naš izgled gradi našo samozavest.	☐	☐	☐	☐	☐
Obleka naredi človeka.	☐	☐	☐	☐	☐
Zunanji videz je pomemben pri navezovanju stikov.	☐	☐	☐	☐	☐
Zunanji videz je enako pomemben kot karakter osebe.	☐	☐	☐	☐	☐
Neurejeni ljudje me motijo.	☐	☐	☐	☐	☐
Ljudje v splošnem namenajo premalo pozornosti urejenemu izgledu.	☐	☐	☐	☐	☐

Q70 - Sedaj pa še nekaj demografskih vprašanj.

Q71 - Spol:

- ☐ Moški.
- ☐ Ženski.

Q72 - V katero starostno kategorijo spadate?

- ☐ 15 - 20 let
- ☐ 21 - 25 let
- ☐ 26 - 30 let
- ☐ 31 - 35 let
- ☐ 36 - 40 let
- ☐ 41 - 45 let
- ☐ 46 - 50 let
- ☐ 51 - 55 let
- ☐ 56 - 60 let
- ☐ 61 - 65 let
- ☐ 66 let ali več

Q73 - Najvišja dosežena stopnja izobrazbe:

- ☐ Osnovnošolska izobrazba ali manj
- ☐ Poklicna izobrazba
- ☐ Srednješolska izobrazba
- ☐ Višje ali visokošolska izobrazba
- ☐ Univerzitetna izobrazba
- ☐ Magisterij, specializacija, doktorat

Q74 - Status:

- ☐ Zaposlen
- ☐ Samozaposlen
- ☐ Brezposeln
- ☐ Upokojenec
- ☐ Dijak ali študent
- ☐ Drug status:

IF (12) mod(recnum, 2) = 1

Q75 - Za konec bi vas prosil, da odgovorite vprašanja, ki se navezujejo na sam vprašalnik.

IF (12) mod(recnum, 2) = 1

Q76 - Ocenite vaše strinjanje s spodnjimi trditvami.

	Sploh se ne strinjam se	Ne strinjam	Niti - niti	Strinjam se	Zelo se strinjam
Skozi celoten vprašalnik sem lahko podal/a svoje mnenje.	☐	☐	☐	☐	☐
Anketa je bila zanimiva.	☐	☐	☐	☐	☐
Vprašanja so preveč posegala v mojo zasebnost.	☐	☐	☐	☐	☐
Anketa je bila dobro narejena in stestirana.	☐	☐	☐	☐	☐

IF (12) mod(recnum, 2) = 1

Q77 - Bi morda radi poudarili, povedali ali dodali še kaj pa med izpolnjevanjem vprašalnika niste mogli?

--

PRILOGA B: Neodgovori po spremenljivkah

	Izpolnjevanje po straneh				Izpolnjevanje na eni strani			
Spremenljiva (ime)	Spremenljivka (labela)	Neodgovori v vprašalniku			Spremenljiva (ime)	Neodgovori v vprašalniku		
		-1	-2	-3		-1	-2	-3
SP1	Kolikokrat se v povprečju na teden ukvarjate s športom?	0	61	0	Q53	0	57	0
		0%	23%	0%		0%	22%	0%
Q3skala	Kateri so tisti razlogi, da se s športom sploh ne ukvarjate?	0	0	0	Q54	0	0	0
		0%	0%	0%		0%	0%	0%
Q3a1	Športne aktivnosti me ne zanimajo.	1	125	0	Q54a	1	115	0
		0%	47%	0%		0%	44%	0%
Q3skalaa_1	Imam slabe izkušnje na področju športnih aktivnosti.	2	125	0	Q54b	3	115	0
		1%	47%	0%		1%	44%	0%
Q3skalab_1	Zdravstveno stanje mi ne omogoča, da bi se lahko ukvarjal s športom.	2	125	0	Q54c	3	115	0
		1%	47%	0%		1%	44%	0%
Q3skalac_1	Nimam motivacije za športne aktivnosti.	1	125	0	Q54d	3	115	0
		0%	47%	0%		1%	44%	0%
Q3	Ste se v preteklosti ukvarjali s športom?	0	125	0	Q55	0	115	0
		0%	47%	0%		0%	44%	0%
Q4	Kateri so tisti razlogi, da ste s športom prenehali?	2	127	0	Q56	0	117	0
		1%	48%	0%		0%	44%	0%
Q5	Koliko časa v povprečju tedensko porabite za športne aktivnosti?	0	66	0	Q57	0	60	0
		0%	25%	0%		0%	23%	0%
Q6	S katerimi športi se ukvarjate?	0	66	0	Q58	0	60	0
		0%	25%	0%		0%	23%	0%
Q6v_text	Q6 (Drugo:)	3	124	0	Q58v_text	3	11	0
		1%	47%	0%		1%	42%	0%
Q7	V kolikšni meri se strinjate z naslednjimi trditvami: S športom se ukvarjam ker...				Q59			
Q7a	...se rad/a zabavam	0	63	9	Q59a_1	2	60	6
		0%	24%	3%		1%	23%	2%
Q7b	...rad/a tekmujem, se dokazujem	1	63	9	Q59b_1	4	60	6
		0%	24%	3%		2%	23%	2%
Q7c	...vitalnost, hujšanje	1	63	9	Q59c_1	4	60	6
		0%	24%	3%		2%	23%	2%
Q7d	...želim ohraniti telesno pripravljenost (kondicijo)	1	63	9	Q59d_1	3	60	6
		0%	24%	3%		1%	23%	2%
Q7e	...se na ta način družim s prijatelji.	1	63	9	Q59e_1	3	60	6
		0%	24%	3%		1%	23%	2%
Q8	Ali bi, če bi imeli možnost, namenili več časa športnim aktivnostim?	0	63	9	Q60	2	60	6
		0%	24%	3%		1%	23%	2%
Q9	Kateri so tisti razlogi, da se s športom ne ukvarjate pogosteje?	0	76	9	Q61	0	77	6
		0%	29%	3%		0%	29%	2%
Q9_6_text	Q9 (Drugo:)	0	119	9	Q61_6_text	0	111	6
		0%	45%	3%		0%	42%	2%
Q10	Kakšno je vaše mnenje o športu? Se vam zdi da je redna športna aktivnost pomembna? u? Se vam zdi da je redna športna aktivnost pomembna?	19	61	10	Q62	23	57	11
		17%	23%	4%		9%	22%	4%
Q12	Kako pomemben je vam osebno zunanji izgled?	0	61	11	Q64	0	57	12
		0%	23%	4%		0%	22%	5%
Q13	Koliko časa dnevno porabite za svoj osebni zunanji izgled?	0	61	11	Q65	0	57	12
		0%	23%	4%		0%	22%	5%

Q14	Bi na sebi glede zunanjega izgleda karkoli spremenili?	0 0%	61 23%	11 4%	Q66	0 0%	57 22%	12 5%
Q15	Kaj bi spremenili?	31 12%	61 23%	11 4%	Q67	24 9%	57 22%	12 5%
Q16	Koliko v povprečju mesečno potrošite za zunanji izgled ? (obisk frizerja, kozmetika prehranski dodatki, ...)	0 0%	61 23%	11 4%	Q68	0 0%	57 22%	12 5%
Q17	V kolikšni meri se strinjate z naslednjimi izjavami?				Q69			
Q17a_1	Naš izgled gradi našo samozavest.	0 0%	61 23%	11 4%	Q69a_1	0 0%	57 22%	12 5%
Q17b_1	Obleka naredi človeka.	1 0%	61 23%	11 4%	Q69b_1	2 1%	57 22%	12 5%
Q17c_1	Zunanji videz je pomemben pri navezovanju stikov.	1 0%	61 23%	11 4%	Q69c_1	3 1%	57 22%	12 5%
Q17d_1	Zunanji videz je enako pomemben kot karakter osebe.	1 0%	61 23%	11 4%	Q69d_1	2 1%	57 22%	12 5%
Q17e_1	Neurejeni ljudje me motijo.	2 1%	61 23%	11 4%	Q69e_1	3 1%	57 22%	12 5%
Q17f_1	Ljudje v splošnem namenajo premalo pozornosti urejenemu izgledu.	3 1%	61 23%	11 4%	Q69f_1	4 2%	57 22%	12 5%
Q19	Spol:	0 0%	61 23%	11 4%	Q71	0 0%	57 22%	12 5%
Q20	V katero starostno kategorijo spadate?	0 0%	61 23%	11 4%	Q72	0 0%	57 22%	12 5%
Q21	Najvišja dosežena stopnja izobrazbe:	0 0%	61 23%	11 4%	Q73	0 0%	57 22%	12 5%
Q22	Status:	0 0%	61 23%	11 4%	Q74	0 0%	57 22%	12 5%
Q22_6_text	Q22 (Drug status:)	0 0%	119 45%	11 4%	Q74_6_text	0 0%	106 40%	12 5%
Q24	Ocenite vaše strinjanje s spodnjimi trditvami.	0 0%	0 0%	0 0%	Q76	0 0%	0 0%	0 0%
Q24a	Skozi celoten vprašalnik sem lahko podal/a svoje mnenje.	1 0%	61 23%	12 5%	Q76a	0 0%	57 22%	13 6%
Q24b	Anketa je bila zanimiva.	1 0%	61 23%	12 5%	Q76b	1 0%	57 22%	13 6%
Q24c	Vprašanja so preveč posegala v mojo zasebnost.	1 0%	61 23%	12 5%	Q76c	0 0%	57 22%	13 6%
Q24d	Anketa je bila dobro narejena in stestirana.	1 0%	61 23%	12 5%	Q76d	1 0%	57 22%	13 6%
Q25	Bi morda radi poudarili, povedali ali dodali še kaj pa med izpolnjevanjem vprašalnika niste mogli?	39 15%	61 23%	12 5%	Q77	39 15%	57 22%	13 6%

PRILOGA C: Demografski podatki anketirancev (obe različici vprašalnika)

	Q19			Q71		
	Izpolnjevanje po straneh			Celostranski način		
Spol:	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Frekvenca	Odstotek	Veljavni
Moški	29	22,5%	50%	20	15,5%	41,0%
Ženski	29	22,5%	50%	29	22,5%	59,0%
Skupaj	58	45,0%	100%	49	38,0%	100,0%
Skupaj odstotek:	83,0%					

	Q20			Q72		
	Izpolnjevanje po straneh			Celostranski način		
Starostna kategorija	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Frekvenca	Odstotek	Veljavni
15 - 20 let	16	12%	28%	16	12%	33%
21 - 25 let	26	20%	45%	19	15%	39%
26 - 30 let	10	8%	17%	7	5%	14%
31 - 35 let	2	2%	3%	2	2%	4%

36 - 40 let	0	0%	0%	1	1%	2%
41 - 45 let	2	2%	3%	1	1%	2%
46 - 50 let	1	0,5%	2%	3	2%	6%
51 - 55 let	1	0,5%	2%	0	0%	0%
56 - 60 let	0	0%	0%	0	0%	0%
61 - 65 let	0	0%	0%	0	0%	0%
66 let ali več	0	0%	0%	0	0%	0%
Skupaj	58	45%	100%	49	38%	100%
Skupaj odstotek:	83%					

	Q21			Q73		
	Izpolnjevanje po straneh			Celostranski način		
Najvišja dosežena stopnja izobrazbe	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Frekvenca	Odstotek	Veljavni
Osnovnošolska izobrazba ali manj	3	2,5%	5%	6	5%	12%
Poklicna izobrazba	7	5,0%	12%	4	3%	8%
Srednješolska izobrazba	30	23,0%	52%	22	17%	45%

Višje ali visokošolska izobrazba	11	8,0%	19%	8	6%	16,5%
Univerzitetna izobrazba	5	4,0%	9%	8	6%	16,5%
Magisterij, specializacija, doktorat	2	2,5%	3%	1	1%	2%
Skupaj:	58	45,0%	100%	49	38%	100%
Skupaj odstotek:	83%					

	Q22			Q74		
	Izpolnjevanje po straneh			Celostranski način		
Status:	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Frekvenca	Odstotek	Veljavni
Zaposlen	15	12%	26%	14	11%	29%
Samozaposlen	3	2%	5%	4	3%	8%
Brezposeln	9	7%	16%	2	2%	4%
Upokojenec	0	0%	0%	0	0%	0%
Dijak ali študent	31	24%	53%	29	22%	59%
Drug status:	0	0%	0%	0	0%	0%
Skupaj:	58	45%	100%	49	38%	100%
Skupaj odstotek:	83%					

