

Spis treści

Przedmowa 9

1. Wprowadzenie 13

Kiedy powinniśmy używać ankiety pocztowej? 13

Tematyka tej książki 14

Dlaczego potrzebna jest książka na temat badań pocztowych? 15

Przykład 1. Błędne badania redakcji pisma „Literary Digest” dotyczące wyborów z 1936 roku 15

Przykład 2. Badania zachowań seksualnych przeprowadzone przez Sheri Hite 16

Jak unikać błędów 17

Zalety ankietowania pocztowego 19

Przegląd najważniejszych etapów ankietowania pocztowego 19

2. Układanie pytań 21

Rodzaje pytań 21

Pytania otwarte 21

Pytania zamknięte 23

Wskazówki dotyczące zadawania pytań 30

1. Układaj krótkie pytania 31

2. Formułuj pytania jasno i precyzyjnie 32

3. Nie trać kontaktu z rzeczywistością 33

4. Zadawaj pytania jednowymiarowe 35

5. Przedstawiaj do wyboru odpowiedzi wzajemnie rozłączne 36

6. Używaj kompletnej listy odpowiedzi 36

7. Nie pisz pytań obciążonych 36

Jak konstruować pytania 38

Pretesty 39

3. Układanie pytań — kurs dla zaawansowanych 44

- Brak odpowiedzi 44
- Pytania filtrujące i instrukcje skoku 45
- Wielokrotne pytanie o to samo a wiarygodność 46
- Drażliwe i niedyskretne pytania 48
- Kolejność zadawania pytań 50
- Kolejność odpowiedzi 50
- Odpowiedź respondenta a rzeczywistość 50
 - Potakiwanie 51
 - Preferowanie pierwszej i ostatniej odpowiedzi z listy 51
 - Zamiłowanie do przeciętności 51
 - Zapominanie 52
- Kolejność pytań 53

4. Dobór próby 56

- Próba losowa czy nielosowa? 56
- Lista, z jakiej losujemy próbę 58
- Błąd statystyczny 59
- Rodzaje prób losowych 61
 - Próba losowa prosta 61
 - Losowanie systematyczne 62
 - Losowanie warstwowe 65
 - Losowanie wielostopniowe 68
- Jak liczna powinna być próba? 71

5. Dobór próby — jak unikać błędów 73

- Losowanie z nieaktualnych list 73
- Listy niekompletne 75
- Losowanie osób a losowanie adresów 77
- Ważenie odpowiedzi 77

6. Jak skłonić respondentów do odpowiedzi na ankietę

- Błąd braku odpowiedzi 80
- Jak osiągnąć wysoki procent odpowiedzi? 84
 - List przewodni (wyjaśniający) 84
 - Koperta zwrotna 85
 - Poufność i anonimowość 86
 - Listy przypominające 87
 - Co robić, jeśli nie wysyłamy przypomnień? 92
 - Długość ankiety 94
 - Zrozumiałość instrukcji zawartych w ankiecie 97
 - Zachęcanie respondenta do odpowiedzi na ankietę 97

7. Kilka dodatkowych sposobów nakłonienia respondentów do odpowiedzi na ankietę 100

Zachęty	100
Nagrody pieniężne	101
Nagrody rzeczowe	104
Inne zachęty	105
Zachęty <i>versus</i> listy przypominające	106
Inne metody	106
Zapowiedź nadejścia ankiety	107
Sposób opłacenia przesyłki zwrotnej	107
Sposób opłacenia przesyłki adresowanej do respondenta	108
Zlecniodawca badania	109
Kolor kwestionariusza	109
Metody uzupełniające	109
Argumentacja w liście wyjaśniającym	110
Personalizacja	110
Terminy	110

8. Korzyści z dobrego zarządzania i dbałości o estetykę 112

Zarządzanie	112
Harmonogram	113
Kontrolowanie jakości	115
Dbałość o estetykę	118
Graficzne opracowanie tekstu	118
Szata graficzna	119
Rozmiar i rodzaj czcionki	119
Format pytań	120
Format listy odpowiedzi	120
Wymiary kwestionariusza	121
Koperty zwrotne	122
Profesjonalny wygląd	122

9. Przygotowanie danych do analiz 125

Wskazówki dotyczące kodowania	125
Wprowadzanie danych	129
Metody przetwarzania danych	129
Proces redagowania i kodowania	131
Weryfikacja	132
Oczyszczanie danych	132
Tworzenie skal	134

10. Podsumowanie — podejście całościowe 137

Całościowa optymalizacja badań ankietowych	137
--	-----

Definicja próby	138
Liczebność próby	139
Przygotowanie próby	139
Błąd pomiaru	140
Błąd braku odpowiedzi	141
Kodowanie i wprowadzanie danych do pamięci komputera	142
Projektowanie badania ankietowego — podsumowanie	143
Ramy czasowe	143
Uwagi końcowe	144
Bibliografia	151
O Autorze	160
Ankietowanie pocztowe w Polsce	161
Badania marketingowe	161
Badania socjologiczne	162