

Příloha b): Metodika šetření (specifikace nabízených služeb a řešení)

1. Konstrukce hrubého a čistého vzorku: a) stratifikační tabulka

Podrobnosti k této části metodiky (předmět plnění, hodnocené aspekty řešení a principy hodnocení, doporučení k obsahu nabídky) jsou popsány v Příloze 1a, kapitola 3.2.3. zadávací dokumentace.

*Budou doplněna pole následující tabulky. Tabulka bude vyplněna pro variantu 2. stupně výběru **BEZ SOUPISU** adres. Tabulka bude vyplněna pro **hlavní sběr**. Tabulka bude vyplněna pouze pro **hlavní část vzorku**, nebude tedy zahrnovat rezervní část vzorku.*

stratum		popu- lace	parametry pro stanovení hrubého vzorku					stanovení hrubého vzorku				
NUTS3	kategorie obce	počet obyvatel	čistý vzorek (požad.)	návrat- nost	míra ineligibi- lity adres	míra ineligibi- lity domác- ností	míra dom. s 2 vyb. osobami	hrubý vzorek (požad.)	jednotek v PSU	počet PSU	hrubý vzorek (reálný)	čistý vzorek (očekáv.)
Praha *	centrum	290777	137	45%	25%	25%	3%	525	30	18	540	141
Praha	vnitřní okraj	543820	255	45%	25%	27%	3%	1005	30	34	1020	259
Praha	vnější okraj	474035	223	45%	25%	27%	3%	879	30	30	900	228
Středočes- ký	okr. / nad 50 tis.	285016	134	45%	18%	27%	6%	469	30	16	480	137
Středočes- ký	ostatní nad 5 tis.	294649	138	60%	18%	27%	6%	362	30	13	390	148
Středočes- ký	ostatní pod 5 tis.	789667	371	65%	18%	29%	6%	925	30	31	930	373
Jihočeský	krajské m.	94014	44	55%	20%	27%	5%	130	30	5	150	51
Jihočeský	okr. / nad 50 tis.	132965	62	58%	18%	27%	6%	168	30	6	180	66
Jihočeský	ostatní nad 5 tis.	96207	45	60%	18%	27%	6%	118	30	4	120	46
Jihočeský	ostatní pod 5 tis.	318947	150	65%	18%	29%	6%	374	30	13	390	156
Plzeňský	krajské m.	172441	81	55%	20%	27%	5%	240	30	9	270	91
Plzeňský	okr. / nad 50	60377	28	58%	18%	27%	6%	76	30	3	90	33
	tis.											
Plzeňský	ostatní nad 5 tis.	75258	35	60%	18%	27%	6%	92	30	4	120	46
Plzeňský	ostatní pod 5 tis.	276596	130	65%	18%	29%	6%	324	30	11	330	132
Karlovarský	krajské m.	48501	23	55%	20%	27%	5%	68	30	3	90	30
Karlovarský	okr. / nad 50 tis.	55229	26	58%	18%	27%	6%	71	30	3	90	33
Karlovarský	ostatní nad 5 tis.	81619	38	60%	18%	27%	6%	100	30	4	120	46
Karlovarský	ostatní pod 5 tis.	109547	51	65%	18%	29%	6%	127	30	5	150	60
Ústecký	krajské m.	92952	44	55%	23%	27%	5%	136	30	5	150	49
Ústecký	okr. / nad 50 tis.	255642	120	58%	18%	27%	6%	326	30	11	330	121
Ústecký	ostatní nad 5 tis.	220473	104	60%	18%	27%	6%	273	30	10	300	114
Ústecký	ostatní pod 5 tis.	251722	118	65%	18%	29%	6%	294	30	10	300	120
Liberecký	krajské m.	104445	49	55%	25%	27%	5%	155	30	6	180	57
Liberecký	okr. / nad 50 tis.	91613	43	58%	18%	27%	6%	117	30	4	120	44
Liberecký	ostatní nad 5 tis.	82439	39	60%	18%	27%	6%	102	30	4	120	46
Liberecký	ostatní pod 5 tis.	163859	77	65%	18%	29%	6%	192	30	7	210	84
Královéhra- decký	krajské m.	92742	44	55%	20%	27%	5%	130	30	5	150	51
Královéhra- decký	okr. / nad 50 tis.	77926	37	58%	18%	27%	6%	101	30	4	120	44
Královéhra- decký	ostatní nad 5 tis.	137481	65	60%	18%	27%	6%	171	30	6	180	69
Královéhra- decký	ostatní pod 5 tis.	242872	114	65%	18%	29%	6%	284	30	10	300	120
Pardubický	krajské m.	90688	43	55%	20%	27%	5%	127	30	5	150	51

Pardubický	okr. / nad 50 tis.	54185	25	58%	18%	27%	6%	68	30	3	90	33
Pardubický	ostatní nad 5 tis.	119189	56	60%	18%	27%	6%	147	30	5	150	57
Pardubický	ostatní pod 5 tis.	256254	120	65%	18%	29%	6%	299	30	10	300	120
Vysočina	krajské m.	50845	24	55%	20%	27%	5%	71	30	3	90	30
Vysočina	okr. / nad 50 tis.	95863	45	58%	18%	27%	6%	122	30	5	150	55
Vysočina	ostatní nad 5 tis.	90216	42	60%	18%	27%	6%	110	30	4	120	46
Vysočina	ostatní pod 5 tis.	272350	128	65%	18%	29%	6%	319	30	11	330	132
Jihomoravský	krajské m.	380681	179	50%	25%	25%	5%	606	30	21	630	186
Jihomoravský	okr. / nad 50 tis.	124621	59	58%	18%	27%	6%	160	30	6	180	66
Jihomoravský	ostatní nad 5 tis.	144558	68	60%	18%	27%	6%	179	30	6	180	69
Jihomoravský	ostatní pod 5 tis.	537807	252	65%	18%	29%	6%	628	30	21	630	253
Olomoucký	krajské m.	100523	47	55%	20%	27%	5%	139	30	5	150	51
Olomoucký	okr. / nad 50 tis.	124015	58	58%	18%	27%	6%	158	30	6	180	66
Olomoucký	ostatní nad 5 tis.	89663	42	60%	18%	27%	6%	110	30	4	120	46
Olomoucký	ostatní pod 5 tis.	318291	149	65%	18%	29%	6%	371	30	13	390	156
Zlínský	krajské m.	74997	35	55%	20%	27%	5%	104	30	4	120	40
Zlínský	okr. / nad 50 tis.	80120	38	58%	18%	27%	6%	103	30	4	120	44
Zlínský	ostatní nad 5 tis.	141673	67	60%	18%	27%	6%	176	30	6	180	69
Zlínský	ostatní pod 5 tis.	286131	134	65%	18%	29%	6%	334	30	12	360	144
Moravsko-slezský	krajské m.	289128	136	50%	25%	27%	5%	473	30	16	480	138
Moravsko-slezský	okr. / nad 50 tis.	277200	130	58%	18%	27%	6%	353	30	12	360	132
Moravsko-slezský	ostatní nad 5 tis.	308584	145	60%	18%	27%	6%	381	30	13	390	148
Moravsko-slezský	ostatní pod 5 tis.	328387	154	65%	18%	29%	6%	384	30	13	390	156
CELKEM	-	10649800	5000	57%	20%	28%	5%	14256	30	502	15060	5283

Členění Prahy

- centrum: správní obvody HMP: Praha 1, Praha 2, Praha 3, Praha 5, Praha 7
- vnitřní okraj: správní obvody HMP: Praha 4, Praha 6, Praha 8, Praha 9, Praha 10
- vnější okraj: správní obvody HMP: Praha 11-Praha 22

Konstrukce hrubého a čistého vzorku: b) zdůvodnění volby parametrů stratifikační tabulky

Podrobnosti k této části metodiky (předmět plnění, hodnocené aspekty řešení a principy hodnocení, doporučení k obsahu nabídky) jsou popsány v Příloze 1a, kapitola 3.2.3. zadávací dokumentace. Bude doplněn vlastní popis vztahující se k řešení této části předmětu zakázky v rozsahu minimálně 0,5 normostrany (900 znaků včetně mezer).

Počet výběrových bodů (ZSJ) ve stratě vychází v první řadě z regionální struktury obydlených bytů ČR. V druhé řadě z očekávané úspěšnosti získání interview v rámci stanového předpisu. Jedná se o očekávané procento tzv. ineligibile jednotek (nebytové/ neobydlené jednotky), dále z očekávané návratnosti vycházející z dlouhodobých zkušeností s reálnou návratností v reálném regionu (např. ISSP, ESS, Czech Household Panel Study, Media Projekt) a předpokládané ineligibility domácností, kde není ani jedna osoba ve věku 16-65 let (získáno z dat VŠPS a sčítání pro získání regionálních odlišností). Konstrukce je navíc ovlivněna podílem počtu domácností se čtyřmi a více členy ve věku 16-65 let, kde budou vybrány k šetření dvě osoby. Odhadovaný počet 5 % dle výsledků dat VŠPS, přičemž regionální rozdíly závisí na velikosti domácnosti v jednotlivých územních celcích České republiky.

Návratnost - základní předpoklad vychází z odhadu návratnosti podle jiných velkých domácnostních šetření, kde byl aplikován pravděpodobnostní stratifikovaný výběr (např. ISSP, ESS, Czech Household Panel Study, Media Projekt). Obecně se ukazuje, že nejnižší návratnost (především z důvodu vysokého počtu kategorických odmítnutí i nezastižení) je ve velkých městech, naopak v obcích s nižším počtem obyvatel je návratnost nejvyšší.

Míra ineligibility adres - vychází z chyby v Registru sčítacích obvodů (RSO). Chyby v registru se neustále zvyšují s ohledem na dobu od předchozího sčítání i v závislosti na kvalitě samotného sčítání. Tato míra je právě významně odlišná v případě stratifikace se soupisem adres a bez soupisu adres. Celková chyba se dle zkušeností z minulých šetření zásadně neliší podle regionu, s tím, že přeci jenom významnější je ve velkých městech.

Míra ineligibility domácností - vychází z předpokladu, že po vyplnění screeningového dotazníku v domácnosti není v domácnosti ani jedna způsobilá osoba ve věku 16-65 let. Daný výpočet vychází především z dat VŠPS, kde lze určit očekávané procento splňující dané kritérium, pro regionální rozdíly byla částečně využita i data ze sčítání. Ve výsledku se ukazuje, že nižší průměrná velikost domácnosti a obecně zastoupení starší populace je ve městech s vyšším počtem obyvatel.

Míra domácností s dvěma vybranými osobami - vychází z analýzy věku jednotlivých členů v domácnosti, na tomto základě byla zkonstruována dosažená míra. Data podobně jako v předešlém ukazateli byla vzata z dat VŠPS, přičemž mnohem nižší počet těchto domácností je v Praze i dalších velkých městech.

Počet obyvatel (populace) – dané hodnoty byly vzaty z dat Českého statistického úřadu z bilančního stavu obyvatelstva v jednotlivých obcích k 1. 1. 2019. Dle počtu obyvatel v jednotlivých obcích byly sestaveny kategorie velikosti sídel.

Pro samotný sběr bude stratifikační tabulka aktualizována podle aktualizovaných dat z Registru sčítacích osob, výsledků populačního vývoje a dalších charakteristik dle dostupných zdrojů (např. VŠPS, EU-SILC atd.).

2. Počet tazatelů, kteří se budou aktivně podílet na sběru dat

Tj. vykáží alespoň 3 kompletně dotázané případy dle definice „completed case“ Přílohy 1b, bod 4.3.3. Podrobnosti k této části metodiky (bližší vymezení číselného ukazatele) jsou popsány v Příloze 1a, kapitola 3.3.1. zadávací dokumentace.

Bude doplněna hodnota 100 a vyšší (je možné uvést také interval, jeho spodní hranice však nesmí být menší než 100).

V rámci společné nabídky budou šetření dotazovat zkušení profesionální tazatelé disponující CAPI vybavením vlastněným společnostmi MEDIA a STEM/MARK. Aktuálně počet těchto tazatelů ve firmě MEDIAN činí 112, ve firmě STEM/MARK 236. Celkový počet tazatelů, kteří budou moci být na dotazování nasazeni, bude tedy cca **338** (počet tazatelů se může do zahájení sběru dat ještě změnit, a to v řádu jednotek). Tazatelé vykáží alespoň 3 kompletně dotázané případy dle definice „completed case“.

Vzhledem k metodologické, technické a administrativní náročnosti budou na šetření přiděleni pouze tazatelé s minimálně 2letou praxí s vedením osobních rozhovorů v prostředí domácnosti a mající zkušenosti s pravděpodobnostním výběrem a dotazováním pomocí počítače.

Tazatele se budou práci na výzkumu PIAAC věnovat minimálně 20 hodin za týden a budou schopni ji uskutečňovat jak ve večerních hodinách, tak o víkendech. V každé oblasti budou pracovat minimálně 2 tazatelé, v Praze a případně v Brně a Ostravě bude jejich počet vyšší.

3. Plán organizace školení tazatelů pro účely šetření

Podrobnosti k této části metodiky (předmět plnění, hodnocené aspekty řešení a principy hodnocení, doporučení k obsahu nabídky) jsou popsány v Příloze 1a, kapitola 3.3.3. zadávací dokumentace.

Bude doplněn vlastní popis vztahující se k řešení této části předmětu zakázky v rozsahu minimálně 1 normostrany (1800 znaků včetně mezer).

Všichni tazatelé využití v projektu PIAAC projdou vstupním školením k tomuto projektu. Hlavní školení proběhne formou hromadných osobních školení v několika lokalitách ČR – předpokládá se minimálně 5 společných školení pro tazatele obou uchazečů (pravděpodobně Praha, Brno, Ostrava, Olomouc, České Budějovice/Hradec Králové/Jihlava...) s průměrnou účastí 35-40 tazatelů. Školení by měla proběhnout zhruba 1-3 týdny před zahájením hlavního sběru dat (některá i souběžně v jeden termín na 2 místech). Školení bude dvoudenní-třídenní (většinou víkendové, aby byla zajištěna maximální účast). Uchazeči předpokládají v této souvislosti vyplacení vyšší finanční motivace pro tazatele (v rozsahu 2 500 – 3 000 Kč), aby se posílila jejich ochota věnovat víkendový čas této akci. Pro případ nutnosti bude zajištěno i ubytování pro tazatele ze vzdálenějších destinací. Školení bude probíhat zhruba ve dvou 2,5 hodinových blocích s přestávkou nutnou pro občerstvení, zajištění koncentrace a vstřebání sdělovaných informací (od 10:00 do 16:00). Tazatelé s předstihem před školením obdrží manuál tazatele a další materiály nutné pro domácí přípravu a cvičení.

S ohledem na rozsah školící agendy, časové a absorpční limity souvislého školení - nutnost jeho zkrácení na 2-3 dny, uchazeč předpokládá nutnost následného distančního doškolení a testování znalostí s využitím online (Skype conference, on-line testy se zpětnou vazbou) či individuálním kontaktem mezi vedoucími pracovníky TS, proškolenými oblastními zástupci a tazatelem. **Celková doba školení bude v rozmezí 5 až 6 dnů.**

Kvůli důležitosti a náročnosti projektu, školení za agentury povedou zkušení vedoucí řešitelských týmů sběru nebo ředitelé zodpovědných sekcí (předpokládání hlavní školitelé – Roman Kašša, Vladimír Kožíšek), dále se jich vždy zúčastní vedoucí tazatelských sítí, oblastní zástupci/supervizoři a odpovědní pracovníci terénních či jiných oddělení (ti budou školit část zaměřenou na praktická cvičení, administraci výzkumu, využívání HW a SW). Předpokládá se účast minimálně 4 členů týmu realizátorů na školení.

Školení tazatelů se zaměří na:

- Seznámení tazatelů s projektem PIAAC a jeho účelem / zadavatelem / významností /filozofií
- Seznámení tazatelů s časovým průběhem projektu a s požadavky v jednotlivých fázích sběru dat (racionální rozložení tazatelských aktivit)
- Představení avizních materiálů a práci s nimi
- Osvojení si práce s HW vybavením pořízeným na tento projekt (pokud nebyla možnost tak učinit s předstihem)
- Používání iCMS
- Seznámení se s dotazníky (screeningový, hlavní) a kognitivními testy – projití dotazníků
- Detailní instruktáž k aplikaci výběrové metody a vyplňování výkazů k výběrové proceduře domácností i konkrétního respondenta
- Instruktáž k informování respondentů o anonymitě výzkumu, výběrové metodě (jak byli vybráni a jak jsou pro projekt nenahraditelní atd.), objasnění
- Instruktáž ve strategiích zvyšujících návratnost výzkumu
- Informace o strukturách odměn respondentů, podmínkách a systému jejich vyplacení, informace o příjemcích charitativních příspěvků (pokud bude uplatněno) atd.
- Informace kontrolách (náslechy, zpětné kontroly, atd.) a penalizacích
- Informace o komunikačních platformách a reportování o průběhu sběru
- Instruktáž o deliverables – tj. všech odevzdávaných položkách tazatelem
- Informace o odměnách tazatelů, informace o dalších motivačních nástrojích

- Získávání respondentů k vyplnění kognitivních testů na tabletu v případě počáteční neochoty a preference tištěných testů,
- Nastavení plánování práce na projektu, průběžné plnění úkolů a dosahování cílů a pravidla komunikace se supervizorem
- Získávání odpovědí na otevřené otázky na povolání a odvětví průmyslu tak, aby bylo možné provést kódování odpovědí do předepsaných klasifikací s požadovanou reliabilitou.
- Trénink/cvičení + vzájemné testování výzkumných instrumentů (praktikování průchodu dotazníkem formou hraní rolí)
 - Problematika GDPR a z ní vyplývající možné reakce respondentů
 - Diskuse

Vědomosti a pochopení instrukcí tazateli bude prověřeno testem v závěru školení – tímto testem musí projít všichni tazatelé účastníci se projektu.

Uchazeči připraví společnou strukturu školení svých tazatelských sítí dle podkladů zadavatele (cca 200 NS textu) a budou sdílet své „best practices“ pro školení (zejména zkušenosti z výzkumu CHPS).

4. Plán té části školení tazatelů, která se zaměří na techniky získávání respondentů pro výzkum

Podrobnosti k této části metodiky (předmět plnění, hodnocené aspekty řešení a principy hodnocení, doporučení k obsahu nabídky) jsou popsány v Příloze 1a, kapitola 3.3.4. zadávací dokumentace.

Bude doplněn vlastní popis vztahující se k řešení této části předmětu zakázky v rozsahu minimálně 1 normostrany (1800 znaků včetně mezer).

Zásadní částí školení budou metodiky, které zvyšují možnost vyšetření vyššího počtu domácností. V zásadě se jedná především o konverzi „měkkých odmítnutí“, tedy zvládnutí všech možností, které mohou přesvědčit respondenta k účasti na šetření. V rámci školení se budou provádět a cvičit tyto dovednosti:

- Případy, kdy respondent považuje tazatele za nějakého prodavače, pojišťovacího agenta apod. Je potřeba asertivními metodami přesvědčit o opaku „Já Vám nechci nic nabídnout, zajímá mě pouze Váš názor“.
- Jak reagovat v případě, že respondent nemá čas. Vyškolení tazatelů na možnosti nabídnout provedení rozhovoru v jinou dobu, jiný den a to, že nelze odpovědi vymáhat, právo odmítnout má každý.
- Zaměření se na případy, kdy respondent má pocit, že nebude umět na otázky kvalifikovaně odpovědět. Ujištění, že neexistují dobré ani špatné odpovědi, a že je důležité znát názory mnoha různých lidí.
- Důležité je nutné upozornění na význam výzkumu, nejedná se o komerční šetření, ale o to získat velmi důležité informace v oblasti vzdělávání, které budou umožňovat nastavení budoucích politik. Zdůraznění záštity prestižních organizací zajišťujících daný výzkum.
- Odbourání strachu ze ztráty soukromí u respondenta. Školení na důvěrnost poskytnutých informací, s tím, že údaje budou zpracovávány hromadně s odpověďmi jiných respondentů.
- Rozptýlení obav, proč byl zrovna vybrán on – zdůraznit náhodnost procedur, i tazatel musí znát základní principy náhodného výběru dle kterého k výběru domácností dochází.

V rámci školení je nutné se také zaměřit na techniky vedení hovoru:

- Nutnost neutrality při dotazování, tazatel za žádných okolností nesmí ovlivňovat respondentovy odpovědi.

- Nutnost číst otázky celé, nijak nezkracovat, neopravovat, neměnit jejich význam.
- Otázky a odpovědi není možné respondentovi podbízet
- Nutnost doptávání, kdy respondent uvede nejednoznačnou odpověď (např. rozlišování určitě/spíše)
- Důležitost zaměřeni se na projev respondenta, artikulace, vyvarování se hovorových a nespisovných výrazů.

Dané technicky budou školeny formou interaktivních školení v rámci malých školících skupin. Součástí školení budou i fiktivní rozhovory, kdy školitelé budou vystupovat v roli respondentů, na tomto základě dostane každý tazatel zpětnou vazbu ohledně tohoto fiktivního dotazování.

Školení zaměřené na techniky získávání respondentů pro výzkum budou vést oblastní zástupci ve svém regionu s praxí a zkušenostmi v dané problematice (tzv. ambasadoři).

5. Plán metodických opatření pro dosažení cílové návratnosti a omezení dopadu výpadků návratnosti na chybu šetření

Podrobnosti k této části metodiky (předmět plnění, hodnocené aspekty řešení a principy hodnocení, doporučení k obsahu nabídky) jsou popsány v Příloze 1a, kapitoly 3.5.1. až 3.5.5. zadávací dokumentace.

Bude doplněn vlastní popis vztahující se k řešení této části předmětu zakázky v rozsahu minimálně 2 normostran (3600 znaků včetně mezer).

AVIZOVÁNÍ VÝZKUMU

Na základě dlouhodobých zkušeností se ukazuje, že forma kontaktu a oslovení respondenta je pro důvěryhodnost a následné uskutečnění rozhovoru zásadní: Kontaktování domácností a jejich členů bude probíhat metodami standardně používanými uchazeči v komerčních a akademických šetřeních realizovaných analogickou metodikou. Uchazeči navíc posílí metody kontaktování a získávání spolupráce o svoje tuzemské a zahraniční specifické „best practices“, které nejsou standardně aplikovány. V rámci možných nástrojů budou realizovány tato základní metodická opatření:

Avizní dopisy a letáky - Každá domácnost v hrubém vzorku dostane avízo podepsané vedoucími pracovníky realizátora a zadavatele (řešitelský tým PIAAC) a graficky jednoduše udělaný leták ohledně základních charakteristik a třeba i výstupů z dané problematiky. Distribuci těchto avizních dopisů a letáků zajistí pravděpodobně přímo tazatelé při první obchůzce terénu). Součástí avizního dopisu bude mimo jiné:

- Informace o výzkumu, jeho zadavateli a důležitosti / prospěšnosti / prestižnosti
- Informace o důležitosti a podmínkách účasti (včetně časové náročnosti)
- Informace o odměnách, včetně nefinanční motivace (možnost věnovat částku na charitu apod.)
- Informace o tématu výzkumu, anonymitě, náhodném výběru domácností a z něho vyplývající privilegovanosti účasti
- Informace o renomé realizátorů (STEM/MARK, MEDIAN)
- Informace o pravděpodobném termínu (další) návštěvy tazatele
- Kontakty na realizátory pro smlouvení specifického termínu návštěvy či doplnění informací

Vytvoření informačního webu projektu PIAAC – bude obsahovat především odkazy na jednotlivé osoby účastníci se za agenturu šetření (vedoucí výzkumu, analytici a především regionální field manageri, kteří budou moci přímo řešit problémy s případnými respondenty). Jejich součástí budou i odpovědi na časté otázky a v bodech zásadní informace o šetření.

Avizování přes lokální kanály v obci - kromě avíz domácnostem bude výzkum v případě obcí a městských částí avizován i přes obecní kanály (pozitivní zkušenost z projektu CHPS). Starostové či jiní představitelé obcí a městských částí budou kontaktováni se žádostí o publikaci informace o výzkumu:

- v obecním tisku, nebo
- v rozhlase
- na obecní nástěnce
- na setkání s obyvateli, apod.

Zároveň bude kontaktovaná městská a obecní policie, aby si opatrní a nedůvěřiví respondenti mohli ověřit, že se jedná o oficiální akci a nejde například o „tipování domů a bytů pro následnou loupež“. Avízo bude obsahovat zkrácené informace z avizního dopisu pro domácnosti a realizátor jej bude distribuovat před plošnou distribucí avíz domácnostem. Avizování výzkumu přes lokální autority a policii dle zkušenosti realizátora výrazně zvyšuje důvěru obyvatel v serióznost a prospěšnost realizovaného výzkumu.

Medializace šetření - v první řadě skrze tiskovou zprávu o výzkumu (zveřejněno na webových stránkách realizátorů + web SIMAR, vlastní web projektu – vytvoří zadavatel, sociální sítě realizátorů – Facebook, LinkedIn, Twitter). Součástí této medializace nabízíme zadavateli též spoluúčast na natočení audio-vizuálního spotu. Realizátoři rovněž očekávají větší participaci svého týmu na předpokládané plošné PR aktivitě zadavatele, bez které je výzkum takového rozsahu, náročnosti a významu nepředstavitelný. Jsme připraveni využít naše mediální kontakty i zkušenosti s PR projekty velkých sběrů dat i specificky zaměřených výzkumů.

OSLOVOVÁNÍ DOMÁCNOSTI/JEDNOTLIVCŮ K ÚČASTI

Každá domácnost bude navštívena minimálně 6 krát, pokud tazatel nedojde k finálnímu výsledku (pořízení rozhovorů, odmítnutí, apod.). Uchazeči se budou v otázce tzv. modu kontaktu řídit metodikou European Social Survey a dalších šetření – první kontakt tazatele s domácností musí být osobní, v dalších kontaktech doporučujeme i alternativní vyžití telefonického kontaktu, pokud se ho podaří tazateli získat (vedoucí ke smlouzení rozhovoru / návštěvy).

Uchazeči navrhují s ohledem na zadávací dokumentaci a svoje zkušenosti z podobných šetření následující podmínky časového rozložení návštěv / pokusů o kontakt:

- 1. až 3. kontakt je proveden v intervalu minimálně 2 týdnů (maximalizace šance zachycení domácností, které jsou na dovolené)
- Další 3 návštěvy jsou ponechány pro potenciální zastižení v jiném časovém období (např. mimo letní měsíce, svátky apod.)
- 2 kontakty musí proběhnout ve všední den přes den (do 17:30)
- 2 kontakty musí proběhnout ve všední den večer (od 17:30)
- 2 kontakty musí proběhnout o víkendu

Realizátoři budou v rámci školení klást značný důraz na vystupování a komunikaci tazatelů s domácnostmi, aby minimalizovali případný efekt tazatele. To v praxi bude znamenat doporučení k zdvořilému, nevtíravému, ale i přesvědčivému vystupování. Klíčová bude schopnost tazatele krátce a srozumitelně vysvětlit cíl návštěvy – smysl a unikátnost výzkumu, nenahraditelnost vybrané domácnosti (respondenta), účast výměnou za nadstandardní finanční odměnu a garanci důvěrnosti.

Dále bude kladen důraz na psychosociální stránku – nenaléhat, nespěchat, být vstřícný, stimulovat, klást vždy jen jednu otázku, zachovávat neutrální postoj, kontrolovat své neverbální projevy. Současně bude kladeno doporučení na celkový zjev tazatele – účes, oblečení, doplňky, kosmetika atp. Ideálně vše nenápadné a elegantní, aby to nemělo vliv na přístup tazatele do domácnosti. Z našich předchozích zkušeností víme, že i tyto zdánlivě maličkosti hrají **roli v prvotním kontaktu a následném úspěšném provedení rozhovoru.**

KONVERZE ODMÍTNUTÍ

V rámci kontaktování a návštěv bude snaha o tzv. konverzi odmítnutí. Tazatel v kontaktním formuláři označí subjektivně vnímanou definitivnost rozhodnutí nezúčastnit se výzkumu. Domácnosti, které jsou označeny jako konvertovatelné jsou ty, které odmítají např. z důvodů:

- Aktuálního časového nedostatku
- Účasti ve výzkumech v uplynulých týdnech
- Selhání některého avizního zdroje (nedostal avizo, neviděl v obci nebo médiích), které lze opakovat
- Nepřítomnost některého člena, který účast musí „schválit“ (např. mladší 18 let)
- Obava z nedostatku soukromí, ochrany dat (GDPR)
- Strach z „komplikovaného“ použití moderního HW
- Další časově a situačně podmíněné důvody

K domácnostem, jejichž odmítnutí tazatel považuje za definitivní, se přistupuje jako k vyšetřeným. K domácnostem, jejichž odmítnutí tazatel nepovažuje za definitivní, se přistupuje jako non-contacts: jsou provedeny další pokusy o návštěvu a získání k účasti, třeba i jiným tazatelem (jiného pohlaví, sociálního postavení či věku). Uvědomujeme si, že rozhovor je specifickým typem sociální interakce, kde úspěšnost může záviset také na obdobných charakteristikách jejich účastníků. Tento postup může snížit míru případné sociální distance mezi tazatelem a respondentem. Ve větších městech plánujeme nasadit případně i tazatele se znalostí alespoň jednoho cizího jazyka.

OSLOVOVÁNÍ OBTÍŽNĚ DOSAŽITELNÝCH DOMÁCNOSTÍ/ JEDNOTLIVCŮ

Problémy se zastižením domácností budou primárně eliminovány navrhovanou metodikou projektu:

- Rozložení terénu do maxima možných týdnů pro sběr dat
- Nastavení frekvence a pravidel pro kontaktování domácností
- Využití dvou tazatelských sítí, které omezují dojezdy tazatelů a geografické důvody nezastižitelnosti
- Systém avíz a metod zvyšování návratnosti (viz jiné kapitoly)
- Průběžný a detailní monitoring situace v terénu
- Využití oblastních zástupců (supervizorů) pro řešení nestandardních situací

Přes využití těchto metodik se může stát, že některé domácnosti budou hůře zastižitelné například z důvodu dovolených, pracovního vytížení či ochotě otevřít tazateli. K omezení výpadků návratnosti z těchto důvodů uchazeči využijí svoje zkušenosti z jiných obdobných projektů.

- Kontaktování sousedů a zjištění co nejvíce informací o domácnosti vedoucí k jejímu kontaktování
- Z našich předchozích zkušeností z adresních pravděpodobnostních šetření (ISSP, EVS, ESS, CHPS, Gallup) si uvědomujeme problematiku oslovování specifických cílových skupin. Mezi ty v rámci tohoto výzkumu řadíme především:
- Velmi pracovně vytížení lidé – domluví se termín, kdy bude vybraná osoba k zastížení, případně předán kontakt na tazatele
- Ekonomicky nadprůměrně zajištění – motivace skrze předání odměny na charitu jménem dané osoby, detailní informování o společenské prospěšnosti projektu (altruistický a filantropický aspekt) – úspěšně využito v rámci šetření EVS Round 8, kdy se od zavedení těchto opatření prokazatelně zvýšila návratnost z této cílové skupiny (osobní příjem nad 85 tisíc Kč)
- Obyvatelé hůře přístupných/dostupných lokalit (např. vysokopodlažní domy, střežené objekty apod.) – maximální využití podpůrných informačních materiálů, využití sousedských vazeb, získání informací o objektu a jeho obyvatelích na principu

sněhové koule, využití dat z katastru, kde se bude shodovat přihlášený s vlastníkem a poslat na danou adresu avizní dopis – přímo od tazatele.

- Vyloučené lokality – z našich zkušeností zde může být vyšší podíl osob, které jsou bez motivace zapojovat se do aktivit typu výzkum. Řešením zde je motivace “finanční” (k obvyklé finanční odměně lze přidat i drobný dárek na míru), tak nefinanční – lze naznačit, že daný výzkum může přispět k bourání stereotypních představ, které se mohou týkat i příslušné cílové skupiny (slabší míra gramotnosti a další).
- Lidé s obavou z nedostatku soukromí, ochrany osobních dat – z našich zkušeností (ISSP, CHPS) především ze starších věkových skupin (jelikož zde je věkový strop 64 let, tak takové riziko nehrozí), které můžeme přesvědčit kontaktováním příslušné obce, místní policie či záštitou zadavatele a realizátora o naprosté anonymitě výzkumu.

Všechny příslušné dílčí skupiny budeme během přípravy, pilotního a hlavního sběru monitorovat. Budeme tak schopni cíleně se přizpůsobit a pružně reagovat.

POBÍDKY RESPONDENTŮM

Motivační odměny respondentům. Hlavním nástrojem pro zajištění vysoké response rate budou odměny respondentům za poskytnutý rozhovor a další motivátory.

- Finanční odměny budou zohledňovat počet zúčastněných osob (1-2) z domácností, které se zapojí do výzkumu, i odlišnosti non-response dle regionu či velikosti místa bydliště, aby byla redukována odlišnost response rate a odlišnost reálné hodnoty odměn (vzhledem k příjmům populace). Na základě našich zkušeností z posledních pravděpodobnostních adresních sběrů, abnormální délky dotazníku a náročností testování (adaptivní testy, nutná interakce respondenta) garantujeme minimální odměnu pro jednoho respondenta ve výši 1 000 Kč.
- Všichni zúčastnění respondenti (kompletní rozhovor) budou navíc zařazeni do slosování o hodnotné ceny (v hodnotě řádově desítek tisíc korun – např. vouchery do e-shopů, televize, tablety, smartphony...). Tato forma motivace nám zároveň zajistí více předaných kontaktů k zpětným kontrolám.
- Respondenti budou moci v případě zájmu poukázat své finanční odměny na charitativní účely (realizátoři podporují např. Pomocné tlapy, Hospic Cesta domů, Pediatrické oddělení Nemocnice Bulovka, Transparency International, Lékaři bez hranic) – dle našich dlouholetých zkušeností tato forma funguje jako motivace především u vyšších příjmových skupin obyvatelstva (osvědčila se zejména ve výzkumu CHPS).

Pohyblivá respondentská složka odměn

Nástrojem, který tazateli umožní zvýšit šanci na získání respondentů bude variabilní částka, kterou bude mít každý tazatel k dispozici a bude jí moci použít dle svého uvážení – např. pro nákup drobného dárku (kytice pro paní domu, čokoláda či pastelky pro dítě...), pro jednorázové zvýšení. Tato částka – pokud ji nebude tazatel muset použít – zůstává tazateli jako bonus ke standardní odměně.

Testování relevance odměn pro respondenty

V rámci pilotního sběru budeme mít možnost ověřit funkčnost jednotlivých typů a poměr finančních/nefinančních odměn, abychom do hlavního sběru našli nejlépe funkční variantu.

6. Plán práce s tazatelskou sítí při sběru dat

Podrobnosti k této části metodiky (předmět plnění, hodnocené aspekty řešení a principy hodnocení, doporučení k obsahu nabídky) jsou popsány v Příloze 1a, kapitoly 3.5.6. až 3.5.7. a 3.6.1. zadávací dokumentace.

Bude doplněn vlastní popis vztahující se k řešení této části předmětu zakázky v rozsahu minimálně 2 normostran (3600 znaků včetně mezer).

ORGANIZACE SBĚRU DAT, VEDENÍ TAZATELŮ

STEM/MARK a MEDIAN nabízejí společnou kapacitu tazatelských sítí, která je ověřena dlouholetou spoluprací v několika projektech založených na náhodném výběru. Kapacitní dostupnost této sítě nabízí zadavateli možnost v průběhu realizace tohoto projektu využití více než 200 zkušených a pravidelně školených tazatelů s firemním CAPI vybavením.

Tazatelé jsou v tazatelské síti rozmístěni ve všech regionech tak, aby proporcionálně kopírovali sídelní strukturu v ČR. Toto rozložení tazatelské sítě umožňuje dosažitelnost všech oblastí, včetně příhraničních. Náhodný adresní výběr patří k častým způsobům dotazování, tazatelé jsou na něj zvyklí a dokáží jej v případě dostatečných motivačních pobídek realizovat i v objektivně se zhoršujících podmínkách osobního dotazování v ČR.

Počet tazatelů je optimalizován, aby byl dostatečně redukován případný tzv. interviewer effect, zaručená heterogenita sběru a zároveň na projektu pracovali jen lidé s výraznou zkušeností s metodikou sběru a výběrovou metodou (tazatelé z CHPS, TAČR – Odběry krve, ISSP, Media Projekt, Kontinuální výzkum pro TV metry ATO) apod.

Všichni tazatelé zapojení do sběru dat budou splňovat následující kritéria:

- jsou starší osmnácti let
- jsou právně způsobilí a morálně bezúhonní
- zavázali se svým podpisem dodržovat veškeré etické zásady, s nimiž byli seznámeni na školení
- prošli pravidelnými ročními školeními S/M a MEDIAN
- projdou vstupním školením projektu PIAAC
- úspěšně provedou testovací práce
- mají zkušenosti s daným typem sběru

Z předpokládaného počtu využitých tazatelů vychází očekávané rozsahy dotazových úkolů. Kromě toho S/M a MEDIAN stanoví maximální rozsahy dotazových úkolů, aby nedocházelo ke koncentraci sběru mezi tazatele apod. **Z důvodu omezení interviewer effectu nesmí žádný tazatel provést více než 40 rozhovorů měsíčně.**

Vlna	Typ	Položka	Počet sbíraných jednotek	Průměr jednotek na tazatele	Maximální počet jednotek na tazatele
Pilot	Bez soupisu	Počet vyšetřovaných oblastí (PSU)	168	1,9	7
		Hrubý vzorek domácností	5 040	56,0	210
		Čistý vzorek respondentů	1 769	19,7	75
	Se soupisem	Počet vyšetřovaných oblastí (PSU)	147	1,6	7
		Hrubý vzorek domácností	4 410	49,0	210
		Čistý vzorek respondentů	1 846	20,5	90
Hlavní	Bez	Počet vyšetřovaných oblastí	502	2,6	7
sběr	soupisu	(PSU)			
		Hrubý vzorek domácností	15 060	79,3	210
		Čistý vzorek respondentů	5 283	27,8	75
	Se soupisem	Počet vyšetřovaných oblastí (PSU)	425	2,2	7
		Hrubý vzorek domácností	12 750	67,1	210
		Čistý vzorek respondentů	5 313	28,0	90

Tazatelé obou agentur procházejí pravidelným vícekritériálním hodnocením – kontroly práce, náslechy, plnění dotazových úkolů a termínů, účast na školeních. Na základě těchto hodnocení se rozhoduje o jejich nasazování pro náročnější sběry dat a dlouhodobé kontinuální výzkumy. V případě vážných pochybení jim je pozastavena tazatelská činnost nebo jsou vyřazeni trvale z tazatelské sítě. Práce tazatelů je průběžně monitorována systémem oblastních zástupců, kteří zajišťují i jejich doškolování na specifické projekty. Pro práci s tazateli je využíván osvědčený komunikační a motivační systém.

- Propracovaný systém komunikace s tazateli by měl zajistit prevenci či operativní a rychlé řešení všech problémů vzniklých v rámci sběru dat:
- Tazatelé budou primárně využívat nastavené komunikační kanály pro správu tazatelské sítě obou agentur (zvyk, prověřeno praxí).
- Komunikace mezi centrálou, tazateli a oblastními supervizory probíhá pravidelně, v pracovních dnech obvykle na denní bázi tak, aby byla zajištěna neustálá kontrola a informace o situaci výzkumného projektu, dosud zjištěných výsledcích, případně o organizačních problémech, které jsou neprodleně řešeny. Vyskytne-li se nečekaná situace, obratem jsou nejprve informováni oblastní zástupci, aby se mohli na řešení možného problému předem připravit, nejlépe mu zcela předejít. Komunikace probíhá telefonicky, prostřednictvím elektronické pošty, případně osobně.

- Pro účely tohoto projektu bude zřízena speciální tazatelská hot-line, na které bude v průběhu sběru dat (všední dny i víkendy, od 9:00 do 20:00) operativně k dispozici vyškolený pracovník terénního oddělení.
- Pro tento projekt obdrží tazatelé speciální tazatelskou příručku, která bude obsahovat přesný popis postupu kontaktování i dotazování domácnosti, návody na řešení problémových situací a další užitečné informace týkající se projektu. Příručku obdrží každý tazatel v elektronické i tištěné podobě.
- Specifickou a velmi osvědčenou složku komunikace s tazateli představují oblastní zástupci. 15 oblastních zástupců obou agentur spravuje rovnoměrně územní celky, v rámci kterých může operativně monitorovat situaci v terénu, navrhnout optimální rozložení tazatelských kapacit, kontrolovat práci tazatelů a provádět jejich oblastní doškolení.

Tazatelé realizátorů v rámci komunikace využívají pro tento účel speciálně vyvinuté komunikační on-line platformy.

SUPERVIZORSKÁ ČINNOST

Před hlavními školeními bude s předstihem cca 3-4 týdnů realizováno třídní školení školitelů (Praha). Do tohoto školení se zapojí odpovědní řešitelé - hlavní školitelé projektu z řad uchazečů (2 za každou agenturu), vedoucí terénních oddělení a tazatelských sítí a další osoby, které budou na projektu participovat. V rámci vstupního školení bude připravena a otestována náplň školení tazatelů, diskutovány klíčové otázky zajištění sběru dat s důrazem na jeho úzká místa a celá filosofie projektu.

V případě zapojení nových členů týmu proběhne jejich doškolení ve zkrácené podobě interně vedoucími týmu v intencích školení školitelů s využitím materiálů z původního školení. Supervizoři se následně zúčastní dvoudenního školení supervizorů organizovaného uchazeči za součinnosti se zadavatelem. Předmětem osobního hromadného školení budou klíčové aktivity při monitorování terénu a kontrole práce tazatelů s využitím nástrojů v iCMS.

Základní parametr výzkumu bude nastaven ta aby na 15 až 20 tazatelů připadal jeden oblastní supervizor, který bude se svými tazateli v pravidelném kontaktu a bude schopen jim účinně pomoci v případě problémů v terénu. V případě potíží s přidělenými domácnostmi nebo problémů v práci tazatele je očekáváno zintenzivnění komunikace. Na terénní práci bude dohlížet jeden vedoucí terénu (field director), který bude v pravidelném (týdenním) kontaktu se supervizory.

Přidělování jednotlivých výběrových bodů (PSU) – práce budou probíhat v několika vlnách tím způsobem, že jednotliví tazatelé budou dostávat jednotlivé výběrové body postupně. Přidělení dalšího PSU bude vázáno na dokončení prací v předešlém PSU. Samozřejmě bude se přihlížet k tomu, že některé návštěvy budou odloženy vzhledem např. k dlouhodobé nepřítomnosti. K tomuto účelu bude vytvořen plán rozdělení PSU včetně datového určení a doby šetření. Bude stanoveno v rámci harmonogramu.

Zajištění daných prací bude průběžně kontrolováno i formou pravidelné komunikace a kontroly mezi analytiky, oblastními supervizory a samotnými tazateli se zajištěním pravidelného reportování.

MOTIVACE TAZATELŮ

Hlavní motivací pro tazatele je finanční odměna. Do výzkumu budou zapojeni tazatelé, kteří tvoří jádro obou tazatelských sítí a tazatelská práce pro ně představuje významný (většinou vedlejší ale někdy i hlavní) zdroj příjmu. Uchazeči při stanovení výše odměn vycházejí z dlouhodobých zkušeností s kontinuálními výzkumy i s projektem CHPS 2014-18, v rámci kterých je uplatňován bonusový systém oceňující výkonnost a kvalitu práce tazatele.

Zjednodušeně řečeno: Tazatelé se musí vyplatit na projektu aktivně participovat několik měsíců, realizovat co nejvíce návštěv a získat maximum finálních rozhovorů.

Odměny tazatelů budou zohledňovat následující principy:

- Snaha kontaktovat co nejvíce domácností z dané třicetice
- Úspěšné dohledání informací o důvodech nepřítomnosti členů domácnosti
- 100 % kontroly kvality dotazování
- Úsilí o opakované kontaktování nezastižených domácností
- Zapojení mezi pilotem a hlavním sběrem
- Paušální platby za účast na školení, cestovné a reportování o průběhu sběru

Přesné strukturování odměn tazatelů bude předmětem pre-testu. Uchazeč však navrhuje následující progresivní systém odměňování:

- odměna za vyplnění všech instrumentů včetně testů, což tazatele motivuje k vykonávání dalších návštěv, konverzí odmítnutí, apod.
- předpokládaná výše odměny 700 – 1 000 Kč s tím, že v rámci pretestu bude testována složka základní a motivační při vyšší návratnosti. Navržená částka odpovídá hodinovému výdělků cca 400 Kč (při 2 hodinách strávených v domácnosti). Snižuje ji však nutnost opakovaných kontaktů a neúspěšných návštěv (až 6 hodin)
 - Při 3 a méně rozhovorech = 700 Kč
 - Při 4-5 rozhovorech = 800 Kč
 - Při více než 5 rozhovorech = 900 Kč + bonus 500 Kč
 - Praha, Brno, Ostrava... = 900 Kč (obtížnější získávání domácností)
- o Takto nastavený odměnový systém by měl zajistit průměrnému tazateli při 8-10 rozhovorech měsíčně výdělek mezi 6 000 - 8 000 Kč, což by mělo být dostatečně motivující. Za celou dobu práce na projektu by to pak mělo být 30 000 – 40 000 Kč. Další významnou položkou jsou pak příjmy z cestovného, školení a mimořádných bonusů.
- o Aby byl tazatel motivován ke správnému vyšetření přidělených adres (dodání validních kontaktních formulářů, udržení podmínek rozložení návštěv a kontaktů, získání maxima kontaktů na členy domácnosti – zejm. elektronických, atd.) dostává také bonusovou prémii.

7. Procento domácností z hrubého vzorku domácností, které bude před začátkem sběru dat náhodně přiděleno k provedení zpětné telefonické či osobní kontroly (a to nezávisle na tom, zda se domácnost posléze podaří dotázat či nikoli)

Podrobnosti k této části metodiky (bližší vymezení číselného ukazatele) jsou popsány v Příloze 1a, kapitola 3.6.4a. zadávací dokumentace.

Bude doplněna hodnota v rozsahu 10 % až 100 % včetně (je možné uvést také interval, jeho spodní hranice však nesmí být menší než 10 %).

KONTROLA HRUBÉHO VZORKU (bez ohledu na status vyšetření) – **v rámci dodržení kvality předepsané zadáním bude provedena kontrola 15 % náhodně vybraných případů u každého tazatele pro zpětnou kontrolu.** Pro provedení zpětné kontroly bude využit standardizovaný kontrolní formulář připravený Konsorciem, který předepisuje povinné součásti kontrol. Provedením kontroly se rozumí vyhodnocení konzistence mezi údaji uvedenými tazatelem a údaji zjištěnými kontrolorem při telefonním kontaktu nebo osobní návštěvě adresy (v tomto případě dochází zároveň ke kontrole adresnosti sběru) ve struktuře předepsané kontrolním formulářem se zaměřením na tato témata. Předmět kontroly se bude lišit v závislosti na výsledku kontaktu tazatele s domácností:

- domácnosti, které se nepodařilo kontaktovat: výsledný status domácnosti (např. adresa není bytová jednotka, prázdná bytová jednotka).
- domácnosti, které se podařilo kontaktovat, ale nebyl vyplněn screeningový dotazník: zda si domácnost pamatuje kontakt s tazatelem.

- domácnosti, kde byl vyplněn screeningový dotazník, ale nebyl dotázán vybraný respondent: počet členů domácnosti a základní charakteristiky respondenta vybraného k dotazování.

KONTROLA ROZHOVORŮ - realizátoři budou kontrolovat kvalitu všech uskutečněných rozhovorů různými způsoby tak, aby byla tato kontrola více než 100%! Některé rozhovory se kontrolují 2 či 3 metodami. Budou využity následující typy kontrol:

- nahrávky a jejich náslechy
- kontrola prostřednictvím korespondenčních či telefonických kontrol či emailových adres získaných kontaktů
- křížová návštěva tazatelů obou tazatelských sítí
- kontrola pomocí oblastních zástupců v regionech
- kontrola počtu osob v domácnostech

8. Procento kompletně vyšetřených případů (dle mezinárodní definice „completed case“), které projdou náslechovou kontrolou

Tj. povinnou kontrolou nahrávek alespoň 2 kompletních rozhovorů na každého tazatele nebo případnou nadstandardní náslechovou kontrolou nabídnutou účastníkem (tj. kontrolou cca tříminutových segmentů plošně pořizovaných nahrávek).

Podrobnosti k této části metodiky (bližší vymezení číselného ukazatele) jsou popsány v Příloze 1a, kapitoly 3.6.4b. zadávací dokumentace.

Bude doplněna hodnota x % až 100 %, kde x je rovno minimálnímu možnému podílu případů s provedenou kontrolou kompletních nahrávek vzhledem k využitému počtu tazatelů (je možné uvést také interval, jeho spodní hranice však nesmí být menší než x % dle výše uvedeného vymezení parametru x).

V případě CAPI dotazování jsou z každého rozhovoru pořizovány kontrolní nahrávky (po předchozím souhlasu respondenta i tazatele), které prokazují kvalitu rozhovoru a realnost respondenta..

Náslechy rozhovorů provádějí pracovníci dlouhodobě specializovaní na tuto činnost, kteří kódují různé druhy potenciálních tazatelských pochybení. Rozhovory pro kontrolu nahrávky jsou vybírány tak, aby u každého tazatele byla kontrolována většina rozhovorů. Do kontroly takto vstupuje 100 % **CAPI rozhovorů, přičemž poměr technicky způsobilých nahrávek se souhlasem respondenta bude minimálně 85 %.**

Plošně se nahrávají (skryté) záměrně vybrané úseky dotazování, většinou 2-3 sekvence, které mohou odhalit různé typy chyb:

- Ve výběru (např. deklarace obce bydliště)
- Ve správném dotázání počtu osob v domácnosti
- V nějaké tematické otázce, u níž je důležitá metodika apod.

Nahrávaná / kontrolovaná doba většinou v průměru činí cca 3 minutové segmenty.

9. Plán na přípravu a realizaci kódování do klasifikací ISCO-08 a ISIC

Podrobnosti k této části metodiky (předmět plnění, hodnocené aspekty řešení a principy hodnocení, doporučení k obsahu nabídky) jsou popsány v Příloze 1a, kapitola 3.7.5. zadávací dokumentace.

Bude doplněn vlastní popis vztahující se k řešení této části předmětu zakázky v rozsahu minimálně 1 normostrany (1800 znaků včetně mezer).

Klasifikace ISCO vychází z metodických principů mezinárodní klasifikace ISCO-08. Je založena na dvou hlavních principech, kterými jsou druh vykonávané práce (pracovní místo) a úroveň dovedností. Zaměstnání, jež vyžadují vykonávání stejných úkolů, by měla být vždy zatříděna na stejném místě, i když se požadované formální vzdělání nebo kvalifikace

konkrétního zaměstnance mohou mezi jednotlivými zeměmi i mezi jednotlivými osobami lišit. Metodicky je klasifikace CZ-ISCO spravována Českým statistickým úřadem, který k dané klasifikaci vypracoval samotné číselníky, klasifikace a uživatelskou příručku. Firmy MEDIAN a STEM/MARK mají zkušenosti s tímto typem klasifikace např. v šetření CHPS (Czech Household Panel Study), ISSP nebo FRS – viz reference. V rámci tohoto projektu bude probíhat přiřazení kódů jednotlivým názvům podle těchto principů:

- tazatelé budou instruováni a školeni, aby co nejpřesněji a nejdetaillněji popsali zaměstnání respondenta, důraz na co nejpodrobnější popis případného zaměstnání, základní školení ohledně popisů, které jsou nezařaditelné (např. pouze označení manažer, kdy dané respondenty zařadit do hlavní skupiny – Zákonodárci a řídicí pracovníci a kdy ne, podobně se tak bude postupovat i v dalších případech).
- zkušený kodéři budou mít k dispozici analytický nástroj, který bude umožňovat intuitivně zařazovat jednotlivé texty na základě shody s předdefinovými textovými popisy, které mají již jednoznačné zařazení. Tyto předdefinované textové popisy jsou buď kódy zaměstnání na 5 místo klasifikace CZ-ISCO, nebo již okódované a odkontrolované popisy zaměstnání z předchozích šetření
- v případě, že nebude možné intuitivní metodu využít, kodér na základě své erudice přidělí textovému popisu z dotazníku relevantní kód
- kódování budou provádět zkušený kodéři firmy STEM/MARK a MEDIAN s dlouholetými zkušenostmi kódování klasifikace CZ-ISCO. **Na začátku pilotní fáze i v hlavním sběru na celém vzorku (100 %) budou dva kodéři kódovat stejné popisy, ve výsledku každá položka bude kódovaná dvakrát. V rámci této kontroly bude nutné zajistit dosažení alespoň 85 % reliability kódování na tři místa.** Takto budou odkontrolovány všech 6 zakódovaných proměnných.

Všichni kodéři před začátkem práce projdou speciálním školením, které proběhne osobní formou (v případě nepříznivých epidemiologických podmínek formou videokonference). Školení povede pracovník zodpovídající za průběh a výstupy kódování. Školení musí zahrnovat minimálně seznámení s příslušnými otázkami v dotazníku.

Forma kontroly bude probíhat především na začátku šetření, kdy budou porovnávány výsledky kódování od dvou kodérů, případná vychýlení se budou analyzovat a průběžně diskutovat s jednotlivými kodéry.

Mezinárodní klasifikace ISIC vychází z mezinárodní klasifikace všech ekonomických činností dle klasifikace Spojených národů. Srovnatelnost dat vytvořených podle klasifikace NACE na světové úrovni je dána tím, že NACE je součástí systému statistických klasifikací, které vznikly právě pod záštitou Statistické divize Spojených národů. Tento systém je plně kompatibilní a pro účely zjišťování klasifikace a je proto možné vycházet z implementace klasifikace CZ-NACE od Českého statistického úřadu, které poskytuje k dané klasifikaci číselníky a podrobnou metodickou příručku. Systém kódování bude podobný jako v případě klasifikace CZ-ISCO:

- tazatelé budou instruováni a školeni v první řadě ohledně implementace ekonomické činnosti jednotky a jejího popsání pro další kódování, školení proběhne především na základě správného a nesprávného zařazování jednotlivých ekonomických činností, tedy formou interaktivní výuky
- zkušený kodéři budou mít k dispozici analytický nástroj, který bude umožňovat intuitivně zařazovat jednotlivé texty na základě shody s předdefinovými textovými popisy, které mají již jednoznačné zařazení. Tyto předdefinované textové popisy jsou jednotlivé kódy klasifikace CZ-NACE, nebo již okódované a odkontrolované popisy zaměstnání z předchozích šetření
- v případě, že podle metody b nebude možné intuitivní metodu využít, kodér na základě své erudice přidělí textovému popisu z dotazníku relevantní kód

- kódování budou provádět zkušení kodéři firmy STEM/MARK a MEDIAN (z každé agentury dva pracovníci). **Na začátku pilotní fáze i v hlavním sběru na celém vzorku (100 %) budou dva kodéři kódovat stejné popisy, ve výsledku každá položka bude kódovaná dvakrát. V rámci této kontroly bude nutné zajistit dosažení alespoň 85 % reliability kódování na tři místa.**

Všichni kodéři před začátkem práce projdou speciálním školením, které proběhne osobní formou (v případě nepříznivých epidemiologických podmínek formou videokonference). Školení povede pracovník zodpovídající za průběh a výstupy kódování. Školení musí zahrnovat minimálně seznámení s příslušnými otázkami v dotazníku.

Forma kontroly bude probíhat především na začátku šetření, kdy budou porovnávány výsledky kódování od dvou kodérů, případná vychýlení se budou analyzovat a průběžně diskutovat s jednotlivými kodéry.