

## Metodológia aktivity

Vstupná analýza vzdelávacích potrieb cieľovej skupiny bude vypracovaná na základe prieskumov, ktorých úlohou bude zhromaždiť názory zainteresovaných záujmových skupín na kompetencie, ktoré by mali mať kvalitní zamestnanci vo vybraných spoločnostiach. Zainteresované záujmové skupiny reprezentujú najmä zamestnávateľia/vedúci zamestnanci, ktorých požiadavky na kompetencie je potrebné prioritne naplňať. Ich pripomienky a návrhy budú prednostne posudzované pri procese vypracovania vstupnej analýzy. Po získaní výsledkov z prieskumov, opytovaní zamestnávateľov a zamestnancov bude nasledovať proces identifikácie kľúčových kompetencií a ich zoradenie do príslušných skupín. Posledným krokom bude interpretácia zistení z analýzy osobám zodpovedným za ďalšiu realizáciu projektu, ktoré budú vychádzať z výsledkov analýzy, aby bolo možné pripraviť kvalitné, ciele a efektívne vzdelávacie programy.

## Metodika prieskumu

Prieskum sa zameriaval na požiadavky zamestnávateľov na svojich súčasných zamestnancov z hľadiska kľúčových kompetencií, ktoré by mali zamestnanci ovládať. Bol realizovaný dotazníkovou formou a prostredníctvom riadeného interview.

## Riadené interview

**Riadený štruktúrovaný rozhovor (riadené interview)** je jedna z techník zberu dát v sociálnom výskume. Anketár postupuje otázku za otázkou podľa dotazníka a respondent odpovedá. Anketár zaznamenáva odpovede do dotazníka. Aby boli získané odpovede reprezentatívny, mali by respondenti byť vybraní ako náhodná vzorka. Vyplnené dotazníky sú štatisticky spracované a vyhodnotené a tak sú získané potrebné dáta.

Pre rozhovor platia nasledujúce charakteristiky:

- Je jasné, kto zodpovedá
- Percento dokončených rozhovorov je vyššie ako návratnosť dotazníka
- Je ťažké vynechať otázku
- Anketár poskytuje respondentovi vyšší komfort než samotný dotazník (napríklad sám vyplňa dotazník)
- Problémom môže byť pocit neanonymity u citlivých otázok (respondent je v priamom kontakte s anketárom)
- Nákladná technika
- Časová náročnosť vedie k menšej veľkosti skúmanej vzorky
- Sú potrební školení anketári
- Anketár môže (i nechtiac) ovplyvňovať respondentov

Celkovo ide o veľmi precízne techniku sociálneho výskumu, ktorá prináša veľmi kvalitné výsledky. Určitou nevýhodou sú vyššie náklady.

## Výhody rozhovoru:

- reprezentatívnosť,
- kontrola pravdivosti,
- väčšia flexibilita,
- priama sociálna interakcia medzi frekventantom a výskumníkom,
- umožňuje preniknúť výskumníkovi hlbšie do postojov respondenta,
- Informácie sa pri rozhovore nezískavajú iba výpoveďou ale aj mimikou, gestami atď.

### **Dotazníkový prieskum**

Dotazník je jedna z techník zberu dát v sociálnom výskume. Najprv sú pripravené vhodné otázky a potom sú spracované do podoby dokumentu, ktorý je distribuovaný vhodne vybraným respondentom (tzn. náhodnému vzorky).

Pre dotazník platí nasledujúce charakteristiky:

- Ide o vysoko efektívnu techniku
- Umožňuje v krátkom čase získať informácie od veľkého počtu respondentov
- Náklady bývajú malé
- Anonymita respondentov je vysoká a presvedčivá
- Vysoké sú požiadavky na ochotu respondenta
- Pre respondenta je ľahké preskakovať otázky
- Nie je zaručené, že respondent vyplnil dotazník sám
- Návratnosť býva nízka, vzorka tak nebýva reprezentatívna

### Konštrukcia dotazníka

Zostavenie dotazníka musí spĺňať určité kritéria:

- začiatok dotazníka by mali tvoriť otázky, vzbudzujúce záujem frekventanta,
- otázky sú jednoduché, nevyžadujúce veľkú záťaž mysle,
- postupný prechod k zložitejším otázkam,
- po sérii zložitejších otázok nastupujú opäť jednoduchšie otázky,
- otázky, ktoré sú charakteru osobného by mali nasledovať po sérii neutrálnych otázok,
- dotazník by mal byť presne zostavenou logickou kompozíciou, nie len súhrnom otázok.

### Najčastejšie chyby pri zostavovaní dotazníka

- duplicitné otázky,
- chybné ponuky odpovede,
- zahmlené otázky,
- otázka v žargóne,

- hypotetické, zavádzajúce otázky,
- otázky týkajúce sa názorov niekoho iného.

*Spracovala, dňa 07.04.2014 Erika Jánosdeáková*