

Spis treści

Wprowadzenie	9
---------------------------	----------

Rozdział 1

Cele i zakres badań opinii	15
---	-----------

1.1. Cele badania opinii.....	15
1.2. Zakres i rodzaje badań opinii	21

Rozdział 2

Proces projektowania badania opinii.....	30
---	-----------

2.1. Etapy badania opinii	30
2.2. Określenie celów badawczych	32
2.3. Zdefiniowanie populacji	34
2.4. Sporządzenie operatu losowania	38
2.4.1. Wykaz rejonów statystycznych i obwodów spisowych (rejestr terytorialny).....	40
2.4.2. Rejestr urzędowy PESEL	42
2.4.3. Rejestr podmiotów gospodarki narodowej REGON	42
2.5. Wybór techniki pobierania próby	44

Rozdział 3

Charakterystyka technik wyboru próby	48
---	-----------

3.1. Nieprobabilistyczne techniki wyboru próby	48
--	----

3.1.1. Wybór przypadkowy (wybór według wygody)	48
3.1.2. Wybór celowy.....	50
3.1.3. Wybór kwotowy	53
3.1.4. Wybór próby metodą kuli śnieżnej	60
3.2. Techniki losowego wyboru próby	62
3.2.1. Definicja losowego wyboru próby	62
3.2.2. Generatory liczb losowych	65
3.2.3. Losowanie proste indywidualne	69
3.2.4. Losowanie systematyczne	71
3.2.5. Losowanie warstwowe	76
3.2.6. Losowanie zespołowe i wielostopniowe	82
Aneks 1. Prawdopodobieństwo i jego interpretacje	87
Aneks 2. Procedura wyboru próby -- sukcesy Instytutu Gallupa	95

Rozdział 4

Liczebność próby respondentów w badaniach opinii. . . . 99

4.1. Problemy określania liczebności próby w ni eprobabi li stycznych tech nikach jej wyboru	99
4.2. Ustalanie wielkości próby w badaniach reprezentacyjnych.....	104
4.2.1. Czynniki określające wielkość próby	104
4.2.2. Minimalna liczebność próby w losowaniu prostym indywidual nym	108
4.2.3. Liczebność i alokacja próby w losowaniu warstwowym.....	126
4.2.4. Liczebności jednostek w próbie w losowaniu zespołowym . . .	132
4.3. Problemy niewystarczającej liczebności próby.....	135

Rozdział 5

Metody obserwacji statystycznej 140

5.1. Czym są metody obserwacji statystycznej?	140
5.2. Wpływ kwestionariusza na odpowiedzi respondenta	141
5.2.1. Model behawiorystyczny	141
5.2.2. Model kontekstowy	141
5.2.3. Model poznawczy	142
5.3. Pytania otwarte i zamknięte w kwestionariuszu	145
5.4. Charakterystyka metod pomiaru sondażowego (obserwacji statystycznej)	148
5.4.1. Klasyfikacja metod pomiaru	148
5.4.2. Wywiad osobisty	149

5.4.3. Wywiad telefoniczny	151
5.4.4. Ankieta pocztowa	154
5.4.5. Samospis kontrolowany	157

Rozdział

6

Błędy w badaniach opinii 158

6.1. Źródła i znaczenie błędów losowych	158
6.2. Źródła i znaczenie błędów nielosowych	161

Rozdział 7

Wybrane metody wnioskowania statystycznego o opiniach badanej populacji..... 169

7.1. Wprowadzenie do metod wnioskowania statystycznego	169
7.2. Estymacja punktowa i przedziałowa	170
7.2.1. Metody estymacji punktowej i przedziałowej	170
7.2.2. Estymacja średniej arytmetycznej	171
7.2.3. Estymacja wskaźnika struktury (proporcji)	177
7.3. Weryfikacja hipotez	179
7.3.1. Istota testowania hipotez.....	180
7.3.2. Testowanie hipotez parametrycznych w badaniach opinii	181
7.3.3. Testy nieparametryczne i ich zastosowania w badaniach opinii	186

Rozdział 8

Przykłady projektowania i organizacji badań sondażowych 192

.1. Badanie ustawicznego szkolenia zawodowego pracowników	192
8.1.1. Definicje kategorii i pojęć	193
8.1.2. Plan próbkowania	195
8.1.3. Kwestionariusz badania	200
8.1.4. Zasady imputacji brakujących danych	202
.2. Badanie postaw młodzieży wobec reklamy społecznej.....	208
8.2.1. Cele badania	208
8.2.2. Konstrukcja kwestionariusza	209
8.2.3. Wybór próby	214
8.2.4. Charakterystyka wyników badania	215

Aneks. Kwestionariusz badania CYTS2 w Polsce	224
--	-----

Załącznik

Tablice liczb losowych	232
------------------------------	-----

Bibliografia	234
--------------------	-----