

# Bydlení na volném trhu

## Zpráva z průběhu terénních prací

### *Datum a čas průzkumu*

Výzkum se uskutečnil v měsíci říjnu 2001.

### *Metoda*

Face to face interview tazatele s respondentem.

### *Výběr respondentů*

Cílovou skupinou výzkumu byli obyvatelé Prahy starší 18 let, kteří měli občanství České republiky, žili jako nájemníci nebo podnájemníci „na volném trhu“ v pronajatém bytě či rodinném domě. Výraz „na volném trhu“ v českém kontextu znamená, že uživatelé těchto bytů či domů platili neregulovaný (smluvní) nájem, neměli smlouvu na dobu neurčitou („dekret na byt“) ani práva z ní vyplývající. Při výběru respondentů se nepřihlíželo k tomu, kdo je majitelem obývaného bytu či domu, jaký je právní charakter užívání bytu či domu, ani se neposuzovala jeho legálnost. Protože je takto úzce definovaná skupina potenciálních respondentů málo početná, a pro její kontaktování není možné použít žádnou z běžně používaných metod výběru respondentů (náhodný výběr podle adres, náhodná procházka či kvótní výběr), byl výběr respondentů proveden dle pokynů zadavatele metodou snowballingu. Hlavním cílem této metody bylo nalézt dostatečný počet respondentů splňujících výběrová kritéria, nikoliv reprezentativnost výběru pro cílovou populaci. Metoda snowballingu je založená na předpokladu, že každý z tazatelů účastnících se průzkumu je schopen nalézt alespoň několik potenciálních respondentů, kteří by vyhovovali výběrovým kritériím, a které by bylo možno požádat o interview. Každého z takto oslovených lidí pak tazatel požádal o kontakty na další lidi, kteří splňovali kritéria výběru a mohli by osloveni jako potenciální respondenti. Důležitou vlastností metody snowballingu je skutečnost, že nemůže být zaručena reprezentativnost vzorku pro cílovou skupinu.

### *Tazatelé a jejich instruktáž*

Na sběru dat se celkem podílelo 36 tazatelů. Z toho bylo 15 tazatelů společnosti Gallup, zbytek tvořili tazatelé jednorázově najmutí na tuto akci. Vzhledem ke složitosti dotazníku i neobvyklosti výběrové metody prošli všichni tazatelé povinnou instruktáží, na níž byli detailně seznámeni s metodou výběru respondenta a definicí cílové skupiny. Všichni tazatelé rovněž dostali písemné „Vysvětlivky pro tazatele“ a byla jim nabídnuta možnost kontaktovat

v libovolnou dobu pověřeného pracovníka Gallup Organization a obracet se na něj s eventuálními dotazy.

### *Kontrola práce tazatelů*

Práce tazatelů byla kontrolována v zásadě dvojitým způsobem. Prvním typem kontroly byl přímý dohled fieldwork managera nad průběhem dotazování. Ten zahrnoval průběžný telefonický kontakt s tazateli, průběžné shromažďování vyplněných dotazníků a zpětnou telefonickou kontrolu tazatelů (call-back check) u náhodně vybraných dotazníků. Kromě této kontroly proběhla ještě kontrola správnosti vyplnění dotazníku a logické kontroly vzniklého datového souboru.

### *Statistika dotazování*

Celkem rozdáno dotazníků:	213
Neodevzdané dotazníky:	7
Špatně vyplněné dotazníky	5
Celkem správně vyplněných dotazníků	201
Celkový počet tazatelů:	36
Průměrný počet dotazníků/1 tazatel	5.58
Nejvyšší počet dotazníků/1 tazatel	21
Nejnižší počet dotazníků /1 tazatel	1

Pozn.: Tazateli nebyl zaznamenáván celkový počet oslovených respondentů, resp. počet oslovených potenciálních respondentů, kteří odmítli interview, není proto možné vypočítat standardní návratnost dotazníku.

### *Průběh šetření*

Původní plán provedení popisovaného terénního šetření předpokládal, že pro tento úkol bude využito cca 10 až 15 vyškolených tazatelů společnosti Gallup, z nichž každý uskuteční zhruba 15 – 20 rozhovorů. Během prvních dvou týdnů šetření se však ukázalo, že většina tazatelů nebude schopna provést potřebný počet interview, neboť po provedení prvních 3 až 5 rozhovorů začali mít vážné problémy se získáváním dalších potenciálních respondentů. Se „zvětšující se vzdáleností“ od sociálních sítí tazatele se rovněž prudce snižovala ochota potenciálních respondentů dělat rozhovor na téma, které se většině oslovených zdálo být relativně důvěrné. Z toho důvodu bylo nutno pozměnit strategii, zvětšit počet tazatelů a každému nově instruovanému tazateli přidělit jen omezené množství dotazníků (4-5), jejichž vyplnění by nebylo takovým problémem. Negativním vedlejším důsledkem této nové strategie byla nutnost zaškolit i nové tazatele, kteří v minulosti ještě pro Gallup Organization nepracovali (a s tím související zvýšené riziko nekvalitní práce tazatelů). Ke konci období určeného k provedení interview také opravdu došlo k určitým komplikacím: 7 dotazníků

nebylo odevzdáno a dalších 5 muselo být po kontrole vyřazeno kvůli nesprávnému výběru respondenta, resp. nekvalitnímu vyplnění.

### *Zkušenosti tazatelů s dotazováním*

Většina tazatelů, ale zejména respondentů si stěžovala na délku rozhovoru, který trval velice dlouho, a na jeho mimořádnou náročnost na pozornost jak respondenta, tak tazatele. Jako nejkomplicovanější část dotazníku byla uváděna část zjišťující historii bydlení. Nejčastějším problémem tazatelů bylo správným způsobem zaznamenat některá uživatelská postavení respondenta v jeho historii bydlení. Někteří respondenti se cítili být osobně dotčeni formulací některých otázek a výroků v dotazníku obsažených, zvláště těch, v nichž se hovoří o nelegálnosti některých typů nájemních vztahů. Část tazatelů upozorňovala na to, že některé postoje respondentů vyjádřené v odpovědích na otázky v dotazníku byly nekonsistentní s faktickou situací dotazovaného a mohly být ovlivněny expresivními výrazy použitými v dotazníku (např. slovy „černý trh“, „protizákonné“, „nelegálně“).

Tomáš Kostecký  
The Gallup Organization  
Karoliny Světlé 10  
110 00 Praha 1