



## Küsitluste läbiviimise hea tava

Koostaja: Sirje Lind  
sirje.lind@resta.ee  
AS Resta  
www.resta.ee  
Soola 1a, Tartu  
Telefon 7409 320

juuni 2006



Toetab Euroopa Liit



# 1 Kokkuvõte

Käesolev dokument annab ülevaate küsitluste läbiviimise heast tavast.

Võrreldavate tulemuste saamiseks tuleks küsitlustesüsteemi väljatöötamisel lähtuda järgmistest põhimõtetest:

- Kasutada kõikide küsitluste korral ühtset lähenemisviisi.
- Kasutada kõikides küsitlustes ühtseid hindamisskaalasid.
- Võrreldavuse huvides kasutada erinevate huvigruppide küsitlustes samade teemade kohta arvamuste saamiseks sama või sarnase sõnastusega küsimusi.
- Mugavamaks võrdlemiseks kasutada hinnangute aritmeetilist keskmist.
- Küsitlusele lisatakse kaaskiri, kus on näidatud küsitluse eesmärk ja saadud teabe kasutatamine.
- Küsitluste koostamisel pööratakse tähelepanu vormistusele ja korrektsele üheselt mõistetavale sõnastusele.
- Küsimustik sisaldab vabavastuseid ettepanekute ja kommentaaride jaoks.
- Ankeedi lõpus tänatakse vastajat suure töö eest.

## 2 Sisukord

1	Kokkuvõte .....	2
2	Sisukord.....	2
3	Küsitlus juhtimisvahendina .....	3
3.1	Huvigruppide arvamus arengu edukuse aluseks .....	3
3.2	Küsitlus kui suhtlusvahend.....	3
3.3	Küsitlus kui ootuste edastamise vahend.....	3
4	Küsitluste koostamise põhimõtted .....	3
4.1	Küsimustiku visuaalne pool .....	3
4.2	Küsimustiku kaaskiri.....	4
4.3	Küsimustiku liigendamine.....	4
4.4	Vabavastused.....	4
4.5	Terminite ülevaatamine .....	4
4.6	Teadaolevaid fakte ei küsita.....	4
4.7	Vabavastus või loetelu .....	5
4.8	Kasutatavad skaalad .....	5
5	Küsitluse läbiviimine.....	6
6	Küsitluse kokkuvõtte.....	6

## **3 Küsitlus juhtimisvahendina**

### **3.1 Huvigruppide arvamus arengu edukuse aluseks**

Koostöö huvigruppidega on juhtimisprintsip, mille kohaselt töötamise mõjus on kõrgem, kui huvigruppidega on loodud usaldusel, teadmiste vahetamisel ja integratsioonil põhinevad vastastikku kasulikud partnerlussuhted, seda nii organisatsiooni kui üksiktöötaja tasemel. Uute ideede, teadmiste ja kogemuste hankimisel on tihedad suhted erinevate huvigruppidega hindamatud.

Küsitlustes välja toodud kooli tugevuste teadvustamisega ja nende kasutamisega kooli reklaamis saab tõsta kooli mainet. Positiivne sõnum tuleb edastada ka kooliperele.

Küsitlused toovad välja ka kitsaskohad, millega on vaja kooli arendamisel tegelda.

Küsitluste läbiviimine ei ole eesmärk omaette. Oluline on teha järeldusi ja otsuseid ning nende alusel arendada kooli. Kui küsitlusi viiakse läbi mitu aastat järjest, kuid neis välja toodud kitsaskohti ei lahendata, võib see põhjustada huvigrupi rahulolu langust.

### **3.2 Küsitlus kui suhtlusvahend**

Küsitlus on üks huvipoolega suhtlemise vahend, mis peab lähtuma suhtlemise heast tavast. Ankeet on kooli visiitkardiks ning peab olema hea väljanägemise ja ladusa keelekasutusega. Pöördumine vastaja poole peab olema viisakas.

Eestlastele omase tagasihoidlikkuse tõttu avaldavad paljud inimesed oma arvamust ainult siis, kui midagi on halvasti. Positiivsete mõtete ja ettepanekutega tullakse välja alles otse küsimise korral.

Küsitluse läbiviimisega anname vastajale võimaluse oma arvamuse avaldamiseks ning samas anname talle mõista, et hoolime temast ja tahame kooli arendamisel arvestada ka tema arvamusega.

### **3.3 Küsitlus kui ootuste edastamise vahend**

Kuigi küsitluse põhieesmärk on teada saada vastajate hinnanguid ja kommentaare tehtule ning saada ettepanekuid muutusteks, saab küsitlustega edasi anda ka kooli suhtumist ja hoiakuid. Küsimuste sõnastuse ja rõhuasetuste põhjal teeb vastaja järeldusi kooli ootuste ja hoiakute kohta, seetõttu peaks küsitluse üldine toon olema viisakas ja küsimused sõnastatud positiivses võtmes. Näiteks küsides õpilastelt ja õpetajatelt hinnanguid koolis arendatavate oskuste ja omaduste kohta, anname loetelu kooli arvates olulistest oskustest ja omadustest. Niisuguse küsimuse esitamise peamine eesmärk on teadvustada õpilastele nende omaduste olulisust ja kinnitada õpetajatele vajadust arendada neid omadusi.

## **4 Küsitluste koostamise põhimõtted**

### **4.1 Küsimustiku visuaalne pool**

Küsimustiku kvaliteet näitab kooli suhtumist vastajasse. Korrektselt vormistatud ja ladusa keelekasutusega küsitlusele on vastajal lihtsam vastata. Kooli logo ja kooli nimi küsitluses täidavad sooja suhte loomise eesmärki.

## **4.2 Küsimustiku kaaskiri**

Vastamisaktiivsust suurendab ka viisakas pöördumine, kus selgitatakse küsitlusele vastamise kasu nii vastajale kui koolile.

Kaaskiri peaks vastama järgmistele küsimustele:

- Mis uuringuga on tegemist?
- Mida uuringu tulemustega tehakse?
- Kus ja kuidas saab arvamust avaldada? (vastamise tähtaeg ja selgitused vastuste tagastamise kohta)
- Kuhu edastada täidetud ankeedid?
- Kellelt saab abi küsitlusega seotud probleemide korral? (nimi ja kontaktandmed)
- Millised on täiendavad motivaatorid? Näiteks loosiauhinnad.

Kirja allkirjastab kooli juhtkonna esindaja.

## **4.3 Küsimustiku liigendamine**

Rahulolu-uuringud peaksid olema katvad: puudutama kõiki olulisi valdkondi. Küsimustiku jagamine teemade järgi plokkideks teeb vastajale vastamise lihtsamaks. Tuleb jälgida ka tasakaalu, et mõne teema kohta ei oleks proportsionaalselt liiga palju küsimusi.

Kõikehõlmava ja lihtsalt täidetava uuringu tulemusena kerkivad esile nii hoidmist vajavad tugevused kui ka tegelemist vajavad probleemid kohad.

## **4.4 Vabavastused**

Iga ploki lõpus peaksid olema vabavastused. See annab vastajale võimaluse viidata ka niisugustele teemadele, mida küsimustiku koostaja ei osanud ette näha. Kindlasti tuleb hinge peale jäänud mõtete jaoks panna ankeedi lõppu kommenteerimise võimalus.

Vabavastused annavad edasi inimeste emotsioone ja on tihti kõige ilmekamad.

## **4.5 Terminite ülevaatamine**

Enne ankeedi väljasaatmist tuleb kontrollida, kas kasutatud terminid on vastajale üheselt mõistetavad ja kas küsimused on Teie kooli kontekstis kohased.

### **Näited:**

1. Näidisankeedis on termin ühiselamu, teie koolis aga kasutatakse terminit internaat.
2. Äsja remonditud ühiselamu korral ei ole mõtet küsida pesemistingimuste kohta, samas võib vabavastustel kommentaaridest ilmnedu kehva ventilatsiooni teema.
3. Kui ühiselamus ei ole interneti võimalust, siis on kohatu küsida interneti kättesaadavuse kohta ühiselamus.

## **4.6 Teadaolevaid fakte ei küsita**

Hea tava kohaselt ei ole ilus küsida asju, mida me juba teame. Teadaolevate asjade üleküsimine võib ärritada vastajat. Nimelise küsimustiku korral võetakse analüüsil osa andmeid vastajate baasist. Anonüümsete küsitluste puhul me ei tea, kes on vastaja, vastajagruppide eristamiseks analüüsil on vaja ankeeti lisada rohkem taustaküsimusi.

**Näited:** Kui ankeedis on küsimus „Eriala ja kursus(rühm)”, siis ei ole ilus küsida, kas õpingud on põhikooli või keskkooli baasil. Samas tulemuste analüüsil võib eelneva haridustaseme kasutamine anda olulist täiendavat informatsiooni.

## 4.7 Vabavastus või loetelu

Mõnede küsimuste korral tekib küsimus, kas kasutada vabavastust või pikka loetelu.

Esimesel aastal võib esitada küsimuse vabavastusena. Saadud vastused tuleb analüüsiks grupeerida. Järgmisel korral sama küsitlust korraldades saab vabavastuse asendada eelmise küsitluse analüüsil saadud loeteluga.

### Näited:

1. *Miks sa valisid selle kooli?*
2. *Millised omadused on õpetaja puhul olulised?*
3. *Miks sa õpid?*

Loetelule on lihtsam vastata, kuid vabavastus sunnib mõtlema ja ei piira etteantud loeteluga.

Kuna loetelule on lihtsam vastata, siis teadaolevad loetelud võiks vastusevariantidena välja tuua.

### Näited:

1. *Millise eriala töötajaid ja kui palju vajate viie aasta jooksul? Kui erialade loetelu ette ei anta, siis kooli tegevusega mitte kursis olev vastaja võib teadmatusest jätta mõne eriala spetsialistide vajaduse mainimata.*

## 4.8 Kasutatavad skaalad

Eri küsitluste tulemuste võrreldavuse huvides on soovitatav kasutada kõikide küsitluste korral samu skaalasisid. Eelistatud on arvulised diskreetse skaalad, mis võimaldavad arvutada keskmisi ja on paremini võrreldavad.

Näide erinevate skaalade võrreldavusest.

	2004	2005
5-punkti skaala	4,1	4,5
Skaala Jah-ei, vahetevahel	20% jah, 60% ei 20% vahetevahel	20% jah 55% ei 25% vahetevahel

**„Jah-Ei” skaalat** saab kasutada fakti olemasolu või mitteolemasolu kinnitamiseks, kuid mitte hinnangu andmiseks sündmusele või protsessile. Väga vähesed inimesed on must-valge maailmavaatega ja sellisel skaalal hinnangute andmisel jäävad paljud vastajad hätta.

**Numbrilise diskreetse skaala** korral annab vastaja hinnangu, teades skaala otspunktide väärtusi. Enamlevinud on 5-, 7- ja 10-punkti skaalad. Ühes küsitluses ei ole soovitatav kasutada erineva pikkusega skaalasisid.

**Näide** väitena esitatud küsimuse skaalast: *Palun vastake 5-palli skaalal, kus 1 – ei nõustu üldse ja 5 – nõustun täielikult.*

### Skaala sobivus

Kindlasti on vaja küsimustiku koostamisel kontrollida, et küsimuse sõnastus ja skaala oleksid omavahel kooskõlas.

### Näited:

1. Olen rahul kooli praktikantidega  
*Palun vastake 5-palli skaalal, kus 1 – ei ole üldse rahul ja 5 – olen väga rahul*
2. Hindamiskriteeriumid on mulle teada  
*Palun vasta 5-palli skaall, kus 1 – ei nõustu üldse ja 5 – nõustun täielikult*

3. Soovitan tuttavatel tulla meie kooli õppima

*Palun vasta 5-palli skaalal, kus 1 – ei soovita mingil juhul ja 5 – soovitan kindlasti, olen soovitanud*

## 5 Küsitluse läbiviimine

Küsitluse läbiviimiseks tuleb valida sobiv vastamise vorm, sellest sõltub ka vastamisaktiivsus.

1. Vastaja täidab korralikult vormistatud **paberankeedi**. Paberankeetidele vastamise aktiivsus on suurem, kui ankeeti täidetakse korraga näiteks tunnis või töötajate koosolekul.

2. **Veebiküsitluse** korral saadetakse vastajale e-kiri küsitluses osalemiseks. Kirjas on link veebiankeedile, mille vastaja saab täita talle sobival ajal. Vastatud ankeetide andmed kogutakse veebiserveris asuvasse andmebaasi. Nimelise küsitluse korral saab mittevastanutele saata paari päeva pärast meeletuletuskirja. Soovitatav vastamisaeg on veebiküsitluse korral 3–4 päeva ja meeldetuletuskirja järgselt 2–3 päeva.

3. **E-posti** vahendusel läbiviidava küsitluse korral saadetakse vastajale kiri koos täidetava ankeediga. Sellisel kujul on raske läbi viia anonüümset küsitlust, sest vastaja meiliaadress on andmete kogujale nähtav.

4. **Posti teel** läbiviidavate küsitluste korral tuleb ümbrikusse lisada ka margistatud tagastusümbrik. Vastamisaeg peaks olema vähemalt kaks nädalat.

5. **Telefoniküsitlus** ei tohi olla pikk, vastusevariandid peavad olema selged.

## 6 Küsitluse kokkuvõtte

Küsitluse läbiviimise eesmärgiks on saada huvigrupi hinnang kooli tegevusele ja selgitada välja selle parendamise võimalused.

Analüüsi käigus töödeldakse vastajate antud hinnangud, leitakse küsimuste keskmised ja/või vastuste jaotused. Taustatunnuste alusel hinnanguid grupeerides otsitakse erinevate hinnangute andmise põhjusi – probleemseid, lahendamist vajavaid teemasid.

Analüüsi põhjal toimub juhtide ja otsustajate nõupidamine, kus analüüsi tegija ja juhtide koostöö tulemusena leitakse küsitluses välja toodud olulised aspektid ja määratletakse tegutsemist vajavad valdkonnad.

Küsitluse tulemustest on mõistlik teha **üheleheküljeline kokkuvõtte**.

- Küsitlust kirjeldavad parameetrid: küsitluse nimetus, küsitluse aeg, küsitluse vorm (paber-, veebi- või telefoniküsitlus, nimeline või anonüümne), keda küsitleti (valim), vastamisaktiivsus.
- Mis oli positiivset?
- Mis oli negatiivset?
- Millised on olulisemad järeldused?
- Millised otsused võeti vastu küsitluse tulemuste põhjal? (See osa lisandub tavaliselt pärast küsitluse tulemuste arutelu kooli juhtkonna poolt.)

Kokkuvõtte elavdamiseks võib lisada jooniseid ja vastajate kommentaare.

Kokkuvõtte sisaldab sõnumit, mida on hea kasutada tulemuste esitlemisel huvigruppidele.

**Kasu kokkuvõttest:**

- Kokkuvõte võimaldab juhtkonnal saada kiiresti ülevaadet küsitlusest.
- Kordusküsitluse läbiviimisel saadakse kiire ülevaade, kas eelmisel korral välja toodud kriitiliste tegevuste osas on toimunud muutusi.
- Kokkuvõte on heaks alusmaterjaliks kooli lehele artikli või kodulehele uudise koostamisel.
- Kokkuvõtete alusel saab analüüsida küsitluste läbiviimise protsessi.