

Populacija, uzorački okvir i uzorak

Peto predavanje

Ciljna populacija

- Ukupno svi elementi čine punu ciljnu populaciju.
- Elementi mogu biti:
 - Individue
 - Firme
 - Organizacije
- Ciljna populacija mora biti:
 - Konačna po pitanju veličine (bar teorijski),
 - Konačna po pitanju vremena
 - Da ju je moguće posmatrati (da joj je moguće prići)

Ciljna populacija

- Mora jasno definisati svoje jedinice
 - Npr. svi punoljetni građani koji žive u domaćinstvima u Crnoj Gori u vrijeme istraživanja
- Populacija istraživanja (**survey population**) i ciljna populacija se uvijek nužno ne poklapaju
- Populacija istraživanja je populacija koja se realistično može obuhvatiti istraživanjem

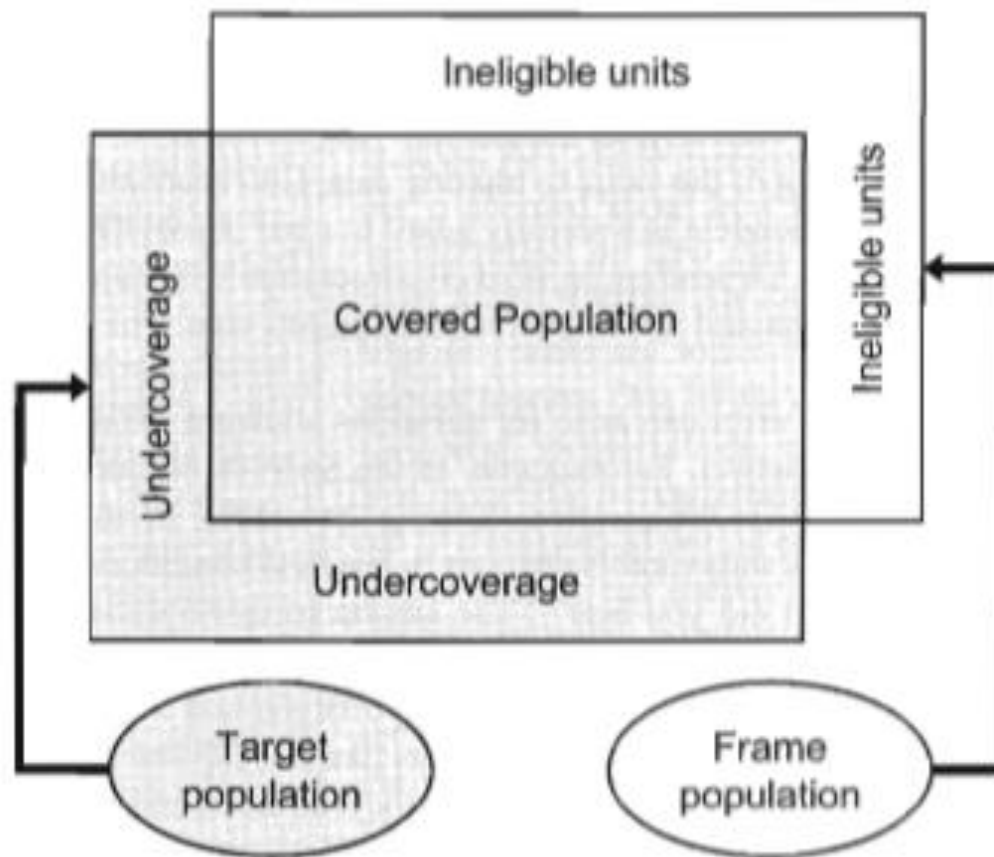
Uzorački okvir

- Uzorački okvir (**sampling frame**) je lista ili procedura koja omogućava da se identifikuju svi članovi targetirane populacije
 - Telefonski imenik
 - Registar populacije
 - Registar privrednih društava
 - Spisak primalaca socijalne pomoći...

Nepoklapanje ciljane i populacije istraživanja

- Nepokrivenost
- Neodgovarajuće jedinice
- Dupliranje
- Klastering (grupisanje)

Ilustracije nepoklapanja



Nepokrivenost

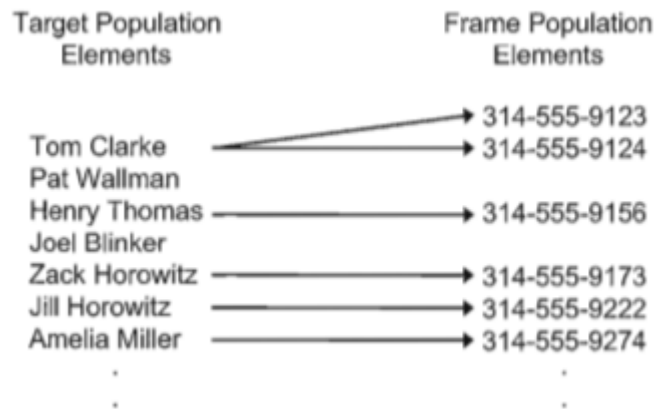
- Nepokrivenost je slabost uzoračkog okvira koja podrazumijeva da svi elementi ciljane populacije nisu uključeni u uzorački okvir tako da ih je nemoguće birati.
- Primjer: telefonski imenik – ljudi koji nemaju fiksni broj

Neodgovarajuće jedinice

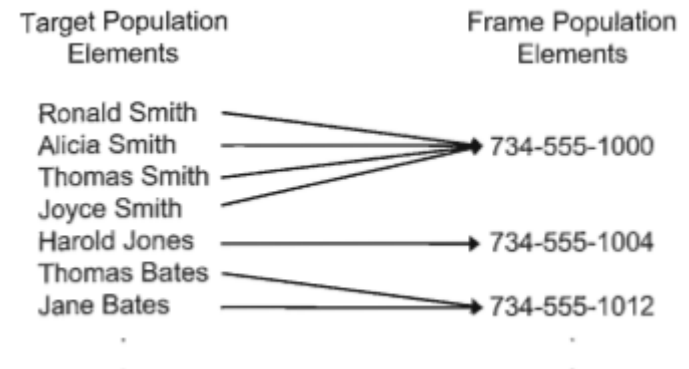
- Odabrane jedinice nisu stvarni elementi ciljane populacije.
- Primjer: nasumično biranje brojeva da bi se dobio broj koji se poziva
- 10 cifara – 85% nepostojećih brojeva

Dupliranja i grupisanja

Dupliranje



Grupisanje



Domaći zadatak

Organizovati svoje anketno
istraživanje

Elementi:

1. Postaviti jasno istraživačko pitanje
2. Postaviti hipoteze
3. Definisati indikatore u odnosu na koje će se hipoteze mjeriti
4. Izvesti pitanja iz indikatora (naznačiti koja pitanja se odnose na koji indikator)
5. Opisati ciljanu populaciju
6. Uraditi bar 3 kognitivna intervjua i napraviti zapisnik (do jedne strane)
7. Opisati ŽELJENI način uzorkovanja i zašto ne možete na taj način da uzorkujete (ukoliko iz tehničkih razloga ne možete)
8. Sprovesti anketiranje na najmanje 20 ispitanika
9. Predstaviti rezultate u vidu frekvencije odgovora
10. Prokomentarisati
11. Predati:
 1. Dizajn koji uključuje tačke 1-6
 2. Upitnik (tačka 7)
 3. Rezultate (tačke 8-9)
12. Sve predati – **11. decembra**