

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO  
**VPLIV OBVESTILNIH PISEM IN OPOMNIKOV  
NA STOPNJO ODGOVORA**

Ljubljana, avgust 2019

MARUŠA REHBERGER

## IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Maruša Rehberger, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Vpliv obvestilnih pisem in opomnikov na stopnjo odgovora, pripravljene v sodelovanju s svetovalko red. prof. dr. Ireno Ograjenšek

### IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

Podpis študentke: \_\_\_\_\_

# KAZALO

<b>UVOD</b>	<b>1</b>
<b>1 POJEM ANKETNEGA RAZISKOVANJA IN NJEGOVE ZNAČILNOSTI</b>	<b>4</b>
1.1 Opredelitev anketnega raziskovanja	4
1.2 Anketna raziskava	4
1.3 Stopnja odgovora	6
1.3.1 Potek zbiranja podatkov v kombiniranem načinu anketiranja	6
1.3.2 Neodgovor enote	8
1.4 Dejavniki, ki vplivajo na stopnjo odgovora	9
1.5 Obvestilno pismo	13
<b>2 PREDSTAVITEV INŠTITUTA IN RAZISKAVE</b>	<b>16</b>
2.1 Predstavitev Nacionalnega inštituta za javno zdravje	16
2.2 Opis raziskave ATADD	17
2.2.1 Časovni okvir raziskave	17
2.2.2 Obvestilna pisma in opomniki	18
<b>3 ANALIZA MIKROPODATKOV RAZISKAVE ATADD 2018</b>	<b>21</b>
3.1 Namen, cilji in raziskovalna vprašanja	21
3.2 Odzivnost vzorcev v obeh delih raziskave	22
3.2.1 Vzorca	22
3.2.2 Odzivnost po pismih	23
3.2.3 Zavrnjena pisma	25
3.2.4 Ponovni dopisi	26
3.2.5 Število poslanih pisem	26
3.2.6 Stopnja odgovora	27
3.3 Odzivnost glede na sociodemografske značilnosti	29
3.3.1 Odzivnost oseb	29
3.3.2 Odzivnost glede na spol	29
3.3.3 Odzivnost glede na stopnjo izobrazbe	30
3.3.4 Odzivnost glede na starostne razrede	32
3.3.5 Odzivnost glede na zakonski stan	33
3.3.6 Odzivnost glede na statistično regijo	35
3.3.7 Odzivnost glede na tip naselja	35
3.3.8 Odzivnost glede na stopnjo urbanizacije	37
3.4 Problematične skupine	38
3.5 Katera sociodemografska skupina se prva odzove na obvestilno pismo?	39

<b>4 DOMET RAZISKAVE IN PRIPOROČILA ZA NADALJNE RAZISKOVANJE</b>	<b>39</b>
4.1 Domet raziskave	39
4.2 Predlog sprememb obstoječe raziskave	40
4.3 Izzivi za prihodnja raziskovanja	41
<b>SKLEP</b>	<b>41</b>
<b>LITERATURA IN VIRI</b>	<b>44</b>
<b>PRILOGE</b>	

## **KAZALO TABEL**

Tabela 1: Elementi obvestilnega pisma po avtorjih .....	14
Tabela 2: Upoštevanje elementov v pismih .....	19
Tabela 3: Število poslanih pisem v posameznem obdobju.....	27
Tabela 4: Statusi izidov anketiranja v ATADD 2018 .....	27
Tabela 5: Odzivnost po pismih glede na stopnjo izobrazbe .....	31
Tabela 6: (Ne)odgovor problematičnih skupin .....	38

## **KAZALO SLIK**

Slika 1: Potek zaporednega kombiniranega načina zbiranja podatkov .....	7
Slika 2: Rezultati zaporednega kombiniranega načina zbiranja podatkov – pomlad in jesen .....	23
Slika 3: Rezultati zaporednega kombiniranega načina zbiranja podatkov – skupaj.....	24
Slika 4: Odzivnost po dnevih .....	25
Slika 5: Odzivnost na pisma po spolu .....	30
Slika 6: Odzivnost na pisma po stopnji izobrazbe .....	31
Slika 7: Odzivnost na pisma po 10-letnih skupinah .....	33
Slika 8: Odzivnost na pisma po zakonskem stanu .....	34
Slika 9: Odzivnost glede na statistično regijo .....	35
Slika 10: Odzivnost glede na tip naselja .....	36
Slika 11: Odzivnost glede na stopnjo urbanizacije .....	37

## SEZNAM KRATIC

AAPOR – Ameriško združenje za raziskave javnega mnenja (ang. American Association for Public Opinion Research)

ATADD – Anketa o tobaku, alkoholu in drugih drogah

CAPI – Osebno anketiranje z računalniško podporo (ang. computer assisted personal interviewing)

CAWI – Računalniško podprto spletno anketiranje (ang. computer assisted web interviewing)

CRP – Centralni register prebivalstva

EMCDDA – Evropski center za spremljanje drog in odvisnosti od drog (ang. European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction)

LPSR – Letni program statističnih raziskav

NIJZ – Nacionalni inštitut za javno zdravje

RARHA – Zmanjševanje škode zaradi uživanja alkohola (ang. Reducing alcohol related harm)

SMART – Standardizirano merjenje težav, povezanih z alkoholom (ang. Standardised Measurement of Alcohol-Related Troubles)

SURS – Statistični urad Republike Slovenije

ZDSta – Zakon o državni statistiki

ZZPPZ – Zakon o zbirkah podatkov s področja zdravstvenega varstva



## UVOD

V današnjem hitrem načinu življenja številnim osebam primanjkuje prostega časa in energije, da bi naredile nekaj, kar ne spada med njihove obveznosti. Tudi zato ima vedno več ljudi odpor do anket. Anketno raziskovanje je kvantitativna metoda zbiranja primarnih podatkov od relativno velikega vzorca iz populacije (Scheuren, 2004; de Leeuw, Hox in Dillman, 2008), zato je pomembno, da raziskovalci pred samim zbiranjem kvantitativnih podatkov anketirance primerno in prepričljivo povabijo k sodelovanju. Način, kako so ljudje povabljeni k sodelovanju v raziskavi, lahko vpliva na stopnjo odgovora (Tai in drugi, 2018). Ta je namreč pomemben kazalec uspešnosti reprezentativne raziskave in uspešnosti operacionalizacije s podatki (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008); nesodelujoči pa so ena izmed največjih težav, s katero se soočamo pri anketiranju (Callegaro, Lozar Manfreda in Vehovar, 2015). "Načrtovanje anketnih raziskav je zelo kompleksen proces, ki vključuje številne dejavnike, kot so izbira načina anketiranja, zasnova vprašalnika, oblikovanje vprašanj, metode za obdelavo podatkov in izdelavo vzorčnega načrta" (Kalton in Vehovar, 2001). Ne le načrtovanje raziskave, temveč tudi celoten postopek izvajanja zbiranja podatkov ima potencialno lahko vpliv na pridobitev odgovorov (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008). Cilj raziskav je minimizirati neodgovor (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008), saj se z večanjem neodgovorov enot znižuje stopnja odgovora (Groves in Couper, 1998).

Eden izmed načinov, s katerim anketirance povabimo k sodelovanju v raziskavi, je obvestilno pismo. Ker obvestilno pismo ne želi le informirati, temveč tudi motivirati, se je treba zavedati, kateri so dejavniki, ki vplivajo na (ne)sodelovanje izbrane osebe v raziskavah ter te dejavnike v fazi načrtovanja kombinirati (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008).

Na Nacionalnem inštitutu za javno zdravje (v nadaljevanju NIJZ) je bila v letu 2018 izvedena Nacionalna raziskava o tobaku, alkoholu in drugih drogah (v nadaljevanju ATADD). V Nacionalni raziskavi ATADD je bilo v vzorec vključenih 16.000 oseb v starosti od 15 do 64 let; izvedba raziskave je bila razdeljena na spomladanski del (8.000 oseb) in jesenski del (8.000 oseb). Vse izbrane v vzorec so k raziskavi povabili z obvestilnim pismom in opomniki. Razlika v obvestilnem pismu med spomladanskim in jesenskim delom je bila informacija o nagradnem žrebanju. Spomladanski vzorec oseb je za nagradno igro izvedel šele pri prvem opomniku, jesenski vzorec pa je imel to informacijo že v obvestilnem pismu. Razlika med spomladanskim in jesenskim delom je bila tudi v časovnem razmiku med pošiljanjem obvestilnega pisma in prvega opomnika, in sicer se je v spomladanskem delu prvi opomnik poslal en teden po obvestilnem pismu, v jesenskem delu pa je bil prvi opomnik poslan tri tedne po obvestilnem pismu.

Po koncu zbiranja podatkov se raziskovalci vprašajo, kako so njihove odločitve v času načrtovanja ter v času raziskave vplivale na kakovost podatkov, kaj so se iz izvedene raziskave naučili in katere dobre prakse bodo prenesli na naslednjo raziskavo. Mnogokrat

se vprašajo tudi, s čim pritegniti sodelovanje oseb in kako doseči določeno sociodemografsko skupino. Magistrsko delo se zato osredotoča na elemente obvestilnega pisma in opomnikov, ki izbranega v vzorec raziskave motivirajo k sodelovanju v raziskavi, na razmak pošiljanja pisem ter na odziv posameznih sociodemografskih skupin po različnih pismih.

Z opravljenim raziskovanjem želim prispevati k oblikovanju takšnih obvestilnih pisem in opomnikov, ki bodo osebe, izbrane v vzorec raziskave, prepričale, da sodelujejo v raziskavi. Namen dela je prispevanje k učinkovitejšem načrtovanju zbiranja podatkov ter s tem povzročiti dvig stopnje odgovora v raziskavah. V magistrski nalogi bom s pomočjo literature raziskala, kaj vse vpliva na sodelovanje anketiranca v raziskavi, kako ga lahko v sodelovanje prepričamo z obvestilnim pismom in opomniki, kako s tem dvignemo stopnjo odgovora, katera sociodemografska skupina se odzove najprej ter kakšni naj bodo časovni razmiki med kontakti. Na podlagi pridobljenih rezultatov empiričnega dela bom podala predloge za raziskovalce, da bodo dosegali visoko stopnjo odgovora in s tem naročnikom in širši javnosti prispevali kakovostne podatke.

Prvi cilj mojega magistrskega dela je s pomočjo kritičnega pregleda literature preučiti dejavnike, ki vplivajo na stopnjo odgovora v raziskavi in vplivajo tudi na odločitev osebe, izbrane v vzorec o (ne)sodelovanju v raziskavi. Drugi cilj je raziskati, kako se na podlagi obvestilnih pisem in opomnikov različne sociodemografske skupine odzivajo na sodelovanje v raziskavi.

Raziskujem vpliv obvestilnih pisem in opomnikov na stopnjo odgovora v Nacionalni raziskavi o tobaku, alkoholu in drugih drogah, ki jo je v letu 2018 izvajal Nacionalni inštitut za javno zdravje. S pomočjo kvantitativnih in kvalitativnih metod na osnovi analize parapodatkov in mikropodatkov Nacionalne raziskave ATADD 2018 poskušam odgovoriti na naslednja raziskovalna vprašanja:

RV1: Kakšni so pristopi za dvig stopnje odgovora?

RV2: Kako lahko z obvestilnim pismom dvignemo stopnjo odgovora?

RV3: Ali študijski primer deluje po priporočilih literature?

RV4: Kakšni so odzivi po obvestilnem pismu in opomnikih za različne sociodemografske skupine?

RV5: Katera sociodemografska skupina se prva odzove na obvestilno pismo?

RV6: Kako omemba nagradne igre v obvestilnem pismu vpliva na prvi odziv?

RV7: Kako razmik med obvestilnim pismom in prvim opomnikom vpliva na odziv?

Pri pripravi magistrskega dela se opiram na pridobljeno znanje na dodiplomskem ter podiplomskem študiju in upoštevam željo Nacionalnega inštituta za javno zdravje, da bi rezultate analize lahko uporabili pri načrtovanju nadaljnjih raziskav. V okviru teoretičnega pregleda literature in znanstvenih člankov s področja metodologije sem pridobila ključne informacije o anketnem raziskovanju, motiviranju izbranih v raziskovalni vzorec ter vedenju posameznikov v raziskavah. V okviru empirične raziskave sem s pomočjo



sekundarnih parapodatkov iz Nacionalne raziskave ATADD izračunala odzivnost posameznih sociodemografskih skupin po vsakem pismu; spremljala sem tudi spremembo v odzivu, ko se spremeni časovni razmik med pošiljanjem obvestilnega pisma in prvega opomnika ter spremembo v odzivu, ko se spremeni vsebina obvestilnega pisma (omemba nagradnega žrebanja).

Magistrsko delo je sestavljeno iz petih poglavij. V uvodnem delu sem že predstavila problematiko magistrske naloge ter opredelila potek raziskave; na kratko je bila predstavljena tudi raziskava ATADD, ki jo je izvedel Nacionalni inštitut za javno zdravje. Prvo poglavje je namenjeno teoretičnemu pregledu literature s področja anketnega raziskovanja, kjer sem podrobneje opisala motivacijske dejavnike za sodelovanje v raziskavi, obvestilno pismo ter stopnjo odgovora. V drugem poglavju se vrnem na predstavitev Nacionalnega inštituta za javno zdravje ter Nacionalne raziskave o tobaku, alkoholu in drugih drogah. V naslednjem poglavju sem prešla na empirično raziskovanje mikropodatkov raziskave, v katerem predstavim posamezne ugotovitve. Sledi poglavje s strnjnimi ugotovitvami ter omejitvami, na katere sem naletela v času pisanja magistrske naloge; zaključim s priporočili za nadaljnje raziskave, ki jih lahko upošteva NIJZ ali druga raziskovalna inštitucija.

# 1 POJEM ANKETNEGA RAZISKOVANJA IN NJEGOVE ZNAČILNOSTI

## 1.1 Opredelitev anketnega raziskovanja

Anketno raziskovanje je kvantitativna metoda zbiranja primarnih podatkov od relativno velikega vzorca iz populacije (Scheuren, 2004; de Leeuw, Hox in Dillman, 2008), kar zahteva precejšen stroškovni in časovni trud (Battaglia, 2015). Uspešnost raziskave se prične že v samem načrtovanju raziskave (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008), ki vsebuje pet podpornih stebrov. Glavni podporni steber je specifikacija raziskave; na njej temeljijo pokritost, vzorčenje, odziv oz. odgovor ter merjenje (Salant in Dillman, 1994). Kalton in Vehovar (2001) načrtovanje anketnih raziskav opisujeta kot “zelo kompleksen proces, ki vključuje dejavnike, kot so izbira načina anketiranja, zasnova vprašalnika, oblikovanje vprašanj, metode za obdelavo podatkov in izdelavo vzorčnega načrta.” Čeprav je načrtovanje raziskave šele začetek, de Leeuw, Hox in Dillman (2008) predlagajo, da že pri načrtovanju raziskave mislimo na neuspeh pridobitve odgovorov od vseh enot, še preden smo jih izbrali v vzorec. Dodajajo, da ima poleg načrtovanja raziskave tudi celoten postopek izvajanja zbiranja podatkov potencialno lahko vpliv na pridobitev odgovorov. Pomembno je, da imamo ob koncu zbiranja podatkov odgovore od velikega deleža izbranih v vzorec, saj bi bilo v nasprotnem primeru naše raziskovanje le izguba časa (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008).

## 1.2 Anketna raziskava

Vzorec je ena ključnih komponent za uspešno opravljeno anketno raziskavo, saj na njem izvedemo sklepanje o celotni populaciji (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008; Kalton in Vehovar, 2001). Še pred izbiranjem vzorca moramo opredeliti populacijo, na kateri želimo preučevati; opredelimo jo tako, kot želimo, da je oblikovan vzorec. Poznamo verjetnostne in neverjetnostne vzorce in znotraj le-teh različne tipe vzorčenja (Kalton in Vehovar, 2001). Metode verjetnostnega vzorčenja so uporabljene za osebno terensko anketiranje, poštno anketiranje, anketiranje prek e-pošte in telefonsko anketiranje.

Za stratificirano vzorčenje (ang. *stratified sampling*) moramo najprej poznati določene informacije o populaciji, katero preučujemo, in jo na podlagi teh informacij razdelimo na stratum, medtem ko vzorčenje opravimo v vsakem stratumu posebej. Največkrat stratum določimo na podlagi statističnih regij, tipa naselja in lahko tudi na podlagi števila oseb na geografskem območju ali sociodemografskih značilnosti prebivalcev. Stratumi se med seboj ne pokrivajo; skupaj pokrivajo celotno populacijo. Poznamo proporcionalno in disproporcionalno stratifikacijo, pri čemer je v proporcionalni velikost vzorca v stratumih sorazmerna s populacijo (Kalton in Vehovar, 2001; Bethlehem in Biffignandi, 2012).

Raziskovalci se morajo že v načrtovanju raziskave, in sicer v fazi pred pripravo vprašalnika, vprašati o načinu anketiranja. Način anketiranja je odvisen od populacije in teme, ki jo preučujejo, od tipa vprašanj ter kompleksnosti raziskave. Cilj je najti metodo, ki bo znotraj proračuna prinesla kakovostne, veljavne in zanesljive podatke. Čeprav je verjetnostno vzorčenje za spletno anketiranje velik izziv, se z njim lahko spopadamo s kombiniranim načinom zbiranja podatkov (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008). Newberry in Israel (2017) menita, da kombiniran način zbiranja podatkov povzroči večjo stopnjo odgovora, kot če bi uporabili le en način zbiranja podatkov, kar je v spletnih anketah ugotovil tudi Israel (2012). Pri kombiniranem zbiranju podatkov anketirancu ni potrebno na anketna vprašanja odgovarjati v vseh načinih, temveč se odloči za izpolnjevanje le prek enega izmed načinov (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008; Kaplowitz, Hadlock in Levine, 2004). S tem raziskovalci anketirancem dajejo možnost, da se odločijo, kateri način preferirajo, jih razbremenijo, zmanjšajo stroške raziskave, premagajo problem nepokritja (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008) ter minimizirajo neodgovor (Fowler, 2009), saj s tem v anketi zaobsežemo tudi tiste, ki nimajo dostopa do interneta oziroma so nedosegljivi prek ene metode (Kaplowitz, Hadlock in Levine, 2004; Fowler, 2009; Smyth, Dillman, Christian in O'Neil, 2010), kar naj bi bili po mnenju de Leeuw, Hox in Dillman (2008) starejši ljudje, nizko izobraženi, tisti z nizkimi dohodki ter manjšine. Kombinirani načini anketiranja so privlačni za raziskovalce, saj lahko združijo močne točke posameznega načina anketiranja (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008), zvišujejo stopnjo odgovora, zagotavljajo reprezentativnost vzorca ter zmanjšujejo napake neodgovora in so hkrati tudi stroškovno učinkoviti (Baines, Partin, Davern in Rockwood, 2007; Bethlehem in Biffignandi, 2012; de Bernardo in Curtis, 2012; de Leeuw, 2005; Dillman, Smyth in Christian, 2014; Israel, 2012). Predlagajo ga avtorji de Leeuw (2005), de Leeuw, Hox in Dillman (2008), Dillman, Smyth in Christian (2014), Fowler (2009), Israel (2012), Kaplowitz, Hadlock in Levine (2004), Bethlehem in Biffignandi (2012) Newberry in Israel (2017) ter Schaefer in Dillman (2001), saj naj bi z vsaj dvema načinoma zbiranja podatkov pridobili več odgovorov ter s tem zvišali stopnjo odgovora, vendar pa ga je potrebno načrtovati s premislekom.

Po eni strani kombiniran način zbiranja podatkov zmanjša napako nepokritja, vendar po drugi strani več načinov anketiranja prinese druge napake. Možnost izbire načina anketiranja prinese razliko v sociodemografskih lastnostih, način anketiranja pa nato prinese še napake merjenja. Raziskovalci se morajo torej odločiti, ali bodo uporabili kombiniran način anketiranja z zmanjšano napako nepokritja ter hkrati višjo napako merljivosti ali pa bodo uporabili en način kombiniranja ter s tem povišali napako nepokritja. Pogosteje se dogaja, da raziskovalci izberejo kombiniran način anketiranja, čeprav je pri spletnem anketiranju (če je to eden izmed načinov) še vedno visoka nepokritost (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008). Z dodajanjem drugega, tretjega ali celo četrtega načina anketiranja se raziskava zakomplicira, stroški so večji in čas zbiranja podatkov je daljši in bolj kompleksen. De Leeuw, Hox in Dillman (2008) opozarjajo, da z močjo enega načina pridobimo tudi šibkost drugega načina. Raziskovalci morajo torej

ustvariti ravnovesje, ki bo za čim nižje stroške prineslo kvalitetne, veljavne in zanesljive podatke.

Kadar je za izvedbo raziskave uporabljen kombiniran način zbiranja podatkov, morajo raziskovalci z anketiranci stopiti v stik v različnih časovnih točkah z različnim namenom; uporabljen je lahko v različnih fazah raziskave (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008).

Ker je eden izmed razlogov za kombinirano zbiranje podatkov tudi zmanjšanje stroškov, številni avtorji (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008; Fowler, 2009; Callegaro, Lozar Manfreda, 2015; Bethlehem in Biffignandi, 2012) predlagajo, da zbiranje podatkov pričnemo z najcenejšo metodo (spletnim anketiranjem); z dražjimi metodami nato poskušamo pridobiti tiste enote, od katerih nismo prejeli odgovora že na začetku (de Leeuw, Hox in Dillman, Dillman, Smyth in Christian, 2014), vendar Batagelj (2004) temu dodaja, da se stopnja odgovora ne poveča v kateri koli kombinaciji kombiniranega načina anketiranja.

### 1.3 Stopnja odgovora

Omenjeno je že bilo, kako pomembna je stopnja odgovora za uspešnost raziskave. Thomasova (2004) meni, da majhna stopnja odgovora povzroči več škode kredibilnosti raziskave, kot jo povzroči majhen vzorec z veliko stopnjo odgovora. Po Cohen (1992) je razlog za dvig stopnje odgovora to, da bo za določen začetni vzorec višja stopnja odgovora prinesla večje število anketirancev za statistične analize, medtem ko večje število enot povečuje statistično moč.

American Association for Public Opinion Research (AAPOR) je za izračunavanje stopnje odgovora zastavilo standarde; osnovna formula za izračun minimalne stopnje odgovora je prikazana v enačbi (1).

$$RR = \frac{I}{(I+P)+(R+NC+O)+(UH+UO)} \quad (1)$$

Legenda:

**I** = V celoti izpolnjene ankete

**P** = Delno izpolnjene ankete

**R** = Zavrnitve in delni odgovori

**NC** = Brez kontakta

**O** = Drugo

**UH** = Neznano gospodinjstvo

**UO** = Neznano, drugo

#### 1.3.1 Potek zbiranja podatkov v kombiniranem načinu anketiranja

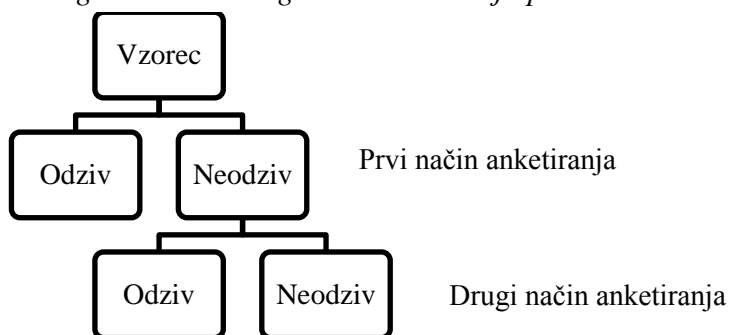
V primeru spletnega anketiranja ima običajno izbrana oseba v vzorec na vabilu k sodelovanju zapisan URL spletnega vprašalnika in unikatno geslo, ki garantira, da le

izbrana oseba sodeluje v raziskavi. Druga možnost zbiranja podatkov prek spleta pa je, da se prek spleta le pošlje prazen vprašalnik anketirancu, ki ga nato izpolnjenega vrne izvajalcem raziskave. Če se izbrana oseba v določenem času ne odzove, je za vzpodbudo lahko poklicana po telefonu; če niti to ne uspe, jo anketar obišče na domu (Bethlehem in Biffignandi, 2012). Potek zaporednega zbiranja podatkov z dvema načinoma je prikazan na Sliki 1. V prvi fazi spletnega anketiranja lahko anketiranci prejmejo le status zavrnitve ali pa status v celoti izpolnjene ankete. Statusa delno izpolnjene ankete se trenutno še ne zabeleži anketirancu, saj je mogoče, da se bo v anketo vrnil, če se je izvajalec odločil za to možnost.

Zgodi se, da se anketiranci že s prejemom pisma odločijo, da v raziskavi ne bodo sodelovali. V tem primeru lahko na kontakt, zapisan na obvestilnem pismu, organizaciji, ki izvaja raziskavo, sporočijo, da ne želijo sodelovati ter naj anketar ne prihaja. Če je le mogoče, se anketiranca še vedno poskuša prepričati v sodelovanje oziroma se ga poskuša prepričati zgolj v obisk anketarja, da pove kaj več o raziskavi; anketiranci lahko sodelovanje zavrnejo tudi kasneje. Anketiranec, ki neposredno zavrne sodelovanje izvajalcu raziskave, mora dobiti poseben status izida anketiranja, ki se zapiše kot uradna zavrnitev, na katero pa anketar nima vpliva (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008).

Lahko se zgodi, da povabljeni k raziskavi ne prejmejo vabila oz. obvestilnega pisma. Z nedostavljenim oz. neprejetim vabilom anketiranec ne postane neodgovor enote temveč nekontaktirana enota, s čimer postane enota neustrezna (Fowler, 2009; Dillman, Smyth in Christian, 2014; Thomas, 2004).

Slika 1: Potek zaporednega kombiniranega načina zbiranja podatkov



Vir: Povzeto po Bethlehem in Biffignandi, 2012, str. 239.

Pri osebem načinu zbiranja podatkov ima anketiranec pomoč anketarja; njegova naloga je anketiranca prepričati v sodelovanje in z njim zaključiti zbiranje podatkov na standardiziran način (Beullens, Loosveldt, Vanderplas in Stoop, 2018; Fowler, 2009). Prva faza zbiranja podatkov je lociranje anketiranca. Anketar iz vzorca prejme naslov anketiranca, vendar se lahko zgodi, da ta ni vedno popoln. Če je naslov popoln, mora anketar vzpostaviti kontakt z izbrano osebo, kar pa tudi ni vedno mogoče. V primeru vzpostavljenega kontakta ni nujno, da bo anketar od anketiranca prejel odgovore, saj morda ne želi sodelovati, ne zmore sodelovati (zaradi bolezni, odsotnosti itd.) ali pa

sodelovanje ni mogoče zaradi komuniciranja (npr. jezikovna ovira). Nezmožnost sodelovanja (mentalna, fizična ali jezikovna nezmožnost) ima lahko velik vpliv na neodgovor v starih družbah in državah, kjer narašča stopnja imigracij (Beullens, Loosveldt, Vandenplas in Stoop, 2018). Ko anketar vzpostavi kontakt z izbrano osebo, sledi prepričevanje v sodelovanje (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008); za vsak poskus kontakta so anketarji dandanes odgovorni tudi, da za vsako enoto posebej zabeležijo status izida anketiranja skozi t. i. kontaktne liste, s čimer se zbirajo parapodatki (Beullens, Loosveldt, Vanderplas in Stoop, 2018). Rezultat prepričevanja anketiranja je, da je stopnja odgovora v osebni in telefonski anketiranju večja kot pri anketiranjih, kjer ni pomoči anketarja (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008).

### 1.3.2 Neodgovor enote

O neodgovoru enote (ang. *unit nonresponse*) govorimo, preden govorimo o vzorčenju. Tudi najizkušenejše raziskovalne organizacije se pri vsaki raziskavi srečujejo z nesodelovanjem enote (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008) oziroma neodgovorom enote (Kalton in Vehovar 2001), ki pa lahko variira od raziskave do raziskave z vnaprej izbranim vzorcem (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008) ne glede na način zbiranja podatkov (Bethlehem in Biffignandi, 2012). Neodgovor enote je neuspeh pridobitve odgovora na katerokoli anketno vprašanje. Tanrangeau, Conrad in Couper (2013) k neodgovoru štejejo tudi odgovarjanje na vprašanja, vendar ne v celoti (ang. *breakoffs*) in nedostavljeno pismo, medtem ko Bethlehem in Biffignandi (2012) pravita, da so razlogi za neodgovor trije, in sicer brez stika, zavrnitev in nezmožnost sodelovanja.

Uspešnost raziskave se torej meri tudi z neodgovorom enote, saj neodgovor enote vpliva na stopnjo odgovora, ki je parameter za ocenjevanje truda, ki smo ga vložili v zbiranje podatkov. V izračun stopnje odgovora so v števec vključene tiste enote, od katerih smo prejeli odgovore; v imenovalec so vključeni tudi tisti, ki so bili izbrani v vzorec, vendar niso sodelovali (Fowler, 2009). Prav ti nesodelujoči so ena izmed največjih težav, s katero se srečujemo pri anketiranju (Callegaro, Lozar Manfreda in Vehovar, 2015). Neodgovor se zgodi, kadar enote, ki so bile izbrane v vzorec in so zanj ustrezne, ne posredujejo ustreznih informacij ali pa so posredovane informacije neustrezne (Bethlehem in Biffignandi, 2012). Čeprav je že kazalo, da se bo odsotnost stika zmanjšala (zaradi večjih prizadevanj na terenu), se je zaradi težavnosti kontaktiranja in pridobivanja sodelovanja izbrane osebe stopnja zavrnitve povečala (Singer, 2006; Beullens, Loosveldt, Vandenplas in Stoop, 2018). Bailey (2017) neodgovor opisuje kot velik in rastoč problem v anketnem raziskovanju, ki reže v samo srce raziskave. Beullens, Loosveldt, Vandenplas in Stoop (2018) menijo, da neodgovor v raziskavi zadnje leta prejema vse več pozornosti zaradi velikega tveganja za napako, ki gre z roko v roki z višanjem stopnje neodgovora, zato je cilj raziskave minimizirati neodgovor (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008), saj se z večanjem neodgovorov enot znižuje stopnja odgovora (Groves in Couper, 1998), ki je pomemben,

vendar indirekten (Dillman, Smyth in Christian, 2014) indikator uspešnosti reprezentativne raziskave (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008).

Zavrnitev sodelovanja je postala že internacionalen trend (Atrostic, Bates, Burt in Silberstein, 2001; de Leeuw in de Heer, 2002; Rogers, Murtaugh, Edwards in Slattery, 2004; Curtin, Presser in Singer 2005; Dixon in Tucker, 2010; Betlehem, Cobben in Schouten, 2011; Brick in Williams, 2013; Kreuter, 2013; Beullens, Loosveldt, Vanderplas in Stoop; 2018; de Leeuw, Hox in Luiten, 2018) in ker se nekatere osebe zaradi različnih razlogov odločijo, da ne bodo sodelovale (Christensen, Ekholm, Glumer in Juel, 2013), morajo raziskovalci razmisliti in se zavedati, kateri so tisti dejavniki, ki vplivajo na nesodelovanje izbrane osebe v raziskavi ter dejavnike v fazi načrtovanja kombinirati (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008) tako, da izbranim v vzorcu spodbudimo motivacijo in zanimanje za sodelovanje. Z načrtovanjem in oblikovanjem takšne raziskave, ki bo dosegla visoko stopnjo odgovora, bomo lahko popravili pristranskost, ki bi lahko nastala zaradi neodgovora (Bailey, 2017; Dillman, Smyth in Christian, 2014; Christensen, Ekholm, Glumer in Juel, 2013), saj se tisti, ki v raziskavi sodelujejo, razlikujejo od tistih, ki ne sodelujejo, kar vpliva na oceno raziskovalnega problema (Dillman, Smyth in Christian, 2014; Christensen, Ekholm, Glumer in Juel, 2013), kar je ključnega pomena pri izvajanju raziskav javnega zdravja (Christensen, Ekholm, Glumer in Juel, 2013). Vendar pa Groves in drugi (2006) in Groves in Peytcheva (2008) opozarjajo, da se pristranskost neodgovora ne sme zmanjšati ali povečati, če so večje stopnje odgovora dosežene zaradi oblikovnih značilnosti pisma ali drugega kontakta, ki privlačijo le posebne vrste posameznikov.

#### **1.4 Dejavniki, ki vplivajo na stopnjo odgovora**

Vehovar, Lozar Manfreda in Koren (2008) so dejavnike, ki vplivajo na stopnjo odgovora v (spletni) anketi razvrstili v štiri skupine, in sicer značilnosti anketiranca, družbeno okolje, tehnološko okolje ter zasnova raziskave. Značilnosti anketiranca, družbeno okolje ter zasnova raziskave vplivajo na sodelovanje tudi v drugih načinih anketiranja, ne le v spletnem načinu.

**Značilnosti anketiranca** so njegove sociodemografske značilnosti, njegove izkušnje z raziskavami in razpoloženje. Kropf in Blair (2005) se strinjata tudi z zanimanjem za tematiko raziskave. Sem bi lahko šteli tudi pomanjkanje časa, časovno potratnost, jezikovno oviro ali nesodelovanje zaradi bolezni (Fowler, 2009; Dillman, Smyth in Christian, 2014; Thomas, 2004). Sociodemografske značilnosti na (ne)odgovor so raziskovali naslednji avtorji.

Bethlehem in Biffignandi (2012), Korkeila in drugi (2001), Ebert, Huibers, Christensen in Christensen (2018) ter Christensen, Ekholm, Glumer in Juel (2013) menijo, da je večja verjetnost, da moški ne bodo sodelovali v raziskavi, saj je bilo v njihovih raziskavah več neanketiranih moških, čeprav so Christensen, Ekholm, Glumer in Juel (2013) kasneje dokazali povezanost med spolom, starostjo in neodgovorom le v samoizpolnjevalnem načinu. Enako je bilo v raziskavi Heerwegh in Loosveldt (2008), in sicer so opazili razliko

med spoloma v osebni in spletni načinu anketiranja. Pri osebni anketiranju se anketiranci od vzorčne populacije niso statistično razlikovali po spolu, medtem ko so se pri spletni anketiranju razlikovali, in sicer je bilo več žensk, medtem ko se osebni in spletni anketiranci niso razlikovali v starosti. Korkeila in drugi (2001) menijo, da je večja verjetnost za nesodelovanje pri starejših starostnih skupinah, s čimer se ne strinjajo Christensen, Ekholm, Glumer in Juel (2013), saj menijo, da se verjetnost za neodgovor zmanjšuje z višjo starostjo, ter Zillmann, Schmitz, Skopek in Blossfeld (2013), ki večjo verjetnost sodelovanja "neprivlačnih" anketirancev razlagajo s tematiko raziskave, vendar pa so Roose, Lievens in Waage (2007) ugotovili, da je sodelovanje nezainteresiranih za tematiko večje ob uporabi opomnikov. K "neprivlačnim" anketirancem naj bi po njihovem mnenju spadali tudi manj izobraženi moški, s čimer se v primeru spletnega anketiranja strinjajo Christensen, Ekholm, Glumer in Juel (2013), saj niso pokazali razlike v neodgovoru med moškimi in ženskami z osnovno šolo kot najvišjo stopnjo izobrazbe, ampak večjo verjetnost za neodgovor med moškimi in ženskami v skupinah z višjo izobrazbo kot osnovna šola. Temu nasprotujejo Ebert, Huibers, Christensen in Christensen (2018), Tjønneland in drugi (2007) ter Korkeila in drugi (2001), saj menijo, da višje izobraženi bolj sodelujejo. Kot razlaga Becker (2006), je samozavest pri manj izobraženih osebah nižja in je manj verjetno, da bodo sodelovali z nekom, ki ga ne poznajo (raziskovalcem) kljub vnaprej plačani nagradi, saj je njihova zaznava stroškov sodelovanja večja od koristi, ker odgovarjanje na anketna vprašanja od njih zahteva višjo raven napora. Naslednja sociodemografska lastnost, ki naj bi po mnenju Christensen, Ekholm, Glumer in Juel (2013) in Tjønneland in drugi (2007) vplivala na (ne)odgovor, je zakonski stan, saj je bila v obeh raziskavah neodgovor nižji med poročenimi. Korkeila in drugi (2001) temu dodajajo, da obstaja večja verjetnost za nesodelovanje pri ločenih in vdovski osebe. Ebert, Huibers, Christensen in Christensen (2018) pravijo tudi, da so tisti, ki niso anketirani, manj verjetno zaposleni od anketirancev ter naj bi običajno imeli nižje dohodke kot anketiranci.

**V družbeno okolje** Vehovar, Lozar Manfreda in Koren (2008) uvrščajo splošno javno mnenje, tradicijo raziskav, zaznavanje neposrednega marketinga in legitimnost raziskave; lahko bi dodali še pomisleke v zvezi z uporabo podatkov (Couper, Singer, Conrad in Groves, 2008), prepoznavo organizacije, ki izvaja raziskavo (Groves in Couper, 1998), ter socialno zaželenost (Groves, Cialdini in Couper, 1992). Pri občutljivih tematikah, kot so uporaba nedovoljenih drog, je še posebej pomembno, da se anketirancem dokaže legitimnost raziskave tudi v smislu organizacije, ki raziskavo izvaja in pomembnost podatkov. Gradiva, ki jih prejmejo anketiranci, morajo izražati kredibilnost in nevtralnost plačnika raziskave (Gfroerer in Kennet, 2015).

**K tehnološkemu okolju**, ki velja za spletno anketiranje, spadajo alternativne naprave, dostopnost do interneta in IKT pismenost. S slednjim dvema se strinjajo tudi Bosnjak in Tuten (2001), Couper (2000), Crawford, McCabe, Couper in Boyd (2002), Dillman, Smyth in Christian, (2014), Fowler (2009), Lozar Manfreda (2001) ter Thomas (2004). Dodajajo še slabšo strojno in programsko opremo ter zasičenost poštnih predalov z nezaželeno elektronsko pošto, ki velja le v primeru elektronskega vabila k sodelovanju. Thomasova



(2004) meni, da se 50% odzivnosti pri spletnih vprašalnikih zgodi v prvih 24 urah in se nato večinoma nadaljuje 4 dni. Študije stopnje odgovora med dvema načinoma Christensen, Ekholm, Glümer in Juel (2013), Heerwegh in Loosveldt (2008), Auspurg in drugi (2013) ter Allum (2014) so pokazale večjo stopnjo odgovora v osebni načinu kot v spletnem načinu. Tako menita tudi Bethlehem in Biffignandi (2012). Neodzivnost v treh raziskavah, ki so se izvajale na tri načine, so raziskovali tudi danski raziskovalci, in sicer je vzorec z osebnim anketiranjem imel manjšo neodzivnost (23,7%) kot samoizpolnjevalna vzorca (37,9%), kjer so izbrani v ta vzorec imeli možnost odgovarjanja na vprašanja na priložen vprašalnik ali v spletnem vprašalniku (Christensen, Ekholm, Glumer in Juel, 2013). Večjo odzivnost (73% proti 65,3%) in manj zavrnitev (6,3% proti 12,5%) so v osebni načinu v primerjavi s kombiniranim načinom zbiranja podatkov prikazali tudi Jäckle, Lynn in Burton (2015), ki pa sicer ne morejo dokazati, da je skupna stopnja odgovora v celoti posledica kombiniranega načina zbiranja podatkov. Ta način pa je lahko imel pozitiven učinek na podskupine; vsekakor je imel negativen učinek na moške, stare med 21 in 30 let, ki živijo v ruralnih območjih, saj imajo ti manj možnosti za sodelovanje v kombiniranem načinu anketiranja. Poleg tega so ugotovili, da je bila stopnja odgovora pri osebni anketiranju za 10% višja v ruralnih območjih kot v urbanih; v kombiniranem načinu zbiranja podatkov je bilo ravno obratno: za 10% višje v urbanih območjih. Kljub dokazovanju slednjih avtorjev, da osebni način zbiranja podatkov pridobi večjo stopnjo odgovora, Becker in Glauser (2018) menita, da je zaporedno kombiniranje podatkov učinkovito ne le za povečanje pripravljenosti za sodelovanje, temveč tudi za izboljšanje kakovosti odziva manj motiviranih anketirancev.

**Zasnova raziskave** je po Vehovar, Lozar Manfreda in Koren (2008) zadnja skupina dejavnikov, ki vplivajo na stopnjo odgovora. Vključuje vabilo k raziskavi, opomnike, dolžino, obliko (Vehovar, Lozar Manfreda in Koren, 2008) in navodila za izpolnjevanje anketnega vprašalnika (Fowler, 2009; Dillman, Smyth in Christian 2014; Thomas, 2004). Slednji avtorji pravijo tudi, da je nekoristnost sodelovanja eden izmed razlogov za neodgovor, s čimer se strinjajo tudi Vehovar, Lozar Manfreda in Koren (2008), ki nagrade za anketirance uvrščajo v zasnovo raziskave.

Sodelovanje v raziskavi za anketiranca predstavlja stroške in koristi (Dillman, Smyth in Christian, 2009); bistvene so jim koristi (Fowler, 2009). Mnogi raziskovalci zato poskušajo s finančnimi spodbudami dvigniti stopnjo odgovora (Sauermaann in Roach, 2012), kar potrjujejo Bosnjak in Tuten (2003), Brennan, Rae in Parackal (1999), Callegar, Lozar Manfreda in Vehovar (2015), Craig in Douglas (2000), de Leeuw, Hox in Dillman (2008), Dillman (2000), Dillman in drugi (2014), Fowler (2009), Göritz (2005), Hadfigan, Popovici in Carvajal (2016), LaRose in Tsai (2014), Sauermaann in Roach (2012), Singer, Hoewyk, Gebler, Raghunathan in McGonagle (1999), Thomas (2004), Vehovar in drugi (2008) ter Warriner, Goyder, Gjertsen, Hohner in McSpurren (1996), pri čemer de Leeuw, Hox in Dillman (2008) ter O'Neil in Penrod (2001) dodajajo, da nagrade motivirajo anketirance, da vprašalnik izpolnijo v celoti. Takšna praksa je dosledna s standardno ekonomsko teorijo, ki predlaga, da se sodelovanje in trud višata s koristnostjo, ki jo

posameznik pričakuje, da jo bo prejel za sodelovanje v raziskavi (Sauermann in Roach, 2012). Vpliv spodbude je odvisen od tipa spodbude in njene vrednosti (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008). Ali so potrebne, pa je odvisno od obstoječe motivacije potencialnih anketirancev (Thomas, 2004). Spodbuda je lahko darilo, ki je namenjeno vsakemu sodelujočemu, loterijsko žrebanje, kjer ima vsak anketiranec enake možnosti, ali pa kombinacija obojega. Po mnenju de Leeuw, Hox in Dillman (2008) naj bi spodbude zviševale stopnjo odgovora v vseh načinih anketiranja. Jäckle, Lyn in Burton (2015) so ugotovili, da je bila pri vrednejših nagradah stopnja odgovora višja v kombiniranem načinu zbiranja podatkov kot v osebnem, medtem ko je bilo pri nagradah manjše vrednosti ravno obratno. Toda te razlike niso statistično značilne. Nagrade za anketirance so lahko denarne ali nedearne (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008); alternativno se lahko kot nagrado ponudi tudi rezultate raziskave, v kateri anketiranec sodeluje (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008; Thomas, 2004). Darila običajno zvišajo stroške raziskave, zato morajo raziskovalci najti pravo mejo med stroški za darila, njihovim vplivom na kakovost podatkov in drugimi alternativnimi stroški; prilagojena morajo biti ciljni skupini (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008); odvisno je tudi od velikosti vzorca, saj se bodo v primeru zelo majhnih vnaprej plačanih spodbud pri velikem vzorcu stroški raziskave zelo hitro povečali (Sauermann in Roach, 2012). Hkrati obstaja tudi dvom o kakovosti podanih odgovorov, saj bi anketiranci lahko podajali odgovore slabše kakovosti zgolj zaradi denarne nagrade (O'Neil in Penrod, 2001).

NHSDA (National Household Survey on Drug Abuse) je leta 2001 izvedla eksperiment med 2000 anketiranci, kjer so opazovali vpliv denarnih nagrad, in sicer med nagrado 40 \$, 20 \$ ter brez nagrade. Kot pričakovano, je bila stopnja odgovora najvišja med tistimi z nagrado 40 \$; sledila ji je nagrada 20 \$; najmanjša je bila pri tistih brez nagrade. Leta 2002 so sprejeli odločitev, da bodo vsem 67.500 anketirancem podarili nagrado 30 \$. Stopnja odgovora se je v primerjavi z letom 2001 med odraslimi minimalno zvišala, vendar precej pri mladostnikih starih od 12 do 17 let. Poleg zvišanja stopnje odgovora se je povečala tudi poročana raba nedovoljenih drog (Kennet in drugi, 2005).

Na tej točki sem se osredotočila le na denarne nagrade; med avtorji nastaja konflikt, kako na stopnjo odgovora vplivajo nagrade, če jih anketiranec dobi, preden sodeluje v raziskavi, ali če anketiranec dobi nagrado po končanem sodelovanju.

Dillman, Smyth in Christian (2009) pravijo, da se vnaprej podarjene denarne nagrade pogosto uporabljajo v poštnih raziskavah. Porter (2004), LaRose in Tsai (2014), Lipps (2010) ter Kretschmer in Müller (2017) dokazujejo pozitivnejši vpliv le-teh na stopnjo odgovora v primerjavi z nagradami, ki so izplačane po koncu zbiranja podatkov. Na drugi strani Cobanoglu in Cobanoglu (2003), Göritz (2006) ter Porter in Whitcomb (2003) menijo, da imajo nagrade, izplačane po koncu raziskave, pozitiven učinek na anketiranca; običajno se uporabljajo v spletnem načinu anketiranja (Porter in Whitcomb, 2003). Pozitiven učinek kombinacije loterijskih spodbud v spletnih anketah na stopnjo odgovora sta dokazala Bosnjak in Tuten (2003), ki pa sicer tudi dodajata, da je denarna nagrada v sponzoriranih raziskavah profesionalne in zaupanja vredne organizacije nepomembna.

Sauermann in Roach (2012) sta dokazala, da loterijske nagrade, kjer je nagrada velika, verjetnost dobitka pa majhna, možnost odziva zvišujejo za 30%. Dokazala sta, da imajo anketiranci bolj pozitivno percepcijo, ko je nagrada višja in imajo majhno verjetnost za dobiček v primerjavi z veliko verjetnostjo, da prejmejo majhno nagrado. Menita tudi, da imajo anketiranci v mislih le velikost nagrade, ne pa število nagrad, saj verjetno tudi ne poznajo števila oseb, ki imajo prav tako možnost dobitka. Čeprav ugotovitve Hubbard in Little (1988), Roberts, Roberts, Sibbald in Torgerson (2000) ter Warriner, Goyder, Gjertsen, Hohner in McSpurren (1996) niso pokazale vpliva loterijskih nagrad na stopnjo odgovora, Göritzeva (2006, 2010, 2015) zaradi stroškovnih in praktičnih razlogov predlaga uporabo loterijskih nagrad.

### **1.5 Obvestilno pismo**

Prva faza izračunavanja stopnje odgovora je, da izbranim v vzorec sporočimo, da smo jih izbrali za sodelovanje v raziskavi; sredstvo komunikacije z anketiranci je odvisno od informacij, ki jih ima izvajalec na voljo o vsakem anketirancu. Vabila k raziskavi so oblikovana odvisno od našega vzorca, in sicer je lahko vabilo individualizirano, ko imamo seznam anketirancev, ali pa je ustvarjeno splošno vabilo, ki ga uporabimo, kadar nimamo seznama anketirancev. Individualna vabila so od splošnih vabil učinkovitejša, vendar pa je pogoj zanje najnovejši kontakt anketiranca. Cenovno in časovno najmanj potratna so vabila prek elektronske pošte, vendar pa se v primerjavi s stalnim prebivališčem, ko pošljemo vabilo prek klasične pošte, pogosteje spreminjajo (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008). Tourangeau, Conrad in Couper (2012) v elektronsko pošto dvomijo tudi zaradi nezaželene pošte in velikega števila elektronske pošte, ki jo nekateri prejmejo; poleg tega vzorčni okvir z elektronskimi naslovi za splošno populacijsko raziskavo ne obstaja (Bethlehem in Biffignandi, 2012). Čeprav so pisma, poslana po klasični pošti, za raziskovalce lahko zelo draga, je pismo lahko nedostavljeno zaradi zastarelega ali napačnega naslova (Tai in drugi, 2018). V tem primeru je potrebno previdno časovno načrtovati pošiljanje predhodnega obvestila, glavnega obvestila ter nekaj opomnikov (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008).

Obveščenosť o raziskavi je osnovno izhodišče etičnega pristopa do oseb, izbranih v vzorec raziskave (Fowler, 2009). To lahko storimo z obvestilnim pismom, ki poda nekaj osnovnih informacij o raziskavi, je dokaz legitimnosti raziskave (Dillman, Smyth in Christian, 2014), pridobi zaupanje anketirancev (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008) ter jim predstavi pomembnost raziskave in njihovega sodelovanja (Dillman, Smyth in Christian 2014), pri čemer je pogoj, da so iz vzorca znane kontaktne informacije o izbrani osebi (Lozar Manfreda in Vehovar, 2008).

*Tabela 1: Elementi obvestilnega pisma po avtorjih*

<b>Element pisma</b>	<b>Avtor</b>
Ime organizacije, ki izvaja raziskavo	Fowler, 2009
Ime organizacije, ki plača raziskavo	Fowler, 2009
Namen raziskave oz. predstavitev tematike	Fowler, 2009
Izjava o zaupnosti zbranih podatkov, zagotavljanje zaupnosti	Fowler, 2009; Dillman, 2000
Izjava o prostovoljnem sodelovanju	Fowler, 2009
Zagotovilo, da ob nesodelovanju ni negativnih posledic	Fowler, 2009
Zagotovilo, da anketiralec lahko ne odgovori na vprašanje, če tega ne želi	Fowler, 2009
Informacija, da se od naslovnika pričakuje sodelovanje	de Leeuw, Hox in Dillman, 2008
Izjava, da za sodelovanje ni potrebnega nobenega znanja veččin	de Leeuw, Hox in Dillman, 2008
Kontakt za dodatne informacije	Lozar Manfreda in Vehovar, 2008
Pojasnilo o izboru osebe v vzorec	Lozar Manfreda in Vehovar, 2008; de Leeuw, Hox in Dillman 2008
URL naslov spletnega vprašalnika – ni obvezen, vendar je pri papirnatih vabilih k raziskavi sedaj že običajno, da povabljenim damo možnost izpolnitve ankete prek spleta	Ebert, Huibers, Christensen in Christensen, 2018; Lozar Manfreda in Vehovar, 2008
Rok, do katerega naj anketiranci izpolnijo anketo v primeru poštne ali spletnega anketiranja	de Leeuw, Hox in Dillman, 2008
Obvestilo, da bo na naslov prišel anketar in opravil anketo z naslovnikom pisma v primeru osebnega anketiranja	de Leeuw, Hox in Dillman, 2008
Prepričljivo oblikovanje	Thomas, 2004; de Leeuw, Hox in Dillman, 2008
Uporaba glave in logotipa, vendar brez pretiravanja z barvami, fotografijami in drugimi grafikami	de Leeuw, Hox in Dillman, 2008
Čas trajanja odgovarjanja na vprašanja	Dillman, Smyth in Christian, 2014
Informacija o nagradi za sodelovanje	Dillman, Smyth in Christian, 2014

*Vir: Lastno delo.*

Obvestilno pismo je prvi stik raziskovalca oz. raziskovalne institucije z anketirancem, saj je z njim povabljen k sodelovanju v raziskavi; izbrane v vzorec se z obvestilnim pismom in opomniki informira o pomembnih informacijah o odgovarjanju na vprašalnik in jih motivira k sodelovanju, da se pridobi ustrezno stopnjo odgovora (Vehovar, Lozar Manfreda in Koren, 2008; Dillman, 2000; de Leeuw, Hox in Dillman, 2008; Dillman Smyth in Christian, 2014). Različni avtorji imajo različna mnenja o tem, kateri elementi naj bi spadali v obvestilno pismo; prikazani so v Tabeli 1.

Raziskovalci naj bodo pri pisanju obvestilnega pisma čim bolj neposredni, in sicer naj izbrane v vzorec obvestijo, da jim bo zagotovljena popolna zaupnost ter se njihovo ime ne bo pojavilo na vprašalniku. Dillman (2000) meni, da mora biti ta stavek takoj za odstavkom, ki anketirance nagovarja na odgovarjanje vprašanj v raziskavi. Kljub vsemu mora biti besedilo obvestilnega pisma kratko (Lozar Manfreda in Vehovar, 2008).

Eden izmed elementov, ki nam pomaga pri identificiranju anketirancev pri znanem vzorcu, je tudi identifikacijska številka na pismih. Vendar pa de Leeuw, Hox in Dillman (2008) predlagajo, da v primeru raziskovanja zelo občutljive tematike le-te v celoti izpustimo iz pisem.

## 1.6 Opomniki

Da je večkratno kontaktiranje anketirancev zelo uspešna tehnika zviševanja stopnje odgovorov, so Bauman, Jobity, Airey in Atak (2000) ter Craig in Douglas (2000) dokazovali že pri anketah po pošti. Raziskovalci se ne ukvarjajo s tem, ali opomnike poslati ali ne, saj so zelo pogosto uporabljena in ustaljena metoda za povečevanje stopnje odgovorov (Balden, 2004; Bauman, Jobity, Airey in Atak, 2000; Callegaro, Lozar Manfreda in Vehovar, 2015; Cook, Heath in Thompson, 2000; de Leeuw, Hox in Dillman, 2008; Dillman, 2000; Dillman, Smyth in Christian, 2009; Dillman, Smyth in Christian, 2014; Fan in Yan, 2010; Groves, Cialdini in Couper, 1992; Heberlein in Baumgartner, 1978; Lambert, Burchett in Edwards, 2010; Lozar Manfreda, Bosnjak, Berzelak, Haas in Vehovar, 2008; Newberry in Israel, 2017; Sauermann in Roach, 2012; Shih in Fan, 2008; Thomas, 2004; Vehovar, Lozar Manfreda in Koren, 2008). Vsako naknadno pismo anketirancu je posebno oblikovano za tisto fazo raziskovanja. Vsi hkrati zmanjšujejo nepristranskost odgovora (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008). Po Balden (2004) in njegovem organizacijskem modelu se opomniki uporabljajo v zadnji fazi zbiranja podatkov, fazi opomnikov. Opomniki se lahko izvajajo v enakem načinu kot anketiranje ali pa v drugem načinu, odvisno od načina zbiranja podatkov. Opomniki se zaradi stroškovne in časovne potratnosti ne izvajajo osebno; poleg tega lahko tisti, ki do takrat niso bili anketirani, na drugačen način izvedo tudi kakšno novo informacijo (Balden, 2004). Vsebuje tudi opis pomembnosti sodelovanja anketiranca (Dillman, Smyth in Christian, 2014). Gre za dodatna obvestila poslana anketirancem, ki se na obvestilno pismo niso odzvali, z namenom, da bi povečali stopnjo odgovora. Da pa bi bili opomniki učinkoviti, moramo imeti učinkovit način beleženja izidov anketiranja za posameznega anketiranca. Za vsako poslano pismo je priporočljivo, da se za vsakega anketiranca zabeleži ali je ali ni odgovarjal, neznan naslov itd. (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008).

Sauermann in Roach (2012) se v zvezi z dinamičnimi značilnostmi oblikovanja (ang. *dynamic design features*) sprašujeta, kakšna naj bo sekvenca stopanja v stik, koliko pisem poslati, kako se bodo opomniki v času spreminjali ter kakšni naj bodo kontakti med zamiki, da do anketirancev nismo preveč vsiljivi. Pri raziskovanju besedila v opomnikih sta ugotovila, da opomniki, ki se med seboj razlikujejo v besedilu, anketirancu nakazujejo, da je raziskovalec investiral trud in čas v odnos s prejemnikom pisma in se s tem verjetnost odziva lahko poveča za 30%, medtem ko lahko identični opomniki za anketirance hitro postanejo nadležni.

Optimalno število opomnikov je odvisno od stroškov, ki naraščajo z večanjem števila kontaktov, zato je potrebno poiskati ravnotežje med stroški in prejetimi odgovori (Sheehan, 2001). De Leeuw, Hox in Dillman (2008) menijo, da vsa nadaljnja pisma skoraj enako dobro delujejo na stopnjo odgovora kot obvestilno pismo, vendar pa je pošiljanje večkratnih opomnikov pri spletnih raziskavah navidezno cenejše kot pri raziskavah po pošti, zato mora biti zelo skrbno izpeljano (Deutskens, Ruyter, Wetzels in Ooterveld,

2004). De Leeuw, Hox in Dillman (2008), Dillman, Smyth in Christian, (2009) ter Groves, Cialdini in Couper (1992) opozarjajo, da lahko večje število opomnikov tudi negativno vpliva na stopnjo odgovora, saj do potencialnih anketirancev postanemo vsiljivi. Cook, Heath in Thompson (2000) ter Lozar Manfreda in Vehovar (2004) so ugotovili, da povprečna stopnja odgovora raste do tretjega pisma anketirancu in začne padati s četrtem in petim kontaktiranjem. Newberry in Israel (2017) se s tem ne strinjata, saj je v njihovi raziskavi, stopnja odgovora pri odraslih skočila od manj kot 30% po tretjem kontaktu, na več kot 55% po petem kontaktu.

De Leeuw, Hox in Dillman (2008; 2014) menijo, da mora biti pošiljanje opomnikov časovno dobro načrtovano ter se morajo pošiljati v krajših časovnih intervalih, saj to pripomore k zvišanju stopnje odgovora. Dillman (2000) in Dillman, Smyth in Christian (2009) priporočajo razmik enega tedna, vendar pa sta Sauermann in Roach (2012) pri proučevanju razlik od 7 do 21 dni dokazala, da razmik med opomniki nima vpliva na stopnjo odgovora. Deutskens, Ruyter, Wetzels in Ooterveld (2004) so ugotovili, da imajo zgodnejši (po enem tednu) opomniki večji odziv kot poznejši (po dveh tednih), vendar razlike niso statistično značilne. Tudi Thomasova (2004) je raziskovala razmik med pismi in pravi, da pošiljanje opomnika en teden po prvem vabilu povzroči manjši skok odzivnosti. Dillman, Smyth in Christian (2014) opozarjajo tudi, da opomnikov ne smemo pošiljati med prazniki, saj to na stopnjo odgovora vpliva negativno.

Pred začetkom zbiranja glavnih podatkov se morajo obvestilna pisma in opomniki testirati. Raziskovalci morajo sebe in druge vprašati, ali so besede razumljive, ali pismo vzpodbudi pozitivne misli, ali bi anketiranci lahko imeli še kakšno dodatno vprašanje ter ali je posamezno pismo privlačno in kako delujejo skupaj (de Leeuw, Hox in Dillman, 2008).

## **2 PREDSTAVITEV INŠTITUTA IN RAZISKAVE**

### **2.1 Predstavitev Nacionalnega inštituta za javno zdravje**

Nacionalni inštitut za javno zdravje (NIJZ) je pooblaščen izvajalec državne statistike za področje zdravja in zdravstvenega varstva. Ena izmed nalog inštituta je proučevanje, spremljanje, vrednotenje in zviševanje ravni zdravja in zdravstvenega stanja prebivalcev. Večina zbiranja občutljivih osebnih podatkov s področja zdravja na NIJZ poteka na pravni podlagi Zakona o zbirkah podatkov s področja zdravstvenega varstva (ZZPPZ), Zakona o državni statistiki (ZDSt), Letnega programa statističnih raziskovanja (LPSR) in drugih. Zbrani podatki so podlaga za ukrepe in (politično) odločanje pri načrtovanju programov za krepitev zdravja. Poleg tega se NIJZ aktivno vključuje v mednarodne projekte, ki pokrivajo različna področja zdravja in splošnih javnozdravstvenih problemov zdravstva (Nacionalni inštitut za javno zdravje, 2014). Mednarodne projekte običajno izvede več evropskih držav. S poročanjem pridobljenih podatkov v raziskavi so podatki med državami primerljivi. Da so podatki med državami primerljivi, mora izvedba raziskave potekati po mednarodni

metodologiji. Ena izmed takšnih raziskav, ki jo je za Slovenijo izvedel NIJZ, je bila Nacionalna raziskava o tobaku, alkoholu in drugih drogah (ATADD), ki je bila izvedena po metodologiji projekta Zmanjševanje škode zaradi uživanja alkohola (RARHA), metodologiji projekta Standardizirano merjenje težav, povezanih z alkoholom (SMART), metodologiji Evropskega centra za spremljanje drog in odvisnosti od drog (EMCDDA) in drugih. NIJZ je do sedaj raziskavo izvedel dvakrat, in sicer prvič v letih 2011/2012 ter drugič leta 2018; obakrat je pri izvedbi raziskave upošteval mednarodne smernice za pripravo vzorca in mednarodno sprejete norme za vprašanja o uporabi tobaka, alkohola in prepovedanih drog.

## **2.2 Opis raziskave ATADD**

### **2.2.1 Časovni okvir raziskave**

Nacionalni inštitut za javno zdravje je v letu 2018 izvajal raziskavo o tobaku, alkoholu in drugih drogah (ATADD 2018) med prebivalci Slovenije, starimi od 15 do 64 let. Namen raziskave je bil oceniti razširjenost uporabe alkohola, tobaka in drugih drog med prebivalci Slovenije ter raziskati povezavo med določenimi lastnostmi ljudi in uporabo dovoljenih in nedovoljenih drog. V Sloveniji se je raziskava izvajala drugič; prva je bila izvedena v letih 2011/12 z velikostjo vzorca 15.200 oseb (7200 oseb v letu 2011 ter 8000 oseb v letu 2012) starih od 15 do 64 let. Enako raziskavo izvajajo tudi druge članice Evropske unije, zato so njeni izsledki mednarodno primerljivi.

Nacionalna raziskava ATADD 2018 se je izvajala v dveh delih, in sicer je bila raziskava razdeljena na spomladanski (anketiranje od aprila do julija 2018) in jesenski (anketiranje od septembra do decembra 2018) del. V obeh delih so se podatki zbirali s kombiniranim načinom anketiranja. Ker NIJZ za izvedbo zbiranja podatkov na terenu nima lastnih kapacitet, je storitev anketiranja najel pri zunanjih izvajalcih.

V spomladanskem delu je NIJZ v spletnem načinu, s pomočjo spletnega orodja 1ka.si, izvajal zbiranje podatkov od 6. aprila do 10. julija 2018, medtem ko jih je na osebni način med 24. aprilom in 30. junijem 2018 zbiral zunanji izvajalec. Enako je bilo v jesenskem delu, in sicer so se podatki v CAWI načinu zbirali od 23. avgusta do 28. novembra, medtem ko jih je zunanji izvajalec na CAPI način zbiral med 22. septembrom in 20. novembrom. V celotni raziskavi so imele osebe možnost nadaljevanja izpolnjevanja ob naslednjem vpisu, če jo ob prvem vpisu niso izpolnile v celoti; prav tako so z namenom višjega odziva anketirancem, ki niso želeli sodelovati v terenski anketi, ponudili alternativno možnost izpolnitve ankete prek spleta.

Ker se je raziskava izvajala v dveh delih, je Statistični urad Republike Slovenije (SURS) v skladu z Letnim programom statističnih raziskovanj (LPSR) za leto 2018 in glede na vzorčni načrt pripravil dva verjetnostna vzorca, pri čemer je vsak vseboval 8000 prebivalcev Slovenije v starosti od 15 do 64 let. Vzorčni okvir je bil Centralni register

prebivalcev (CRP) in okvir opisnih okolišev, vzorčni načrt pa je bil dvostopenjsko stratificiran. Vsaka vzorčna točka je vsebovala 10 oseb.

Nadomestne enote (ang. *proxy*) v raziskavi niso bile dopuščene; anketiralo se je lahko samo v verjetnostni vzorec izbrane osebe, ki živijo v zasebnih gospodinjstvih. Če je izbrana oseba živela v skupinskem gospodinjstvu oz. instituciji (npr. dom za starejše občane, samostan, različni zavodi, samski domovi itd.) za anketo ni bila ustrezna.

### **2.2.2 Obvestilna pisma in opomniki**

NIJZ je za izbrane v vzorec pripravil obvestilno pismo, ki vabi k sodelovanju v raziskavi, vendar pa se je obvestilno pismo razlikovalo med spomladanskim in jesenskim delom zbiranja podatkov. Obvestilno pismo je bilo tako v spomladanskem kot jesenskem delu poslano vsem 8000 osebam; skupno je bilo torej poslanih 16.000 obvestilnih pisem. Obe obvestilni pismi sta vsebovali informacijo o tem, da so bili naslovniki naključno izbrani v verjetnostni vzorec slovenskega prebivalstva, starega od 15 do 64 let in da jih vljudo vabijo k sodelovanju k drugi slovenski nacionalni raziskavi o tobaku, alkoholu in drugih drogah. V obeh so tudi poudarili, da je za zagotovitev verodostojnih podatkov zelo pomembno, da sodeluje čim več oseb, ki so bile izbrane v verjetnosti vzorec in da je njihovo sodelovanje zelo dragoceno ne glede na to, kakšne izkušnje imajo s tematiko alkohola, tobaka in drog. Obvestilni pismi sta vključevali tudi informacije o varovanju osebnih podatkov, o pravici zavrnitve sodelovanja izbrane osebe, o pravici prekinitve sodelovanja ter o pravici, da anketiranec lahko ne odgovori na posamezno vprašanje, če tega ne želi. V obeh obvestilnih pismih je bilo izbranim v vzorec sporočeno, da anketo lahko izpolnijo prek spleta; navedli so tudi elektronski naslov in telefonsko številko za dodatna pojasnila. Da so anketiranci lahko dostopali do raziskave in da je bila končna kontrola za izvajalca in naročnika lažja, je vsaka oseba v obvestilnem pismu prejela unikatno geslo s katerim so vstopili v spletno orodje 1ka.si, kjer so lahko odgovarjali na anketna vprašanja. S tem se je tudi lažje vodila evidenca, da so do spletne ankete dostopali le naslovniki pisma; izvajalec posledično že anketiranih oseb ni nadlegoval z nadaljnjimi opomniki.

Za sodelujoče ustrezne enote je bilo v vsakem delu raziskave pripravljenih 11 nagrad v vrednosti 100 € ter 3 nagrade po 300 €; o denarnem žrebanju in vrednosti nagrade so bili izbrani v vzorec jesenskega dela raziskave obveščeni z obvestilnim pismom, izbrani v vzorec spomladanskega dela raziskave pa s prvim opomnikom. Pravilnik nagradne igre je bil celoten čas zbiranja podatkov na voljo na spletni strani izvajalca raziskave.

V spomladanskem delu raziskave je NIJZ en teden po poslanem obvestilnem pismu osebam, ki do takrat še niso izpolnile spletne ankete, poslal prvi opomnik. Osebe so zopet prosili, naj izpolnijo spletno anketo; spodbudili so jih z informacijo o denarnem nagradnem žrebanju, opisanem zgoraj. V jesenskem delu so prvi opomnik za nesodelujoče poslali tri tedne po obvestilnem pismu; v oba opomnika so na zadnjo stran dodali nekaj podatkov za Slovenijo iz raziskave ATADD 2011/2012.



Tisti, ki niso sodelovali v spletni anketi niti po prvem opomniku, so prejeli še drugi opomnik, ki je bil poslan tik pred pričetkom izvajanja osebnega načina zbiranja podatkov na določeni vzorčni točki. Drugega opomnika torej niso prejeli vsi nesodelujoči ob istem času, temveč so ga prejeli vsaj 3 dni pred prihodom anketarja. Nesodelujočim so navedli, da se bo v naslednjih nekaj dneh pri njih oglasil pooblaščen anketar, ki bo anketo izvedel na osebni način. Ker je bila spletna anketa osebam dostopna ves čas terenskega zbiranja podatkov, so s tem osebam, izbranim v vzorec, dali možnost izbire načina, prek katerega bodo sodelovali v raziskavi.

V času terenskega zbiranja podatkov so anketarji opazili, da nekateri anketiranci nimajo več pisem, ki jih je poslal NIJZ, ali pa jih niso prejeli; vseeno so si želeli anketo izpolniti prek spleta, a za to niso imeli gesla. NIJZ je zato čez celoten potek terenskega zbiranja podatkov po potrebi pošiljal še ponovne dopise na naslove oseb, ki so želele sodelovati v raziskavi, vendar niso želele sodelovati v osebnem anketiranju. Ponovni dopis so osebe lahko prejele po klasični pošti ali pa po elektronski pošti, odvisno od njihovih preferenc.

Na raziskovalno vprašanje 3 (ali študijski primer deluje po priporočilih literature) sem poskušala odgovoriti v Tabeli 2, vendar pa je bilo pri določenih elementih v pismih, ki jih navajajo spodnji avtorji, težko oceniti, ali NIJZ deluje po teh priporočilih ali ne. Vsa pisma so v Prilogi 1. Težava se je pojavila že pri imenu organizacije, ki izvaja raziskavo, in sicer je to v obvestilnih pismih in spomladanskem prvem opomniku zelo jasno zapisano z vprašanjem, kdo izvaja raziskavo, ter odgovorom, da v raziskavi sodelujejo raziskovalci Nacionalnega inštituta za javno zdravje. V jesenskem prvem opomniku ta element ni tako točno zapisan, vendar je izvajalec raziskave razviden iz drugih elementov pisma, kot so logotip, izvajalec nagradne igre, kontaktne informacije, žig organizacije ter podpis direktorice, izjava o zaupnosti zbranih podatkov ter obvestilo o objavi izsledkov raziskave. Pri drugem opomniku, ki je obvestilo o obisku anketarja, je poleg izvajalca NIJZ kot izvajalec dopisano še tržno-raziskovalno podjetje Ipsos/GfK; to je razvidno tudi iz logotipov, kontaktnih informacij in podpisa prokuristke Ipsos.

To, da se od naslovnika pisma pričakuje, da bo sodeloval v raziskavi, je v drugem opomniku zapisano kot obvestilo, da bo naslovnika obiskal anketar ter z njim opravil osebno anketo. Za razliko od drugega opomnika je v obvestilnem pismu in opomniku izpostavljena pomembnost sodelovanja, s čimer prosijo za sodelovanje. Pisma vsebujejo tudi zahvalo za sodelovanje. Z elementom prošnje in zahvale pričakovanje za sodelovanje ni tako direktno zapisano kot v obvestilu o obisku anketarja.

(Ne)upoštevanje elementov v pismih sem pri dveh elementih zaradi njune subjektivne narave izpustila. Ker sta prepričljivo oblikovanje ter uporaba logotipov in glave, vendar brez pretiravanja z barvami, fotografijami in drugimi grafikami elementa oblikovanja, sta za to delo preobčutljiva za ocenjevanje. Kljub temu lahko sklenem, da vsa pisma vsebujejo glavo in logotipe.

Tabela 2: Upoštevanje elementov v pismih

Element pisma / Avtor		Obvestilno pismo		1. opomnik		2. opomnik	
		Pomlad	Jesen	Pomlad	Jesen	Pomlad	Jesen
Ime organizacije, ki izvaja raziskavo	Fowler, 2009	✓	✓	✓	✗	✓	✓
Ime organizacije, ki plača raziskavo	Fowler, 2009	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Namen raziskave oz. predstavitev tematike	Fowler, 2009	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Izjava o zaupnosti zbranih podatkov, zagotavljanje zaupnosti	Fowler, 2009; Dillman, 2000	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Izjava o prostovoljnem sodelovanju	Fowler, 2009	✓	✓	✗	✗	✗	✗
Zagotovilo, da ob nesodelovanju ni negativnih posledic	Fowler, 2009	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Zagotovilo, da anketiranec lahko ne odgovori na vprašanje, če tega ne želi	Fowler, 2009	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Informacija, da se od naslovnika pričakuje sodelovanje	de Leeuw, Hox in Dillman, 2008	✗	✗	✗	✗	✓	✓
Izjava, da za sodelovanje ni potrebnega nobenega znanja veččin	de Leeuw, Hox in Dillman, 2008	✗	✗	✓	✗	✗	✗
Kontakt za dodatne informacije	Lozar Manfreda in Vehovar, 2008	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Pojasnilo o izboru osebe v vzorec	Lozar Manfreda in Vehovar, 2008, de Leeuw, Hox in Dillman 2008	✓	✓	✓	✓	✓	✓
URL naslov spletnega vprašalnika	Ebert, Huibers, Christensen in Christensen, 2018; Lozar Manfreda in Vehovar, 2008	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Se nadaljuje

Element pisma / Avtor		Obvestilno pismo		1. opomnik		2. opomnik	
		Pomlad	Jesen	Pomlad	Jesen	Pomlad	Jesen
Rok, do katerega naj anketiranci izpolnijo anketo v primeru poštnega ali spletnega anketiranja	de Leeuw, Hox in Dillman, 2008	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Obvestilo, da bo na naslov prišel anketar in opravil anketo z naslovnikom pisma v primeru osebnega anketiranja	de Leeuw, Hox in Dillman, 2008	✗	✗	✗	✗	✓	✓
Prepričljivo oblikovanje	Thomas, 2004; de Leeuw, Hox in Dillman, 2008						
Uporaba glave in logotipa, vendar brez pretiravanja z barvami, fotografijami in drugimi grafikami	de Leeuw, Hox in Dillman, 2008						
Čas trajanja odgovaranja na vprašanja	Dillman, Smyth in Christian, 2014	✗	✗	✓	✗	✗	✗
Informacija o nagradi za sodelovanje	Dillman, Smyth in Christian, 2014	✗	✓	✓	✓	✓	✓

Vir: Lastno delo.

### 3 ANALIZA MIKROPODATKOV RAZISKAVE ATADD 2018

#### 3.1 Namen, cilji in raziskovalna vprašanja

Z opravljenim raziskovanjem želim prispevati k oblikovanju takšnih obvestilnih pisem in opomnikov, ki bodo izbrane osebe v vzorec raziskave prepričale, da sodelujejo v raziskavi. Namen dela je prispevanje k učinkovitejšemu načrtovanju zbiranja podatkov ter s tem povzročiti dvig stopnje odgovora v raziskavah. Na podlagi pridobljenih rezultatov empiričnega dela bom podala predloge za raziskovalce, da bodo dosegali visoko stopnjo odgovora in s tem naročnikom in širši javnosti prispevali kakovostne podatke.

Cilj je raziskati, kako se na podlagi obvestilnih pisem in opomnikov različne sociodemografske skupine odzivajo na sodelovanje v raziskavi. Na podlagi kritičnega pregleda literature sem oblikovala temeljna raziskovalna vprašanja, ki sem jih preverila s pomočjo kvantitativnih in kvalitativnih metod na sekundarnih parapodatkih.

Raziskovalna vprašanja so naslednja:

RV1: Kakšni so pristopi za dvig stopnje odgovora?

RV2: Kako lahko z obvestilnim pismom dvignemo stopnjo odgovora?

RV3: Ali študijski primer deluje po priporočilih literature?

RV4: Kakšni so odzivi po obvestilnem pismu in opomnikih za različne sociodemografske skupine?

RV5: Katera sociodemografska skupina se prva odzove na obvestilno pismo?

RV6: Kako omemba nagradne igre v obvestilnem pismu vpliva na prvi odziv?

RV7: Kako razmik med obvestilnim pismom in prvim opomnikom vpliva na odziv?

Na podlagi teoretičnega znanja in želj Nacionalnega inštituta za javno zdravje sem opredelila hipoteze, ki so v skladu s kvantitativnimi raziskovalnimi vprašanji (RV4 – RV7). Preverila jih bom s pomočjo sekundarnih parapodatkov in mikropodatkov Nacionalne raziskave o tobaku, alkoholu in drugih drogah 2018, ki jo je izvajal Nacionalni inštitut za javno zdravje.

Hipoteze so naslednje:

H1: Moški se na obvestilna pisma in opomnike odzivajo manj v primerjavi z ženskami.

H2: Nižje izobraženi se na obvestilna pisma in opomnike odzivajo manj v primerjavi z višje izobraženimi.

H3: Starejše starostne skupine se na obvestilna pisma in opomnike odzivajo manj v primerjavi z mlajšimi starostnimi skupinami.

H4: Poročeni se na obvestilna pisma in opomnike odzivajo manj v primerjavi s samskimi.

H5: Odziv na raziskavo bo večji ob pismu, ki omenja nagradno igro v primerjavi s pismom, ki nagradne igre ne omenja.

H6: Odziv na raziskavo bo pri problematičnih skupinah večji ob pismu, ki omenja nagradno igro v primerjavi s pismom, ki nagradne igre ne omenja.

H7: Opomniki, poslani po enem tednu, imajo na stopnjo odgovora večji vpliv kot opomniki, ki so poslani po več kot enem tednu po prvem pismu.

### **3.2 Odzivnost vzorcev v obeh delih raziskave**

#### **3.2.1 Vzorca**

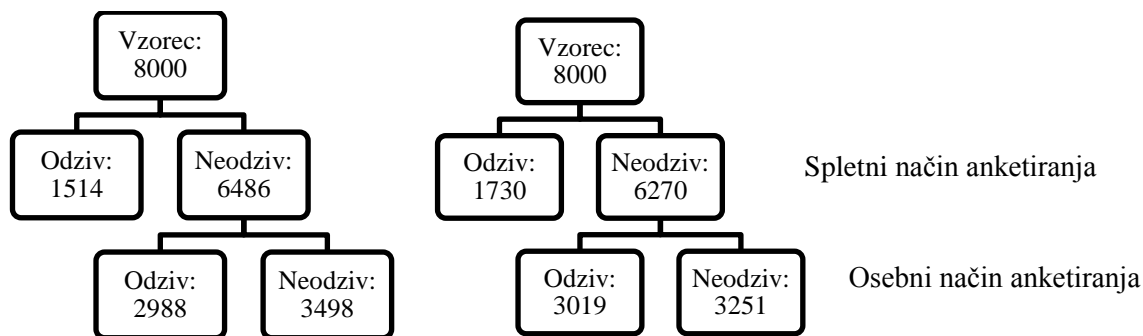
Čeprav sta bila spomladanski in jesenski vzorec reprezentativna in sta vsebovala vsak po 8000 prebivalcev Slovenije v starosti od 15 do 64 let in čeprav je raziskava potekala v dveh delih le zaradi lažje izvedbe zbiranja podatkov, lahko razlike med spomladanskim in jesenskim delom drugače vplivajo na povabljen v vzorec. Na tej točki je torej pomembno, da minimalno stopnjo odgovora izračunamo najprej za oba dela posebej, nato pa še skupno stopnjo odgovora. Še pred tem bom prikazala odzivnost po posameznih pismih in na

primeru poteka zaporednega kombiniranega načina zbiranja podatkov po Bethelem in Biffignandi (2012) (Slika 2 in 3).

### 3.2.2 Odzivnost po pismih

Tako v spomladanski kot jesenski del raziskave je bilo z obvestilnim pismom povabljenih 8000 oseb. Na spomladansko obvestilno pismo se je odzvalo 8% (641 oseb) izbranih v vzorec, s prvim opomnikom pa je bilo 7359 nesodelujočih še enkrat povabljenih k spletni raziskavi. Na prvi opomnik se je od vseh 7359 povabljenih oseb, odzvalo 873 oseb (11,9 %). Skupno se je torej do začetka terenskega zbiranja podatkov v spomladanskem delu raziskave odzvalo 1514 oseb; stopnja odgovora v spletnem načinu anketiranja je bila torej 18,9%. 6486 oseb, ki se na spletno anketo ni odzvalo, je prejelo 2. opomnik; stopnja odgovora v osebni načinu anketiranja pa je bila 46,1%, vendar moramo imeti v mislih, da je bila spletna anketa na voljo ves čas terenskega zbiranja podatkov, kar pomeni, da so med 2988 osebami tudi tiste, ki so spletno anketo izpolnile prek spleta v času osebnega zbiranja podatkov.

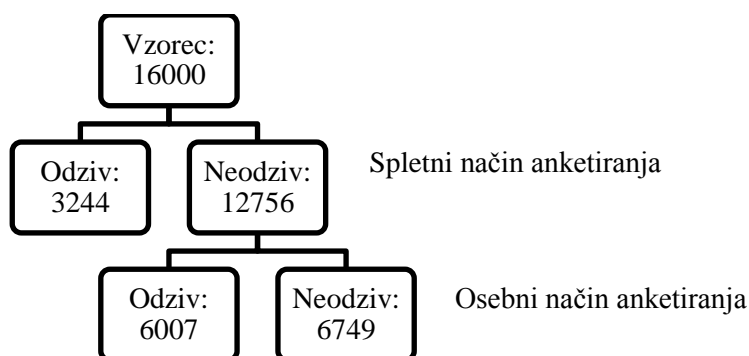
Slika 2: Rezultati zaporednega kombiniranega načina zbiranja podatkov – pomlad in jesen



Vir: Lastno delo.

V jesenskem delu raziskave se je na obvestilno pismo odzvalo 1157 oseb, kar predstavlja 14,5% celotnega jesenskega vzorca. Prvi opomnik je bil torej poslano 6843 osebam; od teh se jih je do terenskega zbiranja podatkov odzvalo 8,4% (573 oseb). Skupno se je do začetka terenskega zbiranja podatkov v jesenskem delu raziskave odzvalo 1730 oseb; stopnja odgovora v spletnem načinu zbiranja podatkov je bila 21,6%. 6270 oseb, ki se na spletno anketo ni odzvalo, je prejelo 2. opomnik; stopnja odgovora v osebni načinu anketiranja je bila 48,2%. Tudi v jesenskem delu zbiranja podatkov je bila spletna anketa na voljo ves čas osebnega zbiranja podatkov, torej ni bilo vseh 3019 oseb anketiranih le s pomočjo anketarja.

Slika 3: Rezultati zaporednega kombiniranega načina zbiranja podatkov – skupaj



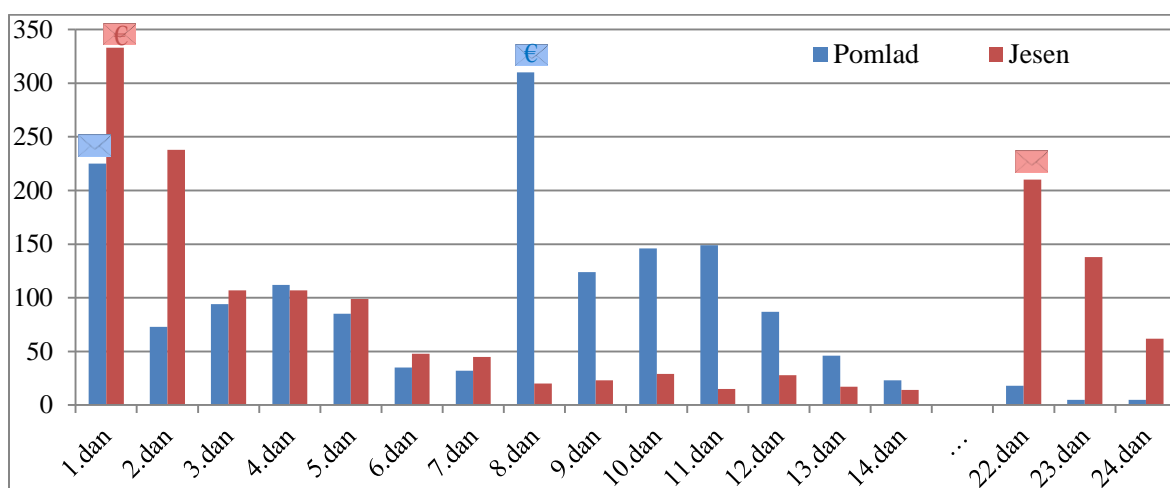
Vir: Lastno delo.

Skupno je bilo v raziskavo povabljenih 16.000 oseb. Na obvestilno pismo se je odzvalo 1798 oseb, kar predstavlja 11,2% celotnega vzorca; podrobneje te osebe predstavim v poglavju 3.5 Katera sociodemografska skupina se prva odzove na obvestilno pismo?, kjer odgovorim na raziskovalno vprašanje 5. Prvi opomnik je bil poslan 14.202 osebam, od teh se jih je nanj odzvalo 10,2% (1446 oseb). Skupno se je torej na spletno anketo odzvalo 3244 oseb, kar predstavlja 20,3% celotnega vzorca. 12.756 osebam je bil poslan še 2. opomnik za terensko zbiranje podatkov; nanj se je odzvalo 6007 oseb, kar predstavlja 47,1% stopnjo odgovora terenskega zbiranja podatkov, pri čemer so vključene tudi enote, ki so izpolnile spletno anketo v času terenskega zbiranja podatkov.

Povabljeni k sodelovanju v raziskavi so se od obeh obvestilnih pisem najbolj odzvali na jesensko obvestilno pismo, ki se od spomladanskega pisma razlikuje v tem, da vključuje informacijo o nagradni igri. Na prvi opomnik so se v večji meri odzvali v spomladanskem delu raziskave; razlog večjega odziva je najverjetneje v informaciji o nagradni igri – spomladanski vzorec je NIJZ namreč s prvim opomnikom prvič informiral o nagradni igri. Kljub temu, da ne morem trditi, da je razlog za večji odziv informacija o nagradni igri, rezultati pokažejo strinjanje z avtorji Bosnjak in Tuten (2003), Cobanoglu in Cobanoglu (2003), Göritz (2006) ter Porter in Whitcomb (2003), ki menijo, da imajo nagrade, izplačane po koncu raziskave, pozitiven učinek na anketiranca. Čeprav je NIJZ zaupanja vredna in profesionalna organizacija, in po mnenju Porter in Whitcomb (2003) nagradna igra ne bi bila potrebna, se strinjata s tem, da se takšne vrste nagrad uporabljajo pri spletnem anketiranju.

Po vsakem zaključenem delu raziskave je NIJZ z anketarji izvedel spletno ali osebno poročanje o poteku raziskave (ang. *debriefing*). Eno izmed vprašanj za anketarje v spomladanskem debriefingu, ko so anketiranci prvi opomnik prejeli en teden po obvestilnem pismu, je bilo: »Izbrane osebe, ki se niso odzvale v spletni anketi, so skupaj z napovedjo prihoda anketarja prejele tri dopise (obvestilna pisma, opomnike) za sodelovanje v raziskavi. Kakšni so bili odzivi oseb ob vašem prvem obisku na domu?«.

Slika 4: Odzivnost po dnevih



Vir: Lastno delo.

Ker je večina anketarjev omenila, da je bilo pisem preveč oziroma je zaradi kratkega razmika med pismi njihovo število še bolj prišlo do izraza, se je v jesenskem delu raziskave NIJZ odločil, da bo eksperimentiral tudi z razmikom pošiljanja pisem. Prvi opomnik so anketirancem poslali po treh tednih, medtem ko so ga v spomladanskem delu poslali po enem tednu. Po končanem jesenskem delu raziskave se je anketarjem v debriefingu zastavilo enako vprašanje o pismih. Anketarji so povedali, da je razlika med pošiljanjem pisem očitna, saj anketiranci pisem ne zaznajo v tolikšni meri kot takrat, ko so jih prejeli po enem tednu. Ugotovitve iz debriefinga anketarjev se torej ne strinjajo z avtorji de Leeuw, Hox in Dillman (2008, 2014), Dillman, (2000), Dillman, Smyth in Christian (2009), Sauermann in Roach (2012), itd. Slika 4 prikazuje število oseb, ki so se odzvali v spomladanskem in jesenskem vzorcu, pri čemer je razvidna tudi bistvena razlika v odzivnosti, če omenimo nagradno igro ali ne (€ v pismu).

Čeprav nam same številke in izračuni o izvedbi raziskave povedo veliko, so glavni faktor na terenu anketarji, saj imajo osebni stik z anketiranci. Debriefing anketarjev je torej pomemben, saj razkrije dogajanje na terenu bolj kot sama odzivnost anketirancev, zato je za raziskovalce pomembno, da debriefing anketarjev izvedejo ter tudi poskušajo upoštevati predloge, ki jih podajo anketiranci in anketarji.

### 3.2.3 Zavrjnena pisma

K učinkovitosti opomnikov je pripomoglo tudi učinkovito sprotno beleženje izidov anketiranja vsake enote posebej, kot to priporočajo de Leeuw, Hox in Dillman (2008). Opomnike so torej poslali le tistim osebam, ki v raziskavi še niso sodelovale, kar je bilo verjetno tudi finančno učinkovito, saj se je poslalo precej manj pisem, kot če bi vsem 16.000 osebam poslali po tri pisma; hkrati do že sodelujočih niso bili vsiljivi. Sprotno beleženje izidov anketiranja ni vsebovalo le informacije o tem, ali je oseba izpolnila

spletno anketo ali ne, temveč tudi informacijo o tem, ali je oseba zavrnila sodelovanje in ali je bilo pismo zavrnjeno, pri čemer so poštni delavci na kuverti označili razlog zavrnitve pisma.

Od vseh poslanih obvestilnih pisem se jih je skupno v obeh obdobjih raziskave na NIJZ vrnilo 145, kar pomeni, da je bilo zavrjenih zanemarljivo malo (skoraj 1%) obvestilnih pisem. Večina pisem se je na NIJZ vrnilo v istem tednu, kot so bila poslana, saj je bil naslov neznan (104 osebe) ali pa je bila oseba preseljena (39 oseb). Le ena oseba pisma ni dvignila; pri eni pa je bil naslov pomanjkljiv. V spomladanskem delu raziskave se je osebam, ki so imele zavrnjeno obvestilno pismo, poslalo le še prvi opomnik; jeseni se je osebam poslalo oba opomnika. Na NIJZ se je vrnilo 65 zavrjenih prvih opomnikov ter 58 zavrjenih drugih opomnikov. Kljub vsaj enemu zavrjenemu pismu je 16 oseb v celoti izpolnilo osebno anketo, štiri osebe pa spletno.

### **3.2.4 Ponovni dopisi**

Anketarjem se je na terenu dogajalo, da je bil anketiranec pripravljen sodelovati v spletni raziskavi, vendar pa niso imeli unikatnega gesla, da bi lahko dostopali do spletne ankete. Ko je bil NIJZ informiran o teh osebah, jim je po klasični ali pa po elektronski pošti poslal ponoven dopis. V spomladanskem in jesenskem delu je bilo skupno poslanih 421 ponovnih dopisov; od tega jih je bilo 223 poslanih po klasični pošti, 198 pa po elektronski pošti. Izmed vseh 421 ponovno poslanih dopisov je 190 oseb v celoti izpolnilo anketo. V primeru Nacionalne raziskave ATADD je bil ponovni dopis učinkovit v 45,1% primerov, vendar pa je NIJZ skoraj polovici osebam, ki so prejele ponovni dopis, kot končni izid anketiranja zapisal zavrnitev, saj se osebe na ponovni dopis niso odzvale, čeprav so že izrazile pripravljenost za sodelovanje. Ostalih 5% oseb je prejelo drug končni izid, ki je enoto zaključilo kot neustrezno ali kot neodgovor.

### **3.2.5 Število poslanih pisem**

Skupaj s ponovnim dopisom je oseba, izbrana v vzorec raziskave, lahko prejela največ štiri pisma, čeprav Newberry in Israel (2017) priporočata vsaj pet stikov z anketirancem, medtem ko na drugi strani Lozar Manfreda in Vehovar (2004) ter Cook, Heath in Thompson (2000) opažajo padec stopnje odgovora po tretjem pismu. V Tabeli 3 je zapisano, koliko oseb je dobilo koliko pisem v katerem obdobju raziskave.

V spomladanskem delu raziskave je bilo 199 takšnih oseb, ki je prejelo vsa štiri pisma, v jesenskem delu pa 218, pri čemer je pomembno opozoriti na to, da so osebe same prosile za pismo ter so ga pričakovale, torej s četrtem pismom NIJZ do teh oseb ni bil vsiljiv.



Tabela 3: Število poslanih pisem v posameznem obdobju

Obdobje/ Število poslanih pisem	1	2	3	4
Pomlad	499	1144	6158	199
Jesen	1103	705	5974	218

Vir: Lastno delo.

Na podlagi hi-kvadrat preizkusa sklepam, da število poslanih pisem vpliva na (ne)odgovor v raziskavi, razlika pa je statistično značilna ( $\chi^2=2532,460$ ;  $p=0,000$ ).

### 3.2.6 Stopnja odgovora

Osnovna formula za izračun minimalne stopnje odgovora po AAPOR definiciji (enačba 1) sicer vključuje tudi delno izpolnjene ankete in delne odgovore, vendar NIJZ delno izpolnjenih anket ni imel oz. jih je upošteval kot v celoti izpolnjene ankete.

Vsem osebam, ki so bile izbrane v vzorec, so anketarji v času zbiranja podatkov dodelili status izida anketiranja s pomočjo kontaktnih listov, kar upošteva mnenje Beullens, Loosveldt, Vanderplas in Stoop (2018). Statusi izida anketiranja, po katerih je razločeval NIJZ, so prikazani v Tabeli 4.

Tabela 4: Statusi izidov anketiranja v ATADD 2018

Statusi izidov anketiranja v ATADD 2018	ATADD pomlad 2018	ATADD jesen 2018	ATADD 2018
V celoti izpolnjena anketa – osebno	1939	1993	3932
V celoti izpolnjena anketa – splet	2563	2756	5319
Porušena stavba – ni stanovanja	5	4	9

Se nadaljuje

nadaljevanje

<b>Statusi izidov anketiranja v ATADD 2018</b>	<b>ATADD pomlad 2018</b>	<b>ATADD jesen 2018</b>	<b>ATADD 2018</b>
Stanovanje obstaja vendar ni naseljeno	20	18	38
Poslovni prostor – ni stanovanja	16	13	29
Počitniška hiša, zidanica ipd. – in do anketiranca ni mogoče priti	2	8	10
Izbrana oseba živi v skupinskem gospodinjstvu (npr. domu upokoencev, samostanu, zaporu itd.)	46	13	59
Izbrana oseba je umrla	7	2	9
Izbrana oseba je neznana na tem naslovu	108	99	207
Izbrana oseba stanuje drugje v Sloveniji	278	232	510
Izbrana oseba stanuje v tujini	113	90	203
Drugi razlogi (npr. stanovanja ni mogoče določiti, nujno vpisati razlog)	66	36	102
Zavrnitev	1964	1637	3601
Oseba ne more sodelovati, ker ni zmožna sodelovati (bolezen ipd.)	58	50	108
Oseba je odstopna v celotnem obdobju zbiranja podatkov	150	165	315
Zaradi drugih razlogov	96	15	111
Brez stika	569	869	1438

*Vir: Lastno delo.*

Pomlad

$$RR = \frac{1939+2563}{8000} = 0,562 \quad (2)$$

Jesen

$$RR = \frac{1993+2756}{8000} = 0,593 \quad (3)$$

Skupaj

$$RR = \frac{1939+2563+1993+2756}{16000} = 0,578 \quad (4)$$

Pomembno je omeniti, da je to izraz za minimalno stopnjo odgovora, kjer niso upoštevane enote, ki so prejele status neustrezne enote. Tako v imenovalcu enačbe ne bi operirali z 8000 oz. 16.000 enotami, temveč le z neodgovorom.

Minimalna stopnja odgovora v spomladanskem delu raziskave je bila 56,2 % (enačba 2), v jesenskem delu pa 59,3 % (enačba 3). V jesenskem delu je bila torej minimalna stopnja odgovora večja za 3 odstotne točke, kar bi bila lahko posledica omembe nagradne igre v jesenskem obvestilnem pismu ali večjih razmikov med opomniki. Skupna minimalna stopnja odgovora Nacionalne raziskave o tobaku, alkoholu in drugih drogah je 57,8% (enačba 4).

### **3.3 Odzivnost glede na sociodemografske značilnosti**

#### **3.3.1 Odzivnost oseb**

V tem poglavju sem raziskala, kako se je spreminjala odzivnost glede na pisma po različnih sociodemografskih značilnostih. Značilnosti, ki vplivajo na (ne)odgovor in ki so jih omenjali že drugi avtorji v poglavju 1.3, sem raziskala v sklopu hipotez (H1-H4); preučila bom tudi, ali je (ne)odgovor odvisen od regije, v kateri živi izbrana oseba v vzorec, od tipa naselja ali stopnje urbanizacije. Uporabljeni podatki sociodemografskih značilnosti anketirancev so pridobljeni iz vzorca, ki ga je posredoval Statistični urad Republike Slovenije, saj zgolj iz anketnih odgovorov ne bi mogli sklepati o sociodemografskih značilnosti tistih, ki v raziskavi niso sodelovali. Analize podatkov sem opravila s pomočjo programov SPSS in Excel.

#### **3.3.2 Odzivnost glede na spol**

Ena izmed značilnosti anketiranca, ki po mnenju Vehovar, Lozar Manfreda in Koren (2008) vpliva na (ne)odgovor je spol izbranega v vzorec. Zato se moja prva hipoteza (H1) glasi:

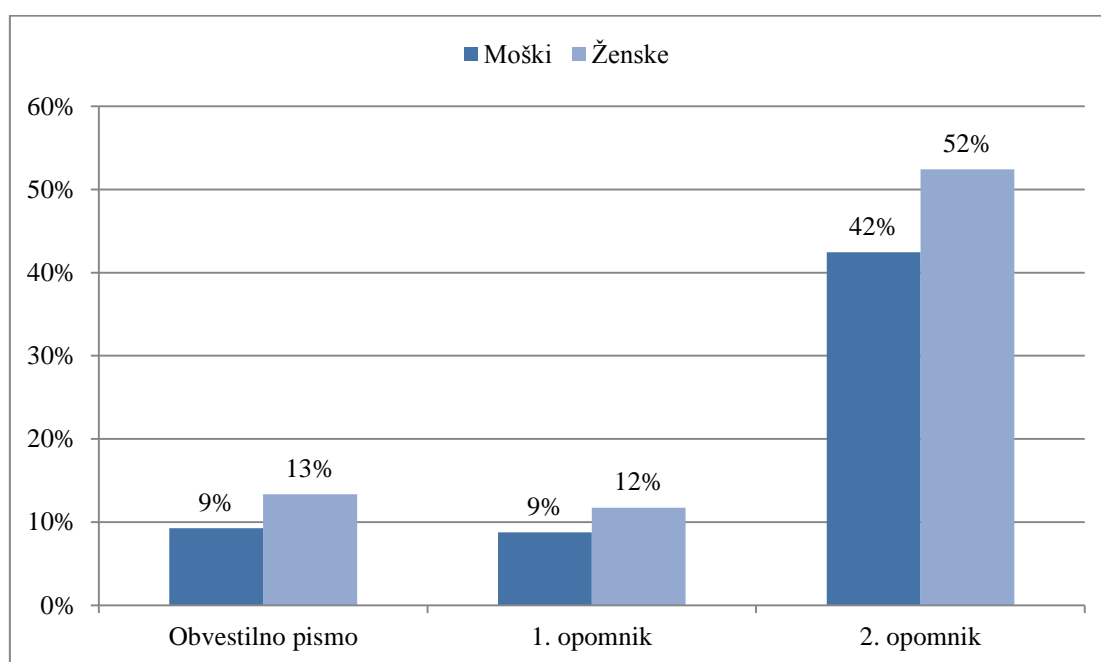
*Moški se na obvestilna pisma in opomnike odzivajo manj v primerjavi z ženskami.*

V reprezentativen vzorec ATADD je bilo izbranih 8222 moških in 7778 žensk; v vseh pismih posamezno in v celoti so se bolj odzvale ženske, kar potrjuje ugotovitve avtorjev Bethlehem in Biffignandi (2012), Korkeila in drugi (2001), Ebert, Huibers, Christensen in Christensen (2018) ter Christensen, Ekholm, Glumer in Juel (2013). Odzivnost na določeno pismo je prikazana v Sliki 5, pri čemer so prikazani odstotki odgovorov od

neodgovorov. Pri drugem opomniku so torej odšteti tisti, ki so na raziskavo odgovarjali pri obvestilnem pismu in prvem opomniku.

Na obvestilno pismo se je odzvalo 9,2% povabljenih moških ter 13,3% povabljenih žensk. Na prvi opomnik se je odzvalo skoraj 8% povabljenih moških ter 10,1 % povabljenih žensk; prav tako se je na 2. opomnik odzvalo več žensk kot moških (40% žensk ter 35,1% moških). Skupno je v raziskavi sodelovalo 4305 moških in 4946 žensk, kar je 52,3 % moških iz vzorca ter 63,6% žensk iz vzorca. Razlike so statistično značilne ( $\chi^2=206,682$ ;  $p=0,000$ ), zato sprejemam hipotezo 1, da spol vpliva na odzivnost na obvestilna pisma in opomnike (iz opisnih podatkov izhaja, da se moški na obvestilna pisma in opomnike odzivajo v manjši meri kot ženske).

Slika 5: Odzivnost na pisma po spolu



Vir: Lastno delo.

Heerwegh in Loosveldt (2008) sta raziskovala povezavo med načinom izpolnjevanja ankete in spolom ter ugotovila razliko med spoloma v osebni in spletni načinu anketiranja. V nacionalni raziskavi ATADD je prek spleta sodelovalo 54,9% sodelujočih moških ter 60,4% sodelujočih žensk, iz česar izhaja, da spol vpliva na način izpolnjevanja ankete; razlike so statistično značilne ( $\chi^2 = 28,915$ ;  $p=0,00$ ).

### 3.3.3 Odzivnost glede na stopnjo izobrazbe

Druga hipoteza je oblikovana glede na mnenje Becker (2006), ki meni, da stopnja izobrazbe vpliva na (ne)odgovor izbranega v vzorec. Moja druga hipoteza (H2) se glasi:

Nižje izobraženi se na obvestilna pisma in opomnike odzivajo manj v primerjavi z višje izobraženimi.

Stopnje dosežene izobrazbe so bile najprej razdeljene v tri izobrazbene skupine, in sicer osnovnošolska izobrazba ali manj, srednješolska izobrazba ter višješolska, visokošolska izobrazba ali več. Tokrat imamo podatek o izobrazbi za 15530 oseb, saj SURS o 470 osebah nima podatka o izobrazbi. Osebe z osnovnošolsko izobrazbo ali manj predstavljajo 18,4% vzorca (2944 oseb), oseb z najvišjo izobrazbo (višješolska, visokošolska izobrazba ali več) je 26,1% vzorca (8416 oseb), največ pa je tistih s srednješolsko izobrazbo, in sicer 52,6% (4170 oseb).

V celotni raziskavi ATADD 2018 je sodelovalo 1659 oseb z osnovnošolsko izobrazbo ali manj, 4570 oseb s srednješolsko izobrazbo ter 2731 oseb z najvišjimi izobrazbami. Tabela 5 predstavlja odstotek tistih, ki so se odzvali na določeno pismo (po izobrazbi) od vseh povabljenih v tisti izobrazbeni skupini, Slika 6 pa odgovore od neodgovorov na določeno pismo.

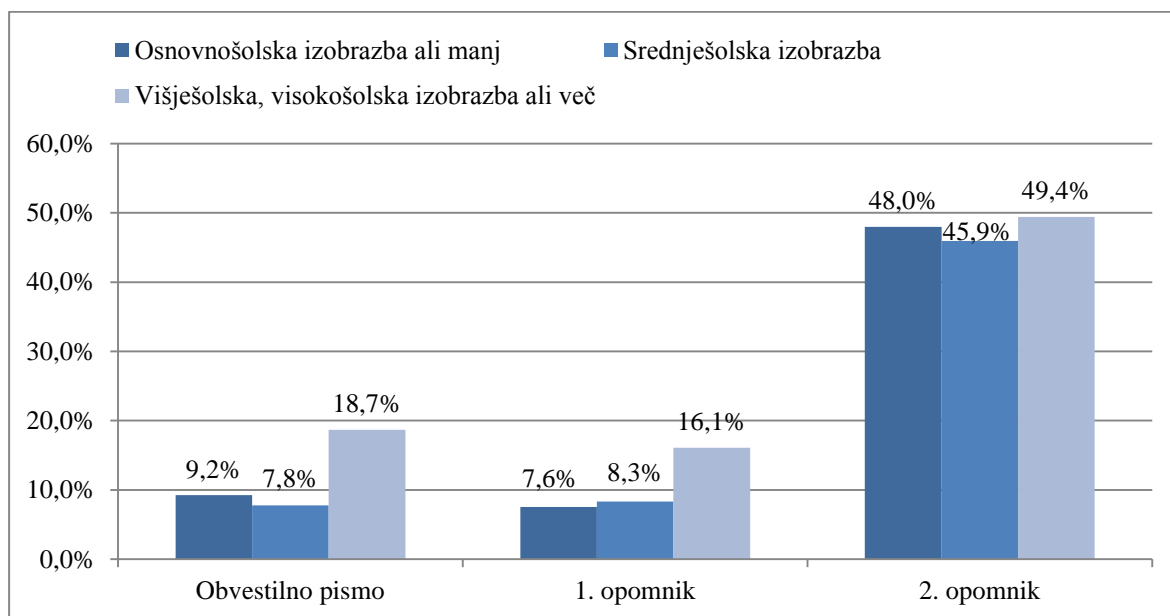
*Tabela 5: Odzivnost po pismih glede na stopnjo izobrazbe*

Stopnja dokočnane izobrazbe/pismo	Obvestilno pismo	1. opomnik	2. opomnik
Osnovnošolska izobrazba ali manj	9,2%	6,9%	40,3%
Srednješolska izobrazba	7,8%	7,7%	38,8%
Višješolska, visokošolska izobrazba ali več	18,7%	13,1%	33,7%

*Vir: Lastno delo*

Na raziskavo se je odzvalo 56,4% oseb z osnovnošolsko izobrazbo ali manj, 54,3% oseb s srednješolsko izobrazbo ter 65,5% oseb z višješolsko, visokošolsko izobrazbo ali več. Na eni strani ti rezultati prikazujejo mnenje Ebert, Huibers, Christensen in Christensen (2018), Tjønneland in drugi (2007) ter Korkeila in drugi (2001), ki menijo, da višje izobraženi bolj sodelujejo, vendar pa na drugi strani prikazujejo tudi mnenje avtorjev Christensen, Ekholm, Glumer in Juel (2013), ki menijo, da je večja verjetnost za neodgovor pri tistih z višjo izobrazbo kot pri tistih z osnovno šolo, saj imajo osebe s srednješolsko izobrazbo najnižji odstotek odzivnosti, kar v primerjavi z osnovnošolsko izobrazbo ali manj hipoteze ne bi potrdilo, v primerjavi z višješolsko, visokošolsko izobrazbo ali več pa bi jo. Zato zavračam hipotezo 2, da stopnja dokončane izobrazbe vpliva na odzivanje na obvestilna pisma in opomnike, prav tako hi-kvadrat preizkusi pri posameznih izobrazbenih skupinah ne pokažejo statistično značilne povezave med (ne)odgovorom in obdobjem raziskave.

Slika 6: Odzivnost na pisma po stopnji izobrazbe



Vir: Lastno delo.

### 3.3.4 Odzivnost glede na starostne razrede

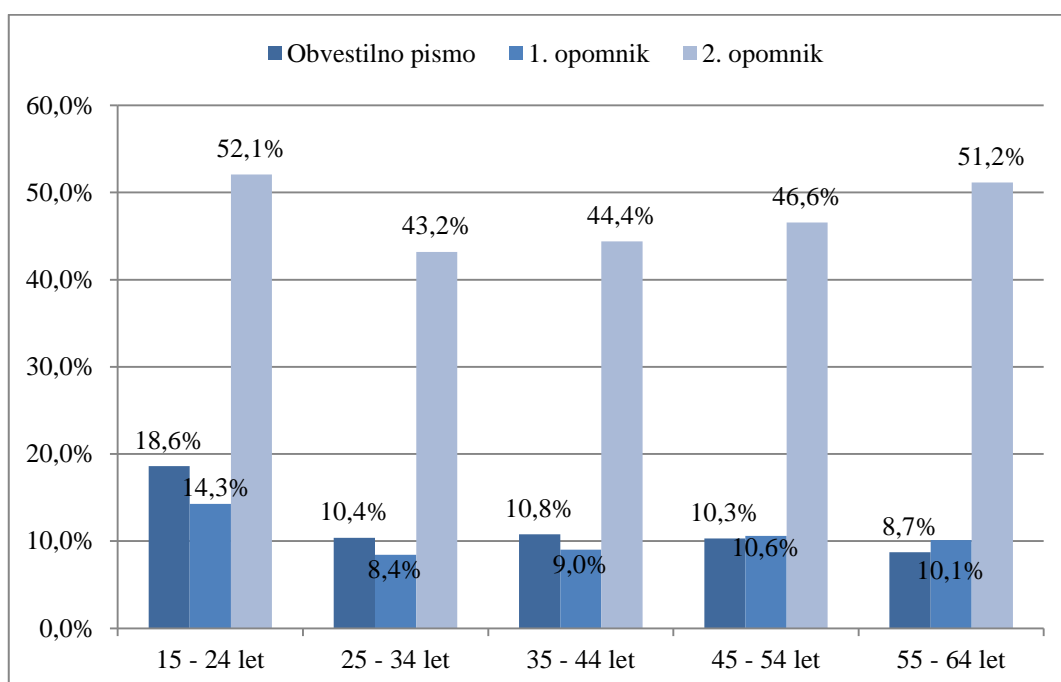
Hipoteza 3 je bila oblikovana na podlagi mnenja Korkeila in drugi (2001), raziskuje pa vpliv starosti na (ne)odgovor v raziskavi. Hipoteza 3 (H3) se glasi:

*Starejše starostne skupine se na obvestilna pisma in opomnike odzivajo manj v primerjavi z mlajšimi starostnimi skupinami.*

V vzorec so bile izbrane osebe, stare od 15 do 64 let; za lažjo in bolj pregledno analizo sem osebe razvrstila v 10-letne starostne skupine. V najmlajši vzorčni skupini od 15 do 24 let je 2215 oseb, 3015 oseb je starostni skupini od 25 do 34 let, v raziskavo povabljenih oseb, starih od 35 do 44 let, pa je bilo 3670. Oseb, starih od 45 do 54 let, je bilo v vzorcu 3604, najstarejših, starih od 55 do 64 let, pa 3496.

Od vseh 16.000 oseb, povabljenih v vzorec, se je na obvestilno pismo največ odzvalo tistih, ki so stari od 15-24 let, in sicer 18,6%. Najmanj so se na obvestilno pismo odzvali najstarejši v raziskavi, in sicer 8,72%. Odziv na obvestilno pismo ostalih treh starostnih skupin (stari od 25 - 34 let, stari od 35 - 44 let ter stari od 45 - 54 let) se giblje med 10,32% in 10,79%. Na prvi opomnik so se zopet v največji meri odzvali najmlajši, in sicer 14,25% od vseh povabljenih, ki se niso odzvali do prvega opomnika. Najmanj se jih je na prvi opomnik odzvalo tistih, ki so stari med 25 in 34 let (8,44%); sledi jim starostna skupina od 35 - 44 let z 9,01%, najstarejša starostna skupina z 10,12% ter stari od 45 do 54 let. Slika 7 prikazuje odgovor od neodgovora na določeno pismo, po različnih starostnih skupinah.

Slika 7: Odzivnost na pisma po 10-letnih skupinah



Vir: Lastno delo.

Enako kot odziv na obvestilno pismo in prvi opomnik se je tudi na drugi opomnik v največji meri odzvala najmlajša starostna skupina, in sicer se jih je odzvalo 52,07% od vseh povabljenih, ki se na raziskavo niso odzvali z obvestilnim pismom ali opomnikom. Sledijo jim najstarejši, saj se jih je na drugi opomnik odzvalo 51,15% ter stari od 45 do 54 let s 46,56%. Oseb, ki so stare od 35 do 44 let, se je na drugi opomnik odzvalo 44,38%, najmanj pa starih od 25 do 34 let, in sicer 43,17%. Skupno je v raziskavi sodelovalo 1474 najmlajših, kar predstavlja 84,92% povabljenih k raziskavi v tej starostni skupini. Sledijo jim najstarejši s 70% stopnjo odgovora (2095 oseb), stari od 45 do 54 let s 67,49 % (2060 oseb) in stari od 35 do 44 let s 64,18% (2013 oseb); najmanj so se odzvali stari od 25 do 34 let, in sicer se jih je odzvalo 1609, kar je 61,99%. Sprejemam hipotezo 3, da starost vpliva na odzivanje na obvestilna pisma in opomnike. Iz opisnih podatkov izhaja, da so se (naj)starejši na obvestilna pisma in opomnike odzivali v manjši meri kot (naj)mlajše starostne skupin, kar menijo tudi Korkeila in drugi (2001). Razlika je statistično značilna ( $\chi^2=113,951$ ;  $p=0,000$ ).

### 3.3.5 Odzivnost glede na zakonski stan

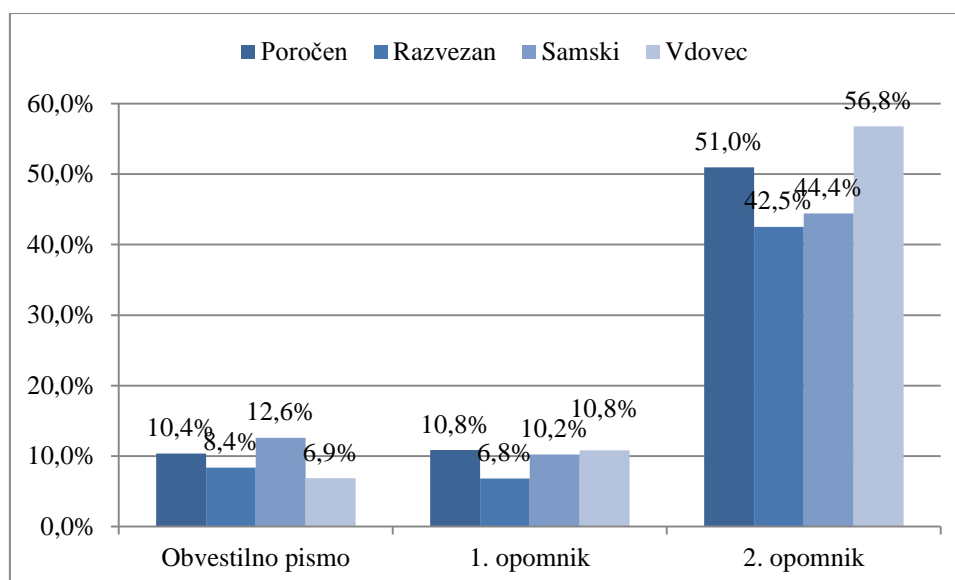
Zakonski stan je naslednja izmed sociodemografskih značilnosti anketiranca, ki naj bi po mnenju Christensen, Ekholm, Glumer in Jul (2013) ter Tjønneland in drugi (2007), vpliva na (ne)odgovor v raziskavi. Hipoteza 4 (H4) se glasi:

*Poročeni se na obvestilna pisma in opomnike odzivajo manj v primerjavi s samskimi.*

V analizi zakonskega stanu sem razpolagala s 136 enotami manj, saj SURS nima podatka o zakonskem stanu pri 133 osebah; 3 osebe naj bi bile v registrirani partnerski zvezi. Zakonski stani, s katerimi bom poskušala sprejeti hipotezo 4, so poročen, razvezan, samski ali vdovec. Upoštevati je potrebno tudi dejstvo, da k samskim osebam vštete tudi izven zakonske skupnosti.

Skupno je bilo v raziskavo povabljenih 6707 poročenih oseb, 992 razvezanih oseb, 7917 samskih oseb ter 248 vdovskih oseb. Od poročenih oseb se je odzvalo 4079 oseb, kar predstavlja 60,8% poročenih oseb; od razvezanih se je odzvalo 505 oseb, kar je 50,9%. Samskih se je odzvalo 4464, kar je 56,4%, vdovskih pa 159, kar predstavlja 64,1%. Zopet so na Sliki 8 prikazani le odgovori na določeno pismo od neodgovorov na določeno pismo.

*Slika 8: Odzivnost na pisma po zakonskem stanu*



*Vir: Lastno delo.*

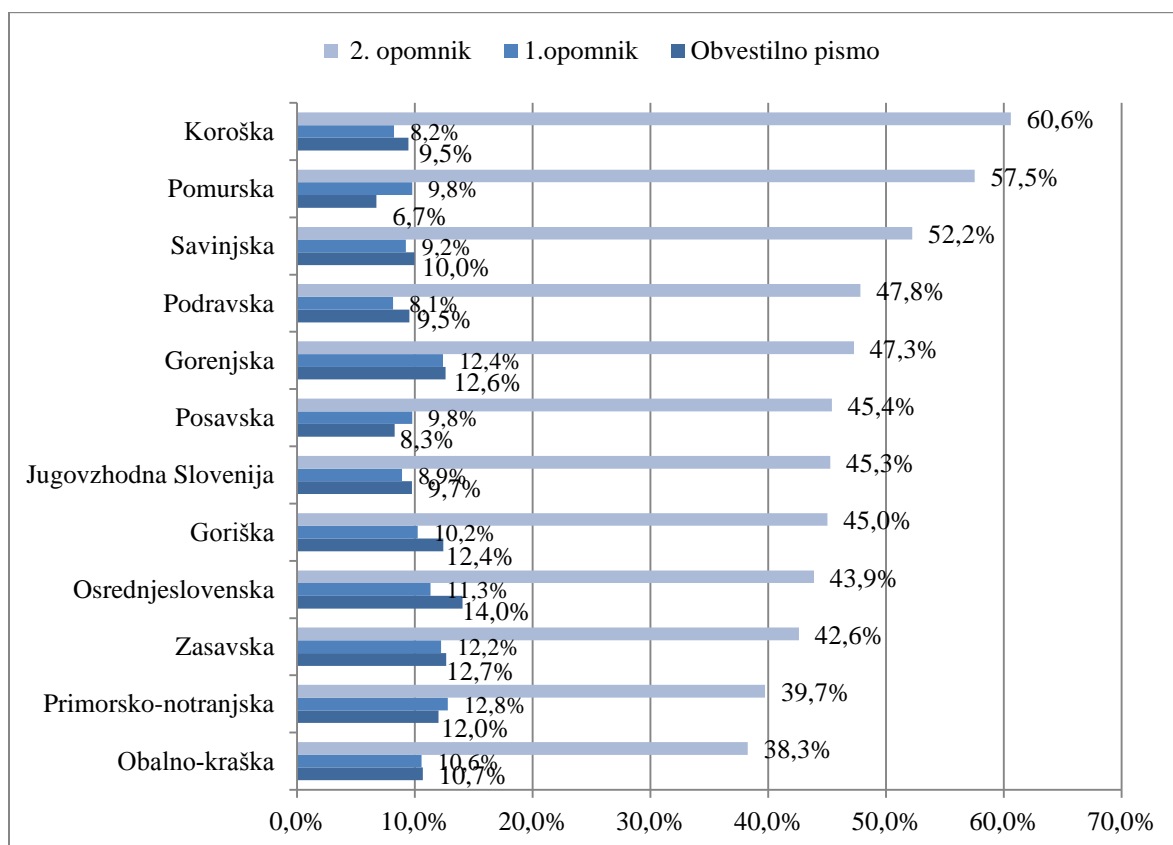
Če primerjam zgolj poročene in samske osebe, ne morem sprejeti hipoteze 4, da zakonski stan vpliva na odzivanje posameznikov na obvestilna pisma in opomnike, kar potrjujeta tudi raziskavi Christensen, Ekholm, Glumer in Juel (2013) ter Tjønneland in drugi (2007), kjer je bil sicer neodgovor nižji med poročenimi kot pa med neporočenimi osebami (ovdovelimi, razvezanimi in samskimi, pri čemer so vključene tudi zunajzakonske skupnosti). Pri vseh primerjanih skupinah obstaja statistično značilna povezava med zakonskim stanom in (ne)odgovorom v raziskavi ( $\chi^2=91,018$ ;  $p=0,000$ ).



### 3.3.6 Odzivnost glede na statistično regijo

Slovenija se deli na 12 statističnih regij. Tako kot pri ostalih sociodemografskih značilnostih je tudi pri statističnih regijah SURS pripravil reprezentativno stanje. Na obvestilno pismo so se najbolj odzvali tisti v osrednjeslovenski regiji (14,03%), najmanj pa na Pomurskem, kjer se je na obvestilno pismo odzvalo 60 oseb, ki predstavljajo 6,74% Pomurcev, povabljenih v raziskavo. Izmed vseh, ki se niso odzvali na obvestilno pismo, so se na prvi opomnik najbolj odzvali v primorsko-notranjski regiji (12,78%), najmanj pa v podravski regiji (8,13%). Tako kot na drugi opomnik so se tudi skupno na celotno raziskavo najbolj odzvali tisti, ki imajo stalno prebivališče na Koroškem, in sicer se je skupno odzvalo 67,27% povabljenih Korošcev; najmanjši odziv je bil v obalno-kraški regiji, kjer se je odzvalo 50,67% povabljenih v raziskavo. Slika 9 prikazuje odgovore od neodgovorov na določeno pismo po statističnih regijah.

Slika 9: Odzivnost glede na statistično regijo



Vir: Lastno delo.

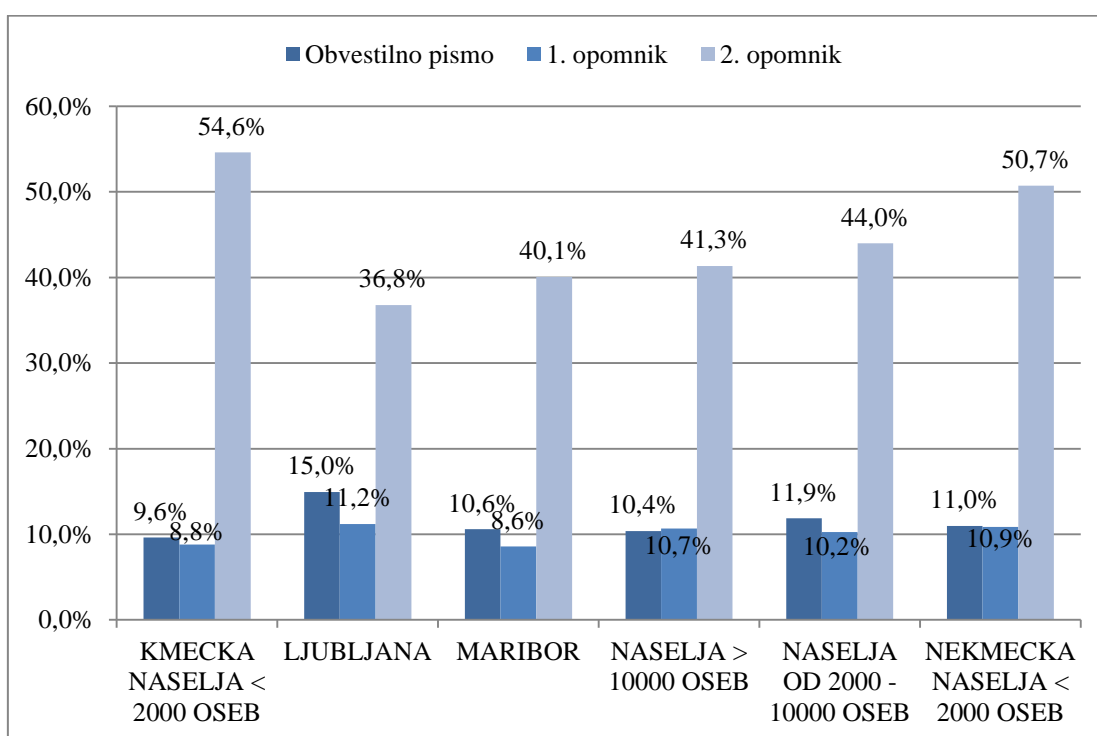
### 3.3.7 Odzivnost glede na tip naselja

SURS ločuje med šestimi tipi naselja, in sicer ločuje Ljubljano in Maribor kot največji slovenski mesti, naselja z več kot 10.000 osebami, naselja od 2000 do 10.000 osebami ter

kmečka in nekmečka naselja z do 2000 osebami. V raziskavo je bilo iz Ljubljane povabljenih 2120 oseb, nekaj manj iz naselij do 10.000 oseb, iz Maribora 690 oseb, iz naselij od 2000 do 10.000 oseb je bilo povabljenih 2690 oseb, 3800 iz kmečkih naselij do 2000 oseb ter 4600 oseb iz nekmečkih naselij do 2000 oseb.

Na obvestilno pismo so se v največji meri odzvali Ljubljančani, in sicer se jih je odzvalo skoraj 15% (317 oseb); sledijo pa jim naselja od 2000 do 10.000 oseb z 11,86% (319 oseb). Odzivnost na obvestilno pismo Maribora, naselij nad 10.000 oseb ter nekmečkih naselij nad 2000 oseb se giblje med 10,38% ter 10,98%; z nekaj manj kot 10% so se odzvali tisti, ki živijo v kmečkih naseljih do 2000 oseb. Slika 10 prikazuje odgovore od neodgovorov na določeno pismo glede na tip naselja.

Slika 10: Odzivnost glede na tip naselja



Vir: Lastno delo.

Izmed vseh, ki se niso odzvali na obvestilno pismo, so se na prvi opomnik zopet najbolje odzvali Ljubljančani, in sicer je bilo takšnih 11,20% (202 osebi); najmanj so se na prvi opomnik odzvali Mariborčani – teh je bilo 8,59%. Odzivnost na prvi opomnik ostalih kmečkih in nekmečkih naselij se giblje med 8,79 % (302 osebi) ter 10,87% (445 oseb). Tisti, ki se na obvestilno pismo in prvi opomnik niso odzvali, so prejeli še drugi opomnik, ki je obvestilo o osebnem anketiranju. Na drugi opomnik so se v največji meri odzvali v kmečkih naseljih do 2000 oseb, in sicer več kot polovica od povabljenih k raziskavi, ki se niso odzvali do drugega opomnika. Prav tako se jih je polovica odzvala v nekmečkih naseljih do 2000 oseb, najmanj pa v Ljubljani, in sicer 36,79%, kar predstavlja 589 oseb.)

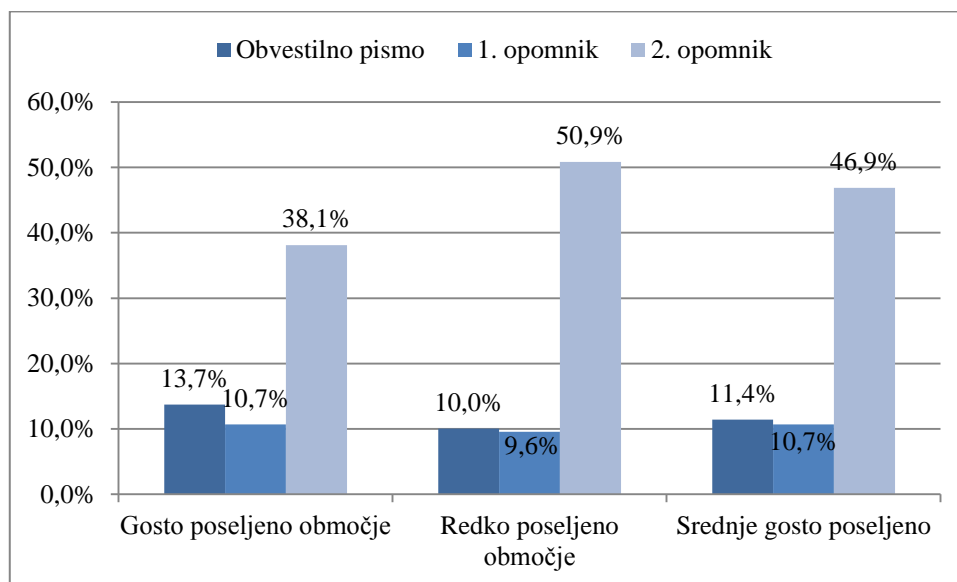
Odzivnost na drugi opomnik v Mariboru, naseljih med 2000 in 10.000 osebami ter naseljih nad 10.000 osebami je bila od 40,07% do 43,98%. Odziv oseb na drugi opomnik oziroma osebno anketiranje je bil torej večji v ruralnih območjih kot v urbanih, kar so ugotovili tudi Jäckle, Lynn in Burton (2015).

Skupno je bila odzivnost na vsa tri pisma najvišja v kmečkih naseljih do 2000 oseb, kjer se je odzvalo 62,58% povabljenih v raziskavo (2378 oseb), najmanj pa se jih je odzvalo v Mariboru, in sicer 51% (352 oseb). V nekmečkih naseljih do 2000 oseb se jih je odzvalo 60,89% (2801 oseba), v naseljih od 2000 do 10.000 oseb 55,69% (1498 oseb), v naseljih nad 10.000 oseb 53,05% (1114 oseb), v Ljubljani pa 52,26% (1108 oseb).

### 3.3.8 Odzivnost glede na stopnjo urbanizacije

Stopnja urbanizacije nam pove, kako gosto je poseljeno določeno območje; razdeljuje se med gostim, redkim in srednje gostim poseljenim območjem. Med gosto poseljena območja spadata Ljubljana in Maribor, medtem ko so srednje gosto poseljena območja naselja do 10.000 oseb. Ostala kmečka in nekmečka naselja do 10.000 oseb so v ATADD vzorcu gosta, redka in srednje gosta poseljena naselja. Največ povabljenih (7140 oseb) k sodelovanju v raziskavi živi na redko poseljenih območjih; v srednje gostih poseljenih območjih živi 5850 oseb, na gosto poseljenih območjih pa živi 3010 oseb. Slika 11 prikazuje odgovore od neodgovorov na določeno pismo glede na stopnjo urbanizacije.

Slika 11: Odzivnost glede na stopnjo urbanizacije



Vir: Lastno delo.

Na obvestilno pismo so se v največji meri odzvali tisti iz gosto poseljenih območij, in sicer 13,72% (413 oseb), najmanj pa iz redko poseljenih območij (10,03%). Od tistih, ki se na obvestilno pismo niso odzvali, so se tudi na prvi opomnik najmanj odzvali tisti v redko

poseljenih območjih; enak delež oseb (10,7%) se je na prvi opomnik odzvalo v gosto poseljenih območjih in srednje gosto poseljenih območjih. Od vseh tistih, ki se niso odzvali na obvestilno pismo ali prvi opomnik, se je na drugi opomnik odzvalo več kot polovica tistih, ki živijo v redko poseljenih območjih. Ti so imeli skupno največjo odzivnost, in sicer se je odzvalo 60% vseh povabljenih.

Na drugi opomnik so se najmanj odzvali tisti, ki živijo v gosto poseljenih območjih, ter so kljub temu, da so imeli do drugega opomnika najvišjo odzivnost, skupno dosegli najmanjšo odzivnost (52,33%). V srednje gosto poseljenih območjih se je na drugi opomnik odzvalo skoraj 50 % vseh tistih, ki se niso odzvali na obvestilno pismo in prvi opomnik; skupno se jih je odzvalo 57,97%.

### 3.4 Problematične skupine

Glede na vse analize iz poglavja 3.3 Odzivnost glede na sociodemografske značilnosti ugotavljam, da so najbolj problematične skupine moški, tisti s srednješolsko izobrazbo, stari od 25-34 let, razvezane oziroma samske osebe, tisti iz obalno-kraške statistične regije, tisti iz Maribora, če preučujemo tip naselja, ter tisti iz gosto poseljenih območij.

V obeh reprezentativnih vzorcih prebivalcev Slovenije, starih od 15 do 64 let, je bilo skupno 778 moških, ki so stari od 25-34 let s srednješolsko izobrazbo ter so razvezani ali samski. Če dodamo še pogoj, da prihajajo iz obalno-kraške regije, nam ostane 36 takšnih oseb v vzorcu 16.000, zato njihov odziv na celotno raziskavo predstavljam v Tabeli 6, vendar le z upoštevanimi spremenljivkami spola, starosti, izobrazbe ter zakonskega stanu. Manj izobraženi moški naj bi bili problematični oziroma »neprivlačni« anketiranci tudi po mnenju Roose, Lievens in Waege (2007).

*Tabela 6: (Ne)odgovor problematičnih skupin*

Zakonski stan / (ne)odgovor v obdobju	Osebna anketa		Neustrezna		Spletna anketa		Neodgovor	
	Pomlad	Jesen	Pomlad	Jesen	Pomlad	Jesen	Pomlad	Jesen
Razvezan	0	1	2	3	0	1	0	3
Samski	72	90	49	39	84	100	171	163

*Vir: Lastno delo.*

Od skupno 348 »problematicnih« oseb, ki so se na raziskavo odzvale prek spleta ali s pomočjo anketarja, je bilo v spomladanskem delu 13 oseb takšnih, ki so se odzvale na obvestilno pismo, medtem ko se je v jesenskem delu na obvestilno pismo odzvalo 32 oseb. Glede na reprezentativnost vzorca lahko potrdim hipotezo 6, da je odziv problematičnih skupin večji ob pismu, ki omenja nagradno igro, v primerjavi s pismom, ki ne omenja nagradne igre. To hipotezo potrjuje tudi obalno-kraška statistična regija, saj se je na spomladansko obvestilno pismo odzvalo 32 oseb, na jesensko pa 63 oseb; odziv na prvi opomnik je bil večji pri spomladanskem prvem opomniku, ki omenja nagradno igro.

Skupna odzivnost je malenkostno višja v jesenskem delu raziskave, vendar lahko slabši odziv v spomladanskem delu raziskave pripisujemo tudi sezonskemu delu.

### **3.5 Katera sociodemografska skupina se prva odzove na obvestilno pismo?**

V poglavju 3.2.1 Odzivnost sem ugotovila, da se je na obvestilno pismo skupno v spomladanskem in jesenskem delu odzvalo 1798 oseb. V tem delu magistrske naloge bom ugotovila, kakšne sociodemografske značilnosti imajo osebe, ki so se odzvale prve.

Na podlagi spola, starostne skupine, izobrazbe in zakonskega stana sem želela prikazati, v katere skupine spadajo te osebe, vendar zaradi pomanjkljivih podatkov dosežene stopnje izobrazbe tega ne morem storiti. Na raziskovalno vprašanje, katera sociodemografska skupina se prva odzove na obvestilno pismo, bom odgovorila s spremenljivkami spola, starostne skupine ter zakonskega stana.

Izmed 1798 oseb, ki so se v spomladanskem in jesenskem delu odzvale na obvestilno pismo, se je največ odzvalo samskih žensk, starih od 15 – 19 let. Teh se je odzvalo 214, kar predstavlja skoraj 12% prvih odzivov. Drugi najbolj odzivni so samski moški, prav tako v starostni skupini od 15-19 let; teh se je odzvalo 193 (10,73% prvih odzivov); sledijo jim samske ženske od 25-34 let. Več podatkov o prvih odzivnosti je v Prilogi 3.

## **4 DOMET RAZISKAVE IN PRIPOROČILA ZA NADALJNE RAZISKOVANJE**

### **4.1 Domet pričujoče raziskave**

V času raziskovanja nisem imela večjih težav in omejitev. Čeprav je znotraj vzorca pri nekaj osebah manjkalo nekaj podatkov (o dokončani stopnji izobrazbe in zakonskem stanu), manjkajoči podatki niso bistveno vplivali na rezultate. Glede na poglobljeno raziskavo bi si želela, da bi se Nacionalna raziskava ATADD 2018 izvajala na vzorcu, ki bi preučeval prebivalce Slovenije, starejše od 15 let. Tako bi lahko podala priporočila, ki ne veljajo le za osebe do 64 let, temveč tudi za starejše starostne skupine, vendar pa zaradi mednarodnih metodologij sprememba vzorca ni mogoča.

V procesu analize sem zaradi narave zbranih podatkov pri preizkušanju domnev uporabljala hi-kvadrat preizkus, vendar pa dana velikost vzorca postavlja pod vprašaj njegovo sposobnost ugotavljanja statistično neznačilnih razlik. Domet izbranega analitičnega pristopa dodatno omejuje dejstvo, da so bili pri raziskovanju odzivnosti na pisma vzorci med seboj povezani; osebe, ki kljub poslanim trem pismom niso sodelovale v raziskavi, so bile namreč vključene v tri preučevane vzorce. Najbolj zanesljivi so zato v moji raziskavi rezultati opisne (deskriptivne) analize.

## 4.2 Predlog sprememb raziskave NIJZ

Na podlagi pridobljene literature in rezultatov iz parapodatkov in mikropodatkov, ki mi jih je zaupal Nacionalni inštitut za javno zdravje, njim in ostalim raziskovalcem predlagam naslednje spremembe, ki bi lahko pozitivno vplivale na stopnjo odgovora v nadaljnjih raziskavah. Na podlagi magistrskega dela sem ugotovila, da je dobro načrtovanje raziskave bistvenega pomena. Pri tem moramo misliti na dober vzorec, obveščanje o raziskavi ter samem zbiranju podatkov, cilj zbiranja podatkov pa je čimvečja stopnja odgovora. Pri preučevanju zasnove raziskave ugotavljam in raziskovalcem predlagam, da uporabijo kombiniran način anketiranja ter uporabljajo učinkovito sprotno beleženje statusov izida anketiranja. Ti so namreč v pomoč pri pošiljanju opomnikov, ki so ključnega pomena pri zviševanju stopnje odgovora. K zviševanju stopnje odgovora je pripomoglo tudi ponovno pošiljanje dopisov, saj je bilo 45,1% ponovno poslanih dopisov učinkovitih, ker pa imajo raziskovalci s ponovnimi dopisi delo in stroške, menim, da bi se ponovni dopisi, še posebej v vzorčnem okvirju od 15 do 64 let, morali pošiljati le prek elektronske pošte.

Raziskovalci naj obveščenosti o raziskavi posvetijo veliko pozornosti. Raziskovalcem bi predlagala, da še naprej uporabljajo klasična pisma. To je še posebej pomembno pri občutljivih tematikah kot so uporaba nedovoljenih drog, da se anketirancem dokaže legitimnost raziskave v smislu organizacije, ki raziskavo izvaja in pomembnost podatkov. Poleg tega vzorčni okvir z elektronskimi naslovi za splošno populacijo ne obstaja oziroma se elektronski naslovi pogosto spreminjajo ter bodo izbrani v vzorec težko dosegljivi. Ob spomladanskih in jesenskih pismih ugotavljam, da se odzivnost poveča ter dvigne končno stopnjo odgovora ob omembi nagradne igre. To se je izkazalo pri jesenskem obvestilnem pismu in spomladanskem prvem opomniku, ki sta vsebovala informacijo o nagradni igri. Predlagam, da se nagradna igra, v kateri lahko sodelujejo anketiranci, omeni ob obvestilnem pismu, s čimer bodo raziskovalci prihranili čas in denar, saj bo ob učinkovitem sprotne beleženju statusov izida, potrebno poslati manj prvih opomnikov. V jesenskem delu se je skupno poslalo 750 klasičnih in elektronskih pisem manj kot v spomladanskem delu raziskave, končna stopnja odgovora pa je bila višja za 3 odstotne točke. Prav tako predlagam, da se prvi opomnik neodzivnim pošlje več kot en teden po pošiljanju obvestilnega pisma, saj se bodo anketiranci počutili manj nadlegovane. Slabost, ki jo lahko prinese omemba nagradne igre so odgovori, ki bi lahko bili slabše kakovosti, saj bi anketiranci sodelovali le zaradi denarne nagrade, zato bi morali raziskovalci pred izvedbo žrebanja nagrajencev na zbranih podatkih izvesti temeljito notranjo kontrolo kakovosti.

Ob raziskovanju značilnosti anketirancev ugotavljam, da se ženske na vsa pisma odzovejo v večji meri kot moški, na vsa pisma so se v večji meri odzvali tudi najbolj izobraženi, najmlajši izbrani v vzorec, stari od 15-24 let in pa vdoveli oziroma poročeni v primerjavi s samskimi. Odziv najmlajših starostnih skupin v primeru Nacionalna raziskave ATADD pripisujem tematiki, saj zanimanje za določeno tematiko zviša možnosti za sodelovanje v raziskavi. Krajevno se glede na statistično regijo najbolj odzivajo Korošci in Ljubljančani

v primeru tipa naselja vendar pa moramo biti pri načrtovanju osebnega anketiranja v tem primeru previdni. Ob učinkovitem sprotne beleženju statusov vemo, da najmanj anketarjev potrebujemo v Ljubljani, saj se je na prvi dve pismi odzvalo največ Ljubljančanov. Kljub temu, da včasih odziv na obvestilno pismo in prvi opomnik kaže zelo veliko splošno odzivnost se je v primeru tipu naselja izkazalo za drugače, saj so se Ljubljančani najbolj odzvali na prvi dve pismi, ob koncu pa so imeli najmanjši odstotek odzivnosti.

Kar se je pokazalo kot učinkovito, je bil tudi debriefing anketarjev ob koncu zbiranja podatkov, ki je lahko izveden osebno ali prek spleta. Poslušanje in upoštevanje anketarjev je pri osebnem anketiranju zelo pomembno, saj so anketarji ključni člen med raziskovalcem in anketirancem. Pri načrtovanju raziskave moramo upoštevati tudi to, da je že pred samo izvedbo anketarje potrebno ustrezno pripraviti ter izobraževati, saj lahko pristop in odnos anketarja do anketiranca bistveno vpliva na stopnjo odgovora.

### **4.3 Priporočila za prihodnja raziskovanja NIJZ**

Za naslednje analize parapodatkov in mikropodatkov predlagam, da se preuči še vpliv spletnih vabil, vpliv daril, vpliv različne vrednosti nagradne igre, kot so to storili pri NHSDA, ter tudi raziskava o tem, kako eden izmed spremenjenih elementov raziskave oziroma pisma vplivajo na rezultate raziskovalne tematike oziroma poročanje raziskovalne tematike.

Ker menim, da je tolikšen odziv mladih zgolj posledica tematike raziskave, bi bilo smiselno narediti enako analizo odziva po starostnih skupinah še na podatkih druge raziskave, katere tema ne bi bila tako zelo privlačna mladim. Zanimiva bi bila tudi poglobljena raziskava na problematični skupini moških iz ruralnih območij, starih od 20 do 35 let. Takšen starostni okvir predlagam zaradi raziskave Jäckle, Lynn in Burton (2015), ki pravi, da kombiniran način anketiranja negativno vpliva na to skupino. Glede na učinkovitost ponovnih dopisov predlagam tudi analizo vpliva ponovnih dopisov na odziv problematične skupine.

## **SKLEP**

Namen magistrskega dela je prispevati k takšnim obvestilnim pismom in opomnikom, ki bodo čim večji del oseb, izbranih v vzorec, prepričali k sodelovanju v raziskavi. S tem bodo raziskovalci učinkoviteje načrtovali zbiranje podatkov, povzročili dvig stopnje odgovora ter naročnikom in širši javnosti posredovali kakovostnejše podatke. V magistrski nalogi sem s pomočjo literature raziskala dejavnike, ki vplivajo na sodelovanje anketiranca v raziskavi, kako ga lahko v sodelovanje prepričamo z obvestilnim pismom in opomniki ter kako s tem dvignemo stopnjo odgovora. Kasneje sem na parapodatkih in mikropodatkih Nacionalne raziskave o tobaku, alkoholu in drugih drogah 2018, ki jo je izvajal Nacionalni

inštitut za javno zdravje, raziskala, kako se različne sociodemografske skupine odzivajo na obvestilna pisma in opomnike, kakšne sociodemografske značilnosti imajo tiste osebe, ki se odzivajo prve, ali na sodelovanje v raziskavi vpliva omemba nagradne igre ter ali različen razmik med pošiljanjem obvestilnega pisma in prvega opomnika vpliva na sodelovanje v raziskavi. V raziskovanem reprezentativnem vzorcu so bili prebivalci Slovenije, stari od 15 do 64 let.

Neodgovor v anketnem raziskovanju naj bi bil v zadnjih letih rastoč problem. Kljub temu se rezultati anketnega raziskovanja uporabljajo za pomembne trženjske in politične odločitve, zato je pomembno, da se neodgovor v anketah zmanjša ter se uspešno izvaja raziskave, ki imajo veliko statistično moč. To se doseže z visoko stopnjo odgovora, pri čemer je cilj pridobiti odgovore od čim več oseb, ki smo jih pred tem izbrali v vzorec. Stopnjo odgovora lahko zvišujemo z različnimi načini anketiranja, primernim obveščanjem o raziskavi, primernim številom opomnikov v primeru neodzivnosti (pri čemer mora biti razmik med pismi prav tako ustrezen) spodbudami, nagradnimi igrami in s ponovnimi dopisi.

Osebe, ki smo jih izbrali v vzorec moramo najprej povabiti k sodelovanju. To moramo storiti tako prepričljivo, da bomo ob zaključku raziskave imeli karseda malo zavrnitev. Način obveščanja oziroma vabljenja izbranega v vzorec, da se sodeluje v raziskavi, je bistvenega pomena. Z različnim oblikovanjem obvestilnih pisem in opomnikov lahko dvignemo stopnjo odgovora, na kar moramo misliti že pri samem načrtovanju raziskave. NIJZ večinoma upošteva literaturo za oblikovanje obvestilnih pisem in opomnikov. Za dvig stopnje odgovora je priporočljivo, da so si pisma med seboj različna tako oblikovno kot po vsebini. Ugotavljam, da lahko pri omembi nagradne igre v obvestilnem pismu prihranimo nekaj časa in denarja pri pošiljanju prvih opomnikov, saj se bo na obvestilno pismo odzvalo več ljudi, kot če nagradne igre ne bi omenili. Čas med pošiljanjem obvestilnega pisma in opomnika naj bo daljši od enega tedna, da se anketiranci ne počutijo preveč nadlegovani.

Ključnega pomena pri izvajanju raziskav javnega mnenja je ocena raziskovalnega problema. Na to lahko vpliva tudi to, da se tisti, ki v raziskavi sodelujejo, razlikujejo od tistih, ki ne sodelujejo. Na vsa pisma (obvestilno pismo in dva opomnika) se bolj odzivajo ženske, višje izobraženi, mladi od 15-24 let ter poročeni. Krajevno so v zadnji fazi anketiranja najbolj pripravljeni sodelovati iz koroške regije, medtem ko so se v prvi fazi spletnega anketiranja najbolj odzvali tisti iz osrednjeslovenske regije, čeprav se je Ljubljana ob preučevanju tipa naselja odzvala najmanj, najbolj pa kmečka naselja nad 2000 oseb ter redko poseljena območja pri stopnji urbanizacije. Problematična skupina pri Nacionalni raziskavi ATADD so bili srednje izobraženi moški, stari od 25-34 let, samski ali razvezani iz obalno-kraške statistične regije ali iz Maribora pri tipu naselja ter tisti iz gosto poseljenih območij, čeprav se je ta skupina bolj odzvala na pisma, ki so vsebovala informacijo o nagradni igri, kot na pismo, ki te informacije ni vsebovalo. Prve so se odzvale samske ženske, stare od 15-19 let, ter samski moški v isti starostni skupini. K tako



veliki odzivnosti najmlajših starostnih skupin je verjetno pripomoglo zanimanje za tematiko raziskave.

Čeprav si mnogi ne želijo sodelovanja v raziskavah, jih z ustreznim načrtom in metodologijo lahko prepričamo, da odgovarjajo na vprašanja ter nam s tem pomagajo pri rezultatih, vendar je priporočljivo, da jim ponudimo nekaj v zameno za sodelovanje. S takšnim sodelovanjem anketiranca in raziskovalca oziroma raziskovalne inštitucije se pridobi koristne informacije, ki lahko vplivajo na pomembne (politične) odločitve. Raziskave so osnova za oblikovanje relevantnih ekonomskih in socialnih politik, zato je pomembno, da v njih sodelujemo ter s tem podatkom povečujemo izpovedno (in statistično) moč.

## LITERATURA IN VIRI

1. Allum, Nick, Auspurg, Katrin, Blake, Margaret, Booker, Cara, Crossley, Thomas, D'Ardenne, Joana, Fairbrother, Malcom, Iacovou, Maria, Jäckle, Annette, Kaminska, Olena, Lynn, Peter, Nicoletti, Cheti, Oldfield, Zoe, Pudney, Stephen, Schnettler, Sebastian, Uhrig, S.C. Noah, in Winter Joachim. (2014). Understanding Society Innovation Panel Wave 6: Results from Methodological Experiment. *Understanding Society Working Paper Series*. Pridobljeno 3. februarja 2019 prek: <https://core.ac.uk/download/pdf/74372320.pdf>
2. American Association for Public Opinion Research. (2016). *Standard Definitions: Final Dispositions of Case Codes and Outcome Rates for Surveys*. 9. izdaja. AAPOR.
3. Anderson, J. Christopher. (2003). The psychology of doing nothing: forms of decision avoidance result from reason and emotion. *Psychological Bulletin*, 129(1), 139–167.
4. Atrostic, B.K., Bates, Nancy, Burt, Geraldine in Silberstein, Adriana. (2001). Nonresponse in U.S. Government Household Surveys: Consistent Measures, Recent Trends, and New Insights. *Journal of Official Statistics*, 70(2), 209–226.
5. Auspurg, Katrin, Burton, Jonathan, Cullinane, Carl, Delavande, Adeline, Fumagelli, Laura, Iacovou, Maria, Jäckle, Annette, Kaminska, Olena, Lynn, Peter, Mathews, Paul, Nicolaas, Gerry, Nicoletti, Cheti, Ye, Cong in Zafar, Basit. (2013). Understanding Society Innovation Panel Wave 5: Results from Methodological Experiment. *Understanding Society Working Paper Series* 6. Pridobljeno 3. februarja 2019 prek: [http://kops.uni-konstanz.de/bitstream/handle/123456789/26763/Auspurg\\_267631.pdf?sequence=2&isAllowed=y](http://kops.uni-konstanz.de/bitstream/handle/123456789/26763/Auspurg_267631.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
6. Bailey, A. Michael. (2017). *Designing Surveys to Account for Endogenous Non-Response*. Working Paper.
7. Baines D., Alisha, Partin R., Melissa, Davern, Michael in Rockwood H., Todd. (2007). Mixed-mode administration reduced bias and enhanced poststratification adjustments in a health behavior survey. *Journal of clinical epidemiology*, 60(12), 1246–1255.
8. Balden, W. (2004). *Multi-mode Data Collection: Benefits and Downsides*. Paper presented at the 2004 Conference of the Great Lakes, Chapter of the Marketing Research Association, Cancun, Mexico.
9. Battaglia, P. Michael (2015). Sampling for community health surveys. V Timothy P. Johnson (ur.) *Handbook of health survey methods*, 21–37, Hoboken, New Jersey, US: John Wiley & Sons Inc.
10. Bauman, Sandra, Jobity, Natalie, Airey, Jennifer in Atak, Hakam. (20. maj 2000). *Invites, Intros and incentives: Lessons From a Web Survey*. Članek, predstavljen na 55. letni konferenci ameriškega združenja za raziskovanje javnega mnenja (AAPOR). Portland, Oregon, 2000. Pridobljeno 5. novembra 2018 prek <http://www.websm.org/uploads/editor/aapor5.pdf>

11. Becker, Rolf in Glauser, David. (2018). Are Prepaid Monetary Incentives Sufficient for Reducing Panel Attrition and Optimizing the Response Rate? An Experiment in the Context of a Multi-Wave Panel with a Sequential Mixed-Mode Design. *Bulletin de Methodologie Sociologique*, 139, 74–95.
12. Becker, Rolf. (2006). Selective Response to Questions on Delinquency\*. *Quality and Quantity*, 40(4), 483–498.
13. Bethellem, Jelke, Cobben, G. in Schouten, B. (2011). *Handbook of Nonresponse in Household Surveys*. Hoboken, NJ: John Wiley.
14. Bethlehem, Jelke in Biffignandi, Silvia. (2012). *Handbook of Web Surveys*. Hoboken, New Jersey, US: John Wiley & Sons Inc.
15. Beullens, Koen, Vandenplas, Caroline, Loosveldt, Geert in Stoop, Ineke. (2018). Response rates in the European Social Survey: Increasing, Decreasing, or a Matter of Fieldwork Efforts? *Survey Methods: Insights from the Field*. Pridobljeno 18. Januarja 2019 prek <https://surveyinsights.org/?p=9673>
16. Bianchi, Annamaria in Biffignandi, Silvia. (2017). Targeted letters: Effects on sample composition and item non-response. *Statistical Journal of the IAOS*, 33(2), 459–467.
17. Bosnjak, Michael in Tuten, L., Tracy. (2001). Classifying Response Behaviours in Web-based Surveys. *Journal of computer-mediated Communication*, 6(3).
18. Bosnjak, Michael in Tuten, Tracy. (2003). Prepaid and Promised Incentives in Web Surveys: An Experiment. *Social Science Computer Review*, 21(2), 208–217.
19. Brennan, Mike, Rae, Nathan in Parackal, Mathew. (1999). Survey-Based Experimental Research via the Web: Some Observations. *Marketing Bulletin*, 10, 32–92.
20. Brick, J. Michael in Williams, Douglas. (2013). Explaining Rising Nonresponse Rates in Cross-Sectional Surveys.
21. Callegaro, Mario, Lozar Manfreda, Katja in Vehovar, Vasja. (2015). *Web Survey Methodology*. London: SAGE.
22. Christensen, Anne Illemann, Ekholm, Ola, Glümer, Charlotte in Juel, Knud. (2014). Effect of survey mode on response patterns: Comparison of face-to-face and self-administered modes in health surveys. *The European Journal of Public Health*, 24(2), 327–332.
23. Cobanoglu, Cihan in Cobanoglu, Nesrin. (2003). The Effect of Incentives in Web Surveys: Application and Ethical Considerations. *International Journal of Market Research*, 45(5), 1–13.
24. Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112(1), 155–159.
25. Cook, Colleen, Heath, Fred in Thompson L., Russel. (2000). A meta-analysis of response rates in web- or internet-based surveys. *Educational and Psychological Measurement*, 60(6), 821–836. SAGE Publications.
26. Couper P. Mick. (2000). Web Surveys: A review of issues and approaches. *Public Quarterly*, 64(4), 464–494. Pridobljeno 29. decembra 2018 prek: <https://pdfs.semanticscholar.org/e008/8a042873136464bd5b993f6eeb47f67301d3.pdf>

27. Couper, Mick P., Singer, Eleanor, Conrad, G. Frederick in Groves, M. Robert. (2008). Risk of Disclosure, Perceptions of Risk, and Concerns about Privacy and Confidentiality as Factors in Survey Participation. *Journal of Official Statistics*, 24(2), 255–275.
28. Craig, C. Samuel in Douglas P., Susan. (2000). *International marketing research. Second Edition*. Prentice Hall: Wiley.
29. Crawford, Scott, McCabe, Sean, Couper, Mick in Boyd, Carol. (2002). *From Mail to Web: Improving Response Rates and Data Collection Efficiencies*. International Conference on Improving Surveys. Kopenhagen, Danska, 2002. Pridobljeno 24. novembra 2018 prek: <http://www.websm.org/uploadi/editor/improving%20response%20rates%20and%20data%20collection.pdf>
30. Curtin, Richard, Presser, Stanley in Singer, Eleanor. (2005). Changes in telephone survey nonresponse over the past quarter century. *Public Opinion Quarterly*, 69(1), 87–98.
31. De Bernardo, Huyser Dana in Curtis, Anna. (2012). Using online and Paper Surveys: The Effectiveness of Mixed-mode Methodology for Populations Over 50. *Research on Aging*, 35, 220–240.
32. de Leeuw, D. Edith, Hox J., Joop in Dillman A., Don. (2008). International Handbook of Survey Methodology. *European Association of Methodology*.
33. de Leeuw, D. Edith. (2005). To mix or not to mix data collection modes in Surveys. *Journal of Official Statistics*, 21(2), 233–255. Pridobljeno 28. decembra 2018 prek: <https://www.bebr.ufl.edu/sites/default/files/To%20Mix%20or%20Not%20to%20Mix%20Data%20Collection%20Modes%20in%20Surveys.pdf>
34. De Leeuw, Edith, Hox, Joop in Luiten, Annemieke. (2018). International Nonresponse Trends across Countries and Years: An analysis of 36 years of Labour Force Survey data. *Survey Insights: Methods from the Field*. Pridobljeno 18. januarja 2019 prek <https://surveyinsights.org/?p=10452>
35. Deutskens, E.C., Ruyter, de, J.C., Wetzels, M.G.M. in Oosterveld, P. (2004). Response rate and response quality of internet-based surveys: an experimental study. *Marketing Letters*, 15(1), 21–36. Dostopno 19. januarja 2019 prek: <https://pure.tue.nl/ws/portalfiles/portal/1725920/612264.pdf>
36. Dillman, Don A. (2000). *Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method. Second Edition*. New York: John Wiley and Sons.
37. Dillman, Don A., Smyth D., Jolene in Christian, Leah Melani. (2009). *Internet, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method (3. izdaja.)*. Hoboken, NJ, US: John Wiley & Sons Inc.
38. Dillman, Don A., Smyth D., Jolene in Christian, Leah Melani. (2014). *Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method (4. izdaja.)* New Jersey: John Wiley & Sons.

39. Dillman, Don A., West K., Kirsten in Clark R., Jon. (1995). Influence of an Invitation to Answer by Telephone on Response to Census Questionnaires. *The Public Opinion Quarterly*, 58(4), 557–568.
40. Dixon, J. in Tucker, C. (2010). Survey Nonresponse. V P. Marsden in J.D.Wright (ur.). *Handbook of Survey Research*. Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
41. Dykema, Jennifer, Steveson, John, Klein, Lisa, Kim, Yujin in Day, Brendan. (2013). Effects of E-Mailed Versus Mailed Invitations and Incentives on Response Rates, Data Quality, and Costs in a Web Survey of University Faculty. *Social Science Computer Review*, 31(3), 359–370. Pridobljeno 29. decembra 2018 prek: [https://www.researchgate.net/publication/258189870\\_Effects\\_of\\_E-Mailed\\_Versus\\_Mailed\\_Invitations\\_and\\_Incentives\\_on\\_Response\\_Rates\\_Data\\_Quality\\_and\\_Costs\\_in\\_a\\_Web\\_Survey\\_of\\_University\\_Faculty](https://www.researchgate.net/publication/258189870_Effects_of_E-Mailed_Versus_Mailed_Invitations_and_Incentives_on_Response_Rates_Data_Quality_and_Costs_in_a_Web_Survey_of_University_Faculty)
42. Ebert, Jonas Fyboe, Huibers, Linda, Christensen, Bo in Christensen, Morten Bondo. (2018). Paper- or Web-Based Questionnaire Invitations as a Method for Data Collection: Cross-Sectional Comparative Study of Differences in Response Rate, Completeness of Data, and Financial Cost. *Journal of Medical Internet Research*, 20(1).
43. Fan, Weimiao in Yan, Zheng. (2010). Factors affecting response rate of the web survey: a systematic review. *Computers in Human Behavior*, 26: 132–139.
44. Fowler, J. Floyd Jr. (2009). *Survey Research Methods (4. izdaja)*. SAGE publications.
45. Gfroerer, Joe in Kennet Joel. (2015). Collecting Survey Data on Sensitive Topics: Substance Use V Timothy P. Johnson (ur.) *Handbook of health survey methods*, 447–472, Hoboken, New Jersey, US: John Wiley & Sons Inc.
46. Göritz, Anja. (2005). *Contingent versus unconditional incentives in www-studies*. Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani. Pridobljeno 29. decembra 2018 prek <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-6MOFZN9P>
47. Göritz, Anja. (2010). Using lotteries, loyalty points, and other incentives to increase participant response and pimpletion. V S. Gosling in J. Johnson (ur.), *Advanced methods for conducting online behavioural research*, Washington DC: American Psychological Association.
48. Göritz, Anja. (2015). Incentives effects. V U. Engel, B. Jann, P. Lynn, A. Scherpenzeel in P. Sturgis (ur.). *Improving survey methods: lessons from recent research*, str. 339–350. London: Routledge.
49. Göritz, S. Anja. (2006). Incentives in Web Studies: Methodological Issues and a Review. *International Journal of Internet Science*, 1(1), 58–70. Univerza Erlangen-Nurnberg, Nemčija. Pridobljeno 29. decembra 2018 prek: [http://www.ijis.net/ijis1\\_1/ijis1\\_1\\_goeritz.pdf](http://www.ijis.net/ijis1_1/ijis1_1_goeritz.pdf)
50. Groves, R. in Peytcheva, E. (2008). The impact of nonresponse rates on nonresponse bias. *Public Opinion Quarterly*, 72(2), 167–189.
51. Groves, R.M. in Couper, M.P. (1998). *Nonresponse in Household Interview Surveys*. New York: Wiley.

52. Groves, R.M., Cialdini, R.B. in Couper, M.P. (1992). Understanding the decision to participate in a survey. *Public Opinion Quarterly*, 56(4), 475–495.
53. Groves, Robert M. in Couper P., Mick. (1998). *Nonresponse in Household Interview Surveys*. New York: Wiley.
54. Groves, Robert, Cialdini B., Robert in Couper, Mick. (1992). Understanding The Decision to Participate in a Survey. *Public Opinion Quarterly*, 56(4). Pridobljeno 29. decembra 2018 prek: [https://www.researchgate.net/publication/243774621\\_Understanding\\_The\\_Decision\\_to\\_Participate\\_in\\_a\\_Survey](https://www.researchgate.net/publication/243774621_Understanding_The_Decision_to_Participate_in_a_Survey)
55. Groves, Robert, Couper P., Mick, Presser, Stanley, Singer, Eleanor, Tourangeau, Roger, Acosta, Giorgina Piani in Nelson D., Lindsay. (2006). Experiments in Producing Nonresponse Bias. *Public Opinion Quarterly*, 70(5), 637–645. Pridobljeno 29. decembra 2018 prek: [https://www.researchgate.net/publication/253984084\\_Experiments\\_in\\_Producing\\_Nonresponse\\_Bias](https://www.researchgate.net/publication/253984084_Experiments_in_Producing_Nonresponse_Bias)
56. Heberlein, T. A. in Baumgartner, R. (1978). Factors affecting response rates to mailed questionnaires: A quantitative analysis of the published literature. *American Sociological Review*, 43(4), 447–462.
57. Heerwegh, Dirk in Loosveldt, Geert. (2008). Face-to-Face versus Web Surveying in a High-Internet-Coverage Population: Differences in Response Quality. *Public Opinion Quarterly*, 72(5), 836–846. Pridobljeno 20. januarja 2019 prek: <https://academic.oup.com/poq/article/72/5/836/1832303>
58. Hubbard, Raymond in Little, L. Eldon. (1988). Promised contributions to charity and mail survey responses: Replication with extension. *Public Opinion Quarterly*, 52(2), 223–230.
59. Israel, D. Glenn. (2012). Combining Mail and E-Mail Contacts to Facilitate Participation in Mixed-Mode Surveys. *Social Science Computer Review*, 31(3), 46–58.
60. Jäckle, Annette, Lynn, Peter in Burton, Jonathan. (2015). Going Online with a Face-to-Face Household Panel: Effects of a Mixed Mode Design on Item and Unit Non-Response. *Survey Research Methods*, 9(1), 57–70.
61. Kalton, Graham in Vehovar, Vasja. (2001). *Vzorčenje v anketah*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
62. Kaplowitz, Michael D., Hadlock, Timothy in Levine, Ralph. (2004). A Comparison of Web and Mail Survey Response Rates. *Public Opinion Quarterly*. Pridobljeno 5. novembra 2018 prek <https://academic.oup.com/poq/article-pdf/68/1/94/5248155/nfh006.pdf>
63. Kaplowitz, Michael, Lupi F., Couper P., Mick in Thorp, L. (2012). The Effect of Invitation Design on Web Survey Response Rates. *Social Science Computer Review*, 30(3), 339–349.
64. Kennet, Joel, Gfroerer, Joe, Bowman, K. R., Martin, P. C. in Cunningham, D. (2005). Introduction of an incentive and its effects on response rates and costs in NSDUH. V

- J. Kennet in J. Gfroerer (ur.), *Evaluating and improving methods used in the National Survey on Drug Use and Health* (HHS Publication No. SMA 05-4044, Methodology Series M-5, pp. 7–18). Rockville, MD: Substance Abuse and Mental Health Services Administration, Office of Applied Studies.
65. Korkeila, K., Suominen, S., Ahvanainen, J., Ojanlatva, A., Rautava, P., Helenius, H. in Koskenvuo, M. (2001). Non-response and related factors in a nation-wide health survey. *European Journal of Epidemiology*, 17(11), 991–999.
  66. Kretschmer, Sara in Müller, Gerrit. (2017). The wave 6 NEPS adult study incentive experiment. *Methods, data, analyses: a journal for quantitative methods and survey methodology*, 11(1), 7–28. Pridobljeno 22. januar 2019 prek: [https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/50211/ssoar-mda-2017-1-kretschmer\\_et\\_al-The\\_wave\\_6\\_NEPS\\_adult.pdf?sequence=1](https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/50211/ssoar-mda-2017-1-kretschmer_et_al-The_wave_6_NEPS_adult.pdf?sequence=1)
  67. Kreuter, Frauke. (2012). Facing the Nonresponse Challenge. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 645(1), 23–35.
  68. Kropf M. in Blair, J. (2005). Testing Theories of Survey Cooperation: Incentives, Self-Interest and Norms of Cooperation. *Evaluation Review*, 29(6), 559–575.
  69. Lambert, Felix M., Burchett E., Helen in Edwards J., Phil. (2010). Factorial trial found mixed evidence of effects of pre-notification and pleading on response to Web-based survey. *Journal of Clinical Epidemiology*, 64(5), 531–536.
  70. LaRose, Robert in Tsai, Hsin-yi Sandy. (2014). Completion rates and non-response error in online surveys: Comparing sweepstakes and pre-paid cash incentives in studies of online behavior. *Computers in Human Behavior*, 34, 110–119.
  71. Lipps, Oliver. (2010). Effects of Different Incentives on Attrition and Fieldwork Effort in Telephone Household Panel Survey. *Survey Research Methods*, 4(2), 81–90. Pridobljeno 27. decembra 2018 prek: [https://www.researchgate.net/publication/260399266\\_Effects\\_of\\_Different\\_Incentives\\_on\\_Attrition\\_and\\_Fieldwork\\_Effort\\_in\\_Telephone\\_Household\\_Panel\\_Surveys](https://www.researchgate.net/publication/260399266_Effects_of_Different_Incentives_on_Attrition_and_Fieldwork_Effort_in_Telephone_Household_Panel_Surveys)
  72. Lozar Manfreda, Katja in Vehovar, Vasja. (2008). Internet Surveys. V de Leeuw D., Edith, Hox J., J. in Dillman A., Don A. (ur.), *International Handbook of Survey Methodology* (str. 264–384). New York, London: Erlbaum
  73. Lozar Manfreda, Katja in Vehovar, Vasja. (2004). *Survey Design Features Response Rates in Web Surveys*. Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani. Pridobljeno 29. decembra 2018 prek: [http://www.websm.org/uploadi/editor/Lozar\\_Vehovar\\_2001\\_Survey\\_design.pdf](http://www.websm.org/uploadi/editor/Lozar_Vehovar_2001_Survey_design.pdf)
  74. Lozar Manfreda, Katja, Bosnja, Michael, Berzelak, Jernej, Haas, Iris in Vehovar, Vasja. (2008). Web surveys versus other survey modes. *International Journal of Market Research* 50:79.
  75. Lozar Manfreda, Katja, Vehovar, Vasja in Batagelj, Zenel. (2001). Web versus Mail Questionnaire for an Institutional Survey. V A. Westlake, W. Sykes, T. Manners in M. Riggs (ur.), *The Challenge of the Internet: Proceeding of the 2ns ASC International*

- Conference on Survey Research Methods*. Berkeley, VB: Association for Survey Computing.
76. Lozar Manfreda, Katja. (2001). *Web survey errors*. Doktorska disertacija. Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani.
  77. Millar, M. Morgan in Dillman A., Don. (2011). Improving response to web and mixed-mode surveys. *Public Opinion Quarterly*, 75(2), 249–269. Pridobljeno 29. decembra 2018 prek: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.468.2622&rep=rep1&type=pdf>
  78. Nacionalni inštitut za javno zdravje (2014). *Osebna izkaznica*. Pridobljeno 13.7.2019 prek: <https://www.nijz.si/sl/nijz/predstavitev/osebna-izkaznica>
  79. Newberry, G. Milton in Israel D., Glenn. (2017). Comparing Two Web/Mail Mixed-mode Contact Protocols to a Unimode Mail Survey. *Field Methods*, 29(3), 281–298. Pridobljeno 28. decembra 2018 prek: <http://pdec.ifas.ufl.edu/satisfaction/articles/Newberry%20and%20Israel%20-%20Field%20Methods%202017.pdf>
  80. O'Neil, M. Kevin in Penrod, D. Steven. (2001). Methodological variables in Web-based research that may affect results: Sample type, monetary incentives, and personal information. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 33(2), 226–233.
  81. Porter R. Stephen in Whitcomb E., Michael. (2003). The impact of contact type on web survey response rates. *Public Opinion Quarterly*, 67, 579–588
  82. Porter, R. Stephen. (2004). Raising response rates: What works? *New Directions for Institutional Research*, 121(5).
  83. Roberts, PJ, Roberts, C., Sibbald, B. in Torgenson, DJ. (2000). The effect of a direct payment or lottery on questionnaire response rates: a randomised controlled trial. *Journal of epidemiology and community health*, 54, 71–72.
  84. Rogers, A., Murtaugh, M.A., Edwards, S. in Slattery, M.L. (2004). Contacting Controls: Are We Working Harder For Similar Response Rates, and Does it Make a Difference? *American Journal of Epidemiology*, 160(1), 85–90. Pridobljeno 20. januarja 2019 prek <https://academic.oup.com/aje/article/160/1/85/107250>
  85. Roose, H., Lievens, J. in Waage, H. (2007). The joint effect of topic interest and follow-up procedures on the response in a mail questionnaire. *Sociological Methods and Research*, 35, 410–428.
  86. Salant, Priscilla in Dillman, A. Don. (1994) How to conduct your own survey. *Journal of Marketing Research*, 33(1). New York: Wiley.
  87. Sauermann, Henry in Roach, Michael. (2012). Increasing web survey response rates in innovation research: An experimental study of static and dynamic contact design features. *Research Policy*, 42(1), 273–286.
  88. Schaefer, R. David in Dillman A., Don. (2001). Development of a Standard E-Mail Methodology: Results of a experiment. *Public Opinion Quarterly*, 62(3). Pridobljeno 28. decembra 2018 prek:



- [https://www.researchgate.net/publication/31401780\\_Development\\_of\\_a\\_Standard\\_E-Mail\\_Methodology\\_Results\\_of\\_an\\_Experiment](https://www.researchgate.net/publication/31401780_Development_of_a_Standard_E-Mail_Methodology_Results_of_an_Experiment)
89. Scheuren, Fritz. (2004). What is a Survey? Alexandria, VA: *American Statistical Association*. Pridobljeno 27. novembra 2018 prek <https://www.whatisasurvey.info/chapters/chapter1.html>
  90. Sheehan, Kim Bartel. (2001). E-mail Survey Response Rates: A Review. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 6(2).
  91. Shih, Tse-Hua in Fan, Xitao. (2008). Comparing response rates from web and mail surveys: A meta-analysis. *Field Methods*, 20, 249–71.
  92. Singer, Eleanor, Hoewyk Van, John, Gebler, Nancy, Raghunathan, Trivellore in McGonagle, Katherine. (1999). The Effect of Incentives on Response Rates in Interviewer-Mediated Surveys. *Journal of Official Statistics*, 15(2), 217–230.
  93. Singer, Eleanor. (2006). Introduction: Nonresponse Bias in Household Surveys. *Public Opinion Quarterly*, 70(5), 637–645.
  94. Smyth, D. Jolene, Dillman, A. Don, Christian, Leah Melanie in O'Neil, C. Allison. (2010). Using the Internet to survey small towns and communities: Limitations and possibilities in the early 21st century. *American Behavioral Scientist*, 53(9), 1423–1448.
  95. Tai, Xiaocen, Smith M., Allana, McGeer J., Alison, Dube, Eve, Holness Linn, Dorothy, Katz, Kevin, McGillis Hall, Linda, McNeil A., Shelly, Powis, Jeff in Coleman L., Brenda. (2018). *Comparison of response rates on invitation mode of a web-based survey on influenza vaccine adverse events among healthcare workers: a pilot study*. Pridobljeno 27. decembra 2018 prek: [https://www.researchgate.net/publication/325891818\\_Comparison\\_of\\_response\\_rates\\_on\\_invitation\\_mode\\_of\\_a\\_web-based\\_survey\\_on\\_influenza\\_vaccine\\_adverse\\_events\\_among\\_healthcare\\_workers\\_A\\_pilot\\_study](https://www.researchgate.net/publication/325891818_Comparison_of_response_rates_on_invitation_mode_of_a_web-based_survey_on_influenza_vaccine_adverse_events_among_healthcare_workers_A_pilot_study)
  96. Thomas, Susan J. (2004). *Using Web and Paper Questionnaires for Data-Based Decision Making: From design to Interpretation of the results*. Thousand Oaks: Crowin press.
  97. Tjønneland, Anne, Olsen, Anja, Boll, Katja, Stripp, Connie, Christensen, Jane, Engholm, Gerda in Overvad, Kim. (2007). Study design, exposure variables, and socioeconomic determinants of participation in Diet, Cancer and Health: A population-based prospective cohort study of 57,053 men and women in Denmark. *Scandinavian Journal of Public Health*, 35(4), 432–441.
  98. Tourangeau, Roger, Conrad, G. Frederick in Couper, P. Mick. (2013). *The science of web surveys*. Oxford University Press.
  99. Vehovar, Vasja, Katja Lozar Manfreda in Gašper Koren. (2008). Internet Surveys. V Donsbach Wolfgang in Traugott W., Michael (ur.) *The Sage Handbook of Public Opinion Research* (str. 271–283). Los Angeles: Sage.

100. Warriner, Keith, Goyder, John, Gjesten, Heidi, Hohner, Paula in McSpurren, Kathleen. (1996). Charities, No; Lotteries, No; Cash, Yes: Main Effects and Interactions in a Canadian Incentives Experiment. *Public Opinion Quarterly*, 60, 542-562.
101. Zillman, Doreen, Schmitz, Andreas, Skopek, Jan in Blossfeld, Hans-Peter. (2014). Survey topic and unit nonresponse. *Quality and Quantity*, 48(4), 2069–2088.

## **PRILOGE**

## **KAZALO PRILOG**

Priloga 1: Pisma v raziskavi ATADD .....	3
Priloga 1.1: Obvestilno pismo – pomlad .....	3
Priloga 1.2: Obvestilno pismo – jesen .....	5
Priloga 1.3: Prvi opomnik – pomlad .....	7
Priloga 1.4: Prvi opomnik – jesen .....	9
Priloga 1.5: Drugi opomnik – pomlad .....	11
Priloga 1.6: Drugi opomnik – jesen .....	13
Priloga 2: SPSS izračuni .....	15
Priloga 3: Prvi odzivi po sociodemografskih skupinah na obvestilno pismo .....	21

# Priloga 1: Pisma v raziskavi ATADD

## Priloga 1.1: Obvestilno pismo – pomlad



Nacionalna raziskava o tobaku, alkoholu  
in drugih drogah – ATADD 2018

«ime» «priimek»  
«ul\_ime» «hs\_dod»  
«pt\_id» «pt\_ime»

Ljubljana, 4. april 2018

Spoštovani!

Na Nacionalnem inštitutu za javno zdravje izvajamo raziskavo o tobaku, alkoholu in nekaterih drugih drogah med prebivalci Slovenije. Namen raziskave je oceniti razširjenost uporabe tobaka, alkohola in raznih drog med prebivalci Slovenije, ter raziskati povezavo med določenimi lastnostmi ljudi in uporabo dovoljenih in nedovoljenih drog. V Sloveniji se raziskava izvaja drugič; prva je bila izvedena v letih 2011/12. Enako raziskavo izvajajo tudi druge članice Evropske unije, zato bodo njeni izsledki mednarodno primerljivi.

Raziskava bo potekala v obliki spletne ankete na vzorcu prebivalcev Slovenije, starih od 15 do 64 let. Vanjo ste bili na podlagi verjetnostnega vzorčenja izbrani tudi vi. Čeprav je vaše sodelovanje v anketi prostovoljno, vas prosimo, da odgovarjate na vprašanja, saj vas ne moremo nadomestiti z drugo osebo. Vaše sodelovanje je zato za uspeh raziskave nadvse pomembno. Z njim boste bistveno prispevali h kakovosti zbranih podatkov in k zanesljivosti njenih izsledkov v Sloveniji.

Na anketo lahko odgovarjate preko spleta: <https://anketa.nijz.si/atadd>




Za dostop do ankete potrebujete naslednje geslo: «geslo»

Na vprašanja lahko odgovarja samo oseba, na katero je naslovljeno to obvestilno pismo. Če ste stari od 15 do 17 let, potem prosimo tudi vaše starše, da vam dovolijo sodelovati v raziskavi.

Vsi podatki, zbrani s to raziskavo, bodo popolnoma zaupni in skrbno varovani v skladu z Zakonom o varstvu osebnih podatkov (Uradni list RS, št. 94/2007). Uporabljali se bodo izključno v statistične namene (objavljeni bodo le v obliki skupnih, združenih podatkov in ne v obliki individualnih rezultatov) v skladu z Zakonom o državni statistiki (Uradni list RS, št. 45/1995 in št. 9/2001) in Letnim programom statističnih raziskovanj (Uradni list RS, št. 66/2017). Izsledki raziskave bodo objavljeni na spletnih straneh Nacionalnega inštituta za javno zdravje.

Če imate v zvezi z raziskavo kakršnokoli vprašanje, vas prosimo, da se obrnete na Nacionalni inštitut za javno zdravje na telefonsko številko 01 2441 525 ali pišete na naslov [raziskave@nijz.si](mailto:raziskave@nijz.si).

Vnaprej se vam zahvaljujemo za sodelovanje in vas lepo pozdravljamo!

  
Nina Pirnat, dr. med., spec.  
direktorica NIJZ



#### Kaj je namen raziskave?

- Namen Nacionalne raziskave o tobaku, alkoholu in drugih drogah (ATADD) je oceniti, kako razširjena je uporaba tobaka, alkohola in nekaterih drugih drog med prebivalci Slovenije, ter raziskati povezavo med določenimi lastnostmi posameznikov in uporabo dovoljenih in nedovoljenih drog.
- Ugotovitve raziskave bodo v oporo načrtovanju zdravstvene politike in dejavnosti na področju tobaka, alkohola, nekaterih drugih drog in nekemičnih odvisnosti v Sloveniji in Evropski uniji.
- Ni pravih ali napačnih odgovorov – samo priložnost sodelovati in sooblikovati našo prihodnost.

#### Kako ste bili v vzorec izbrani prav vi?

- V vzorec ste bili izbrani naključno kot eden izmed prebivalcev Slovenije, starih od 15 do 64 let.
- Izbrani ste bili po verjetnostni metodi, zato vas ne moremo nadomestiti z drugo osebo.
- Vzorec je pripravil Statistični urad RS, skladno z Zakonom o državni statistiki.

#### Ali je zagotovljena zaupnost zbranih podatkov?

- Da. Zbrani podatki bodo uporabljeni samo za raziskovalne namene. To pomeni, da bodo objavljeni le skupni rezultati (združeni podatki), podobno kot je prikazano spodaj. Posamezne osebe iz takega prikaza ni mogoče prepoznati.
- Vsak vprašalnik ima naključno izbrano številko, ki pomeni vašo kodo. Dostop do povezave med kodo in vašimi podatki ima le nekaj pooblaščenih oseb, ki raziskavo vodijo in so tudi pravno odgovorne za varovanje vaših podatkov. Po zaključku zbiranja podatkov bodo podatki o identiteti vseh sodelujočih uničeni.

#### Kako boste odgovarjali?

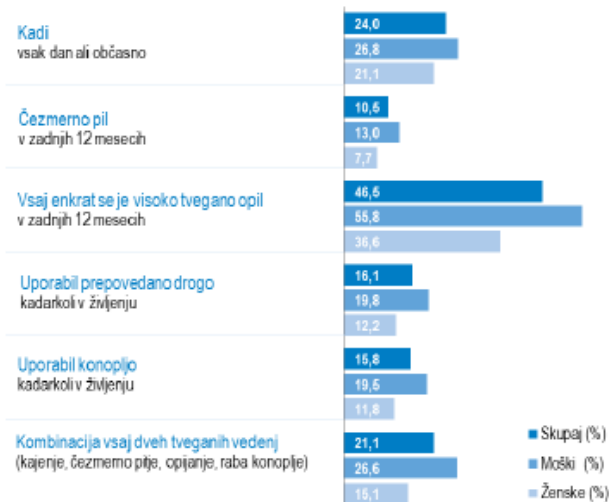
- Vprašanja smo pripravili tako, da je nanje enostavno odgovoriti.
- Na vprašanja boste odgovarjali preko spleta. Vprašalnik je dostopen na spletni strani <https://anketa.nijz.si/atadd>.

#### Kdo izvaja raziskavo?

- Pri raziskavi sodelujejo raziskovalci z Nacionalnega inštituta za javno zdravje.

#### Nekaj izsledkov Nacionalne raziskave o tobaku, alkoholu in drugih drogah 2011/12

Razširjenost uporabe tobaka, alkohola in prepovedanih drog med prebivalci Slovenije, starimi 15–64 let, skupaj in po spolu



Med prebivalci Slovenije, starimi 15–64 let, vsak četrti kadi tobak, vsak deseti pije alkoholne pijače v čezmernih količinah in vsak drugi se je v zadnjem letu vsaj enkrat visoko tvegano opil. Vsak šesti je vsaj enkrat v življenju uporabil katero izmed prepovedanih drog ali novo psihoaktivno snov. Najbolj razširjena prepovedana droga je konoplja, sledijo ji ekstazi ali amfetamin, kokain in heroin. Vsak peti uporablja kakršnokoli kombinacijo tobaka, alkohola (čezmerno pitje, opijanje) ali konoplje. Več moških kot žensk kadi ali čezmerno pije ali se opija ali uporablja prepovedane droge oziroma uporablja kombinacije vsaj dveh tveganih vedenj.

- a) Visoko tvegano opijanje je pitje šestih meric alkohola ali več ob eni priložnosti za moške in štirih meric alkohola ali več ob eni priložnosti za ženske.  
b) Uporaba tobaka, alkohola in konoplje v kombinacijah je lahko potekala istočasno ob eni priložnosti ali pa ob različnih priložnostih.

#### Kje bodo objavljeni izsledki te raziskave?

Izsledke bomo objavili na spletni strani Nacionalnega inštituta za javno zdravje ([www.nijz.si](http://www.nijz.si)).

Ker predstavljate vam podobne prebivalce Slovenije, je vaše sodelovanje za uspeh raziskave zelo pomembno.

**ZA SODELOVANJE SE VAM VNAPREJ NAILEPŠE ZAHVALJUJEMO!**

## Priloga 1.2: Obvestilno pismo – jesen



Nacionalna raziskava o tobaku, alkoholu  
in drugih drogah – ATADD 2018

«ime» «priimek»  
«ul\_ime» «hs\_dod»

«pt\_id» «pt\_ime»

Ljubljana, avgust 2018

Spoštovani!

Na Nacionalnem inštitutu za javno zdravje izvajamo raziskavo o tobaku, alkoholu in nekaterih drugih drogah med prebivalci Slovenije. Namen raziskave je oceniti razširjenost uporabe tobaka, alkohola in raznih drog med prebivalci Slovenije, ter raziskati povezavo med določenimi lastnostmi ljudi in uporabo dovoljenih in nedovoljenih drog. V Sloveniji se raziskava izvaja drugič; prva je bila izvedena v letih 2011/12. Enako raziskavo izvajajo tudi druge članice Evropske unije, zato bodo njeni izsledki mednarodno primerljivi.

Raziskava bo potekala v obliki spletne ankete na vzorcu prebivalcev Slovenije, starih od 15 do 64 let. Vanjo ste bili na podlagi verjetnostnega vzorčenja izbrani tudi vi. Čeprav je vaše sodelovanje v anketi prostovoljno, vas prosimo, da odgovarjate na vprašanja, saj vas ne moremo nadomestiti z drugo osebo. Vaše sodelovanje je zato za uspeh raziskave nadvse pomembno. Z njim boste bistveno prispevali h kakovosti zbranih podatkov in k zanesljivosti njenih izsledkov v Sloveniji.

Na anketo lahko odgovarjate preko spleta: <https://anketa.nijz.si/atadd>



Za dostop do ankete potrebujete naslednje geslo: «geslo»

Na vprašanja lahko odgovarja samo oseba, na katero je naslovljeno to obvestilno pismo. Če ste stari od 15 do 17 let, potem prosimo tudi vaše starše, da vam dovolijo sodelovati v raziskavi.

Če boste v celoti odgovorili na anketni vprašalnik, boste vključeni v nagradno žrebanje za denarne nagrade. Pripravili smo tri nagrade v vrednosti 300 evrov in enajst nagrad v vrednosti 100 evrov. Žrebanje nagrad bomo opravili po koncu raziskave, imena nagrajencev pa objavili na spletni strani Nacionalnega inštituta za javno zdravje [www.nijz.si](http://www.nijz.si).

Če imate v zvezi z raziskavo kakršnokoli vprašanje, vas prosimo, da se obrnete na Nacionalni inštitut za javno zdravje na telefonsko številko 01 2441 422 ali pišete na naslov [raziskave@nijz.si](mailto:raziskave@nijz.si).

Vnaprej se vam zahvaljujemo za sodelovanje in vas lepo pozdravljamo!

  
Nina Pirnat, dr. med., spec.  
direktorica NIJZ



#### Kaj je namen raziskave?

- Namen Nacionalne raziskave o tobaku, alkoholu in drugih drogah (ATADD) je oceniti, kako razširjena je uporaba tobaka, alkohola in nekaterih drugih drog med prebivalci Slovenije, ter raziskati povezavo med določenimi lastnostmi posameznikov in uporabo dovoljenih in nedovoljenih drog.
- Ugotovitve raziskave bodo v oporo načrtovanju zdravstvene politike in dejavnosti na področju tobaka, alkohola, nekaterih drugih drog in nekemičnih odvisnosti v Sloveniji in Evropski uniji.

#### Kako ste bili v vzorec izbrani prav vi?

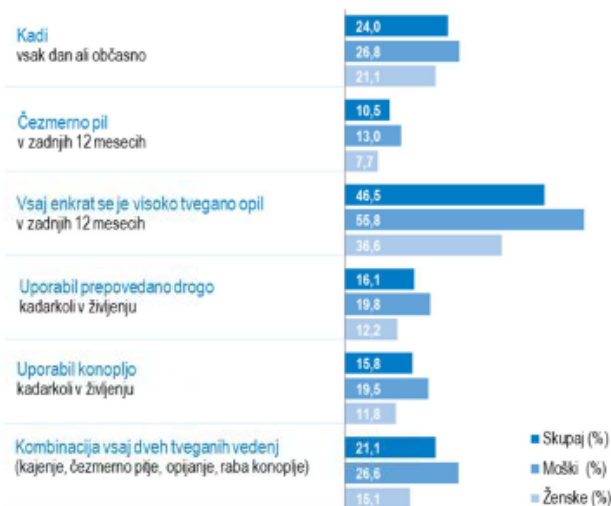
- V vzorec ste bili izbrani naključno kot eden izmed prebivalcev Slovenije, starih od 15 do 64 let.
- Izbrani ste bili po verjetnostni metodi, zato vas ne moremo nadomestiti z drugo osebo.
- Vzorec je pripravil Statistični urad RS, skladno z Zakonom o državni statistiki.

#### Ali je zagotovljena zaupnost zbranih podatkov?

- Vsi podatki, zbrani s to raziskavo, bodo **popolnoma zaupni** in skrbno varovani v skladu z Zakonom o varstvu osebnih podatkov (Uradni list RS, št. 67/07) in Splošno uredbo o varstvu podatkov (EU 2016/679). Uporabljali se bodo izključno v **statistične namene** (objavljeni bodo le v obliki skupnih, združenih podatkov in ne v obliki individualnih rezultatov) v skladu z Zakonom o državni statistiki (Uradni list RS, št. 45/1995 in št. 9/2001) in Letnim programom statističnih raziskovanj (Uradni list RS, št. 66/2017).
- NIJZ varovanju osebnih podatkov namenja posebno pozornost in upošteva vso veljavno zakonodajo na tem področju. Objavljeni bodo le skupni rezultati (združeni podatki), podobno kot je prikazano spodaj. Posamezne osebe iz takega prikaza ni mogoče prepoznati.
- Vsak vprašalnik ima naključno izbrano številko, ki pomeni vašo kodo. Dostop do povezave med kodo in vašimi podatki ima le nekaj pooblaščenih oseb, ki raziskavo vodijo in so tudi pravno odgovorne za varovanje vaših podatkov. Po zaključku zbiranja podatkov bodo podatki o identiteti vseh sodelujočih uničeni. Vsa morebitna vprašanja v zvezi z varstvom osebnih podatkov lahko naslovite na [vop@nijz.si](mailto:vop@nijz.si).

#### Nekaj izsledkov Nacionalne raziskave o tobaku, alkoholu in drugih drogah 2011/12

Razširjenost uporabe tobaka, alkohola in prepovedanih drog med prebivalci Slovenije, starimi 15–64 let, skupaj in po spolu



Med prebivalci Slovenije, starimi 15–64 let, vsak četrti kadi tobak, vsak deseti pije alkoholne pijače v čezmernih količinah in vsak drugi se je v zadnjem letu vsaj enkrat visoko tvegano opil. Vsak šesti je vsaj enkrat v življenju uporabil katero izmed prepovedanih drog ali novo psihoaktivno snov. Najbolj razširjena prepovedana droga je konoplja, sledijo ji ekstazi ali amfetamin, kokain in heroin. Vsak peti uporablja kakršnokoli kombinacijo tobaka, alkohola (čezmerno pitje, opijanje) ali konoplje. Več moških kot žensk kadi ali čezmerno pije ali se opija ali uporablja prepovedane droge oziroma uporablja kombinacije vsaj dveh tveganih vedenj.

- a) Visoko tvegano opijanje je pitje šestih meric alkohola ali več ob eni priložnosti za moške in štirih meric alkohola ali več ob eni priložnosti za ženske.  
b) Uporaba tobaka, alkohola in konoplje v kombinacijah je lahko potekala istočasno ob eni priložnosti ali pa ob različnih priložnostih.

#### Kje bodo objavljeni izsledki te raziskave?

Izsledke bomo objavili na spletni strani Nacionalnega inštituta za javno zdravje ([www.nijz.si](http://www.nijz.si)).

Ker predstavljate vam podobne prebivalce Slovenije, je vaše sodelovanje za uspeh raziskave zelo pomembno.

ZA SODELOVANJE SE VAM VNAPREJ NAJLEPŠE ZAHVALJUJEMO!



## Priloga 1.3: Prvi opomnik – pomlad



Nacionalni inštitut  
za javno zdravje

### Nacionalna raziskava o tobaku, alkoholu in drugih drogah – ATADD 2018

«ime» «priimek»  
«ul\_ime» «hs\_dod»

«pt\_id» «pt\_ime»

Ljubljana, 12. april 2018

Spoštovani!

Dovolite, da vas ponovno prosimo za sodelovanje v Nacionalni raziskavi o tobaku, alkoholu in drugih drogah 2018.

Raziskava poteka v obliki spletne ankete na vzorcu prebivalcev Slovenije, starih od 15 do 64 let. Na podlagi verjetnostnega vzorčenja ste bili mednje izbrani tudi vi. Vprašanja v raziskavi se nanašajo na uporabo tobaka, alkohola, drugih drog, nekaterih zdravil, pa tudi na uporabo konoplje v zdravstvene namene ter na nekatere prostočasne dejavnosti.

Ker je vaše sodelovanje zelo pomembno, vas ponovno vabimo, da izpolnite vprašalnik na spletu.

Na anketo lahko odgovarjate preko spleta: <https://anketa.nijz.si/atadd>




Za dostop do ankete potrebujete naslednje geslo: «geslo»

Na vprašanja lahko odgovarja samo oseba, na katero je naslovljeno to obvestilno pismo. Če ste stari od 15 do 17 let, potem prosimo tudi vaše starše, da vam dovolijo sodelovati v raziskavi.

Če boste v celoti odgovorili na anketni vprašalnik, boste vključeni v nagradno žrebanje za denarne nagrade. Pripravili smo tri nagrade v vrednosti 300 evrov in enajst nagrad v vrednosti 100 evrov. Žrebanje nagrad bomo opravili po koncu raziskave, imena nagrajencev pa objavili na spletni strani Nacionalnega inštituta za javno zdravje [www.nijz.si](http://www.nijz.si).

Če imate v zvezi z raziskavo kakršnokoli vprašanje, vas prosimo, da se obrnete na Nacionalni inštitut za javno zdravje na telefonsko številko 01 2441 525 ali pišete na naslov [raziskave@nijz.si](mailto:raziskave@nijz.si).

Vnaprej se vam zahvaljujemo za sodelovanje! V kolikor ste v vmesnem času vprašalnik že izpolnili, se vam za sodelovanje najlepše zahvaljujemo. V skrbi za vaše zdravje vas pristrčno pozdravljamo!

  
Nina Pirnat, dr. med., spec.  
direktorica NIJZ



#### Kaj je namen raziskave?

- Namen Nacionalne raziskave o tobaku, alkoholu in drugih drogah (ATADD) je oceniti, kako razširjena je uporaba tobaka, alkohola in nekaterih drugih drog med prebivalci Slovenije, ter raziskati povezavo med določenimi lastnostmi posameznikov in uporabo dovoljenih in nedovoljenih drog.
- Ugotovitve raziskave bodo v oporo načrtovanju zdravstvene politike in dejavnosti na področju tobaka, alkohola, nekaterih drugih drog in nekemičnih odvisnosti v Sloveniji in Evropski uniji.
- Ni pravih ali napačnih odgovorov – samo priložnost sodelovati in sooblikovati našo prihodnost.

#### Kako ste bili v vzorec izbrani prav vi?

- V vzorec ste bili izbrani naključno kot eden izmed prebivalcev Slovenije, starih od 15 do 64 let.
- Izbrani ste bili po verjetnostni metodi, zato vas ne moremo nadomestiti z drugo osebo.
- Vzorec je pripravil Statistični urad RS, skladno z Zakonom o državni statistiki.

#### Ali je zagotovljena zaupnost zbranih podatkov?

- Da. Zbrani podatki bodo uporabljeni samo za raziskovalne namene. To pomeni, da bodo objavljeni le skupni rezultati (združeni podatki), podobno kot je prikazano spodaj. Posamezne osebe iz takega prikaza ni mogoče prepoznati.
- Vsak vprašalnik ima naključno izbrano številko, ki pomeni vašo kodo. Dostop do povezave med kodo in vašimi podatki ima le nekaj pooblaščenih oseb, ki raziskavo vodijo in so tudi pravno odgovorne za varovanje vaših podatkov. Po zaključku zbiranja podatkov bodo podatki o identiteti vseh sodelujočih uničeni.

#### Kako boste odgovarjali?

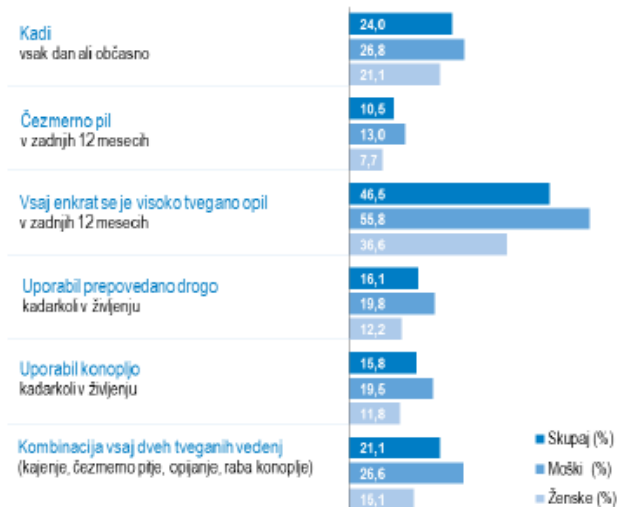
- Vprašanja smo pripravili tako, da je nanje enostavno odgovoriti.
- Izpolnjevanje vprašalnika traja približno 30 minut.
- Vprašalnik je dostopen na spletni strani: <https://anketa.nijz.si/atadd>.

#### Kdo izvaja raziskavo?

- Pri raziskavi sodelujejo raziskovalci z Nacionalnega inštituta za javno zdravje.

#### Nekaj izsledkov Nacionalne raziskave o tobaku, alkoholu in drugih drogah 2011/12

Razširjenost uporabe tobaka, alkohola in prepovedanih drog med prebivalci Slovenije, starimi 15–64 let, skupaj in po spolu



Med prebivalci Slovenije, starimi 15–64 let, vsak četrti kadi tobak, vsak deseti pije alkoholne pijače v čezmernih količinah in vsak drugi se je v zadnjem letu vsaj enkrat visoko tvegano opil. Vsak šesti je vsaj enkrat v življenju uporabil katero izmed prepovedanih drog ali novo psihoaktivno snov. Najbolj razširjena prepovedana droga je konoplja, sledijo ji ekstazi ali amfetamin, kokain in heroin. Vsak peti uporablja kakršnokoli kombinacijo tobaka, alkohola (čezmerno pitje, opijanje) ali konoplje. Več moških kot žensk kadi ali čezmerno pije ali se opija ali uporablja prepovedane droge oziroma uporablja kombinacije vsaj dveh tveganih vedenj.

- a) Visoko tvegano opijanje je pitje šestih meric alkohola ali več ob eni priložnosti za moške in štirih meric alkohola ali več ob eni priložnosti za ženske.  
b) Uporaba tobaka, alkohola in konoplje v kombinacijah je lahko potekala istočasno ob eni priložnosti ali pa ob različnih priložnostih.

#### Kje bodo objavljeni izsledki te raziskave?

Izsledke bomo objavili na spletni strani Nacionalnega inštituta za javno zdravje ([www.nijz.si](http://www.nijz.si)).

Ker predstavljate vam podobne prebivalce Slovenije, je vaše sodelovanje za uspeh raziskave zelo pomembno.

ZA SODELOVANJE SE VAM VNAPREJ NAJLEPŠE ZAHVALJUJEMO!

## Priloga 1.4: Prvi opomnik – jesen



### Nacionalna raziskava o tobaku, alkoholu in drugih drogah – ATADD 2018

«ime» «priimek»  
«ul\_ime» «hs\_dod»

«pt\_id» «pt\_ime»

Ljubljana, september 2018

Spoštovani!

Dovolite, da vas ponovno prosimo za sodelovanje v Nacionalni raziskavi o tobaku, alkoholu in drugih drogah 2018.

Raziskava poteka v obliki spletne ankete na vzorcu prebivalcev Slovenije, starih od 15 do 64 let. Na podlagi verjetnostnega vzorčenja ste bili mednje izbrani tudi vi. Vprašanja v raziskavi se nanašajo na uporabo tobaka, alkohola, drugih drog, nekaterih zdravil, pa tudi na uporabo konoplje v zdravstvene namene ter na nekatere prostočasne dejavnosti.

Ker je vaše sodelovanje zelo pomembno, vas ponovno vabimo, da izpolnite vprašalnik na spletu.

Na anketo lahko odgovarjate preko spleta: <https://anketa.nijz.si/atadd>




Za dostop do ankete potrebujete naslednje geslo: «geslo»

Na vprašanja lahko odgovarja samo oseba, na katero je naslovljeno to obvestilno pismo. Če ste stari od 15 do 17 let, potem prosimo tudi vaše starše, da vam dovolijo sodelovati v raziskavi.

Če boste v celoti odgovorili na anketni vprašalnik, boste vključeni v nagradno žrebanje za denarne nagrade. Pripravili smo tri nagrade v vrednosti 300 evrov in enajst nagrad v vrednosti 100 evrov. Žrebanje nagrad bomo opravili po koncu raziskave, imena nagrajencev pa objavili na spletni strani Nacionalnega inštituta za javno zdravje [www.nijz.si](http://www.nijz.si).

Če imate v zvezi z raziskavo kakršnokoli vprašanje, vas prosimo, da se obrnete na Nacionalni inštitut za javno zdravje na telefonsko številko 01 2441 422 ali pišete na naslov [raziskave@nijz.si](mailto:raziskave@nijz.si).

Vnaprej se vam zahvaljujemo za sodelovanje! V kolikor ste v vmesnem času vprašalnik že izpolnili, se vam za sodelovanje najlepše zahvaljujemo. V skrbi za vaše zdravje vas prisrčno pozdravljamo!

  
Nina Pirnat, dr. med., spec.  
direktorica NIJZ



#### Kaj je namen raziskave?

- Namen Nacionalne raziskave o tobaku, alkoholu in drugih drogah (ATADD) je oceniti, kako razširjena je uporaba tobaka, alkohola in nekaterih drugih drog med prebivalci Slovenije, ter raziskati povezavo med določenimi lastnostmi posameznikov in uporabo dovoljenih in nedovoljenih drog.
- Ugotovitve raziskave bodo v oporo načrtovanju zdravstvene politike in dejavnosti na področju tobaka, alkohola, nekaterih drugih drog in nekemičnih odvisnosti v Sloveniji in Evropski uniji.

#### Kako ste bili v vzorec izbrani prav vi?

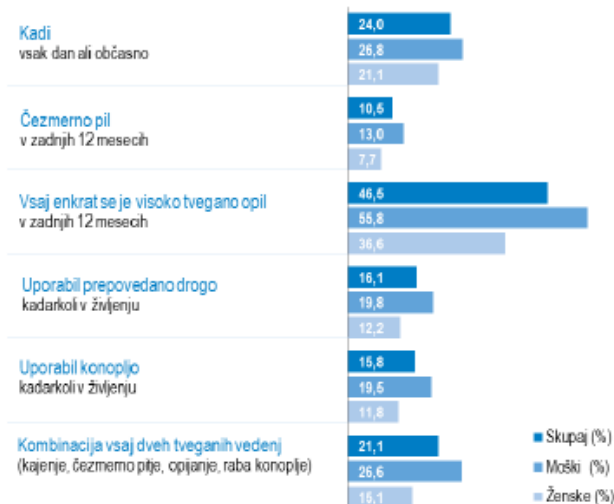
- V vzorec ste bili izbrani naključno kot eden izmed prebivalcev Slovenije, starih od 15 do 64 let.
- Izbrani ste bili po verjetnostni metodi, zato vas ne moremo nadomestiti z drugo osebo.
- Vzorec je pripravil Statistični urad RS, skladno z Zakonom o državni statistiki.

#### Ali je zagotovljena zaupnost zbranih podatkov?

- Vsi podatki, zbrani s to raziskavo, bodo **popolnoma zaupni** in skrbno varovani v skladu z Zakonom o varstvu osebnih podatkov (Uradni list RS, št. 67/07) in Splošno uredbo o varstvu podatkov (EU 2016/679). Uporabljali se bodo izključno v **statistične namene** (objavljeni bodo le v obliki skupnih, združenih podatkov in ne v obliki individualnih rezultatov) v skladu z Zakonom o državni statistiki (Uradni list RS, št. 45/1995 in št. 9/2001) in Letnim programom statističnih raziskovanj (Uradni list RS, št. 66/2017).
- NIJZ varovanju osebnih podatkov namenja posebno pozornost in upošteva vso veljavno zakonodajo na tem področju. Objavljeni bodo le skupni rezultati (združeni podatki), podobno kot je prikazano spodaj. Posamezne osebe iz takega prikaza ni mogoče prepoznati.
- Vsak vprašalnik ima naključno izbrano številko, ki pomeni vašo kodo. Dostop do povezave med kodo in vašimi podatki ima le nekaj pooblaščenih oseb, ki raziskavo vodijo in so tudi pravno odgovorne za varovanje vaših podatkov. Po zaključku zbiranja podatkov bodo podatki o identiteti vseh sodelujočih uničeni. Vsa morebitna vprašanja v zvezi z varstvom osebnih podatkov lahko naslovite na [vop@nijz.si](mailto:vop@nijz.si).

#### Nekaj izsledkov Nacionalne raziskave o tobaku, alkoholu in drugih drogah 2011/12

Razširjenost uporabe tobaka, alkohola in prepovedanih drog med prebivalci Slovenije, starimi 15–64 let, skupaj in po spolu



Med prebivalci Slovenije, starimi 15–64 let, vsak četrty kadi tobak, vsak deseti pije alkoholne pijače v čezmernih količinah in vsak drugi se je v zadnjem letu vsaj enkrat visoko tvegano opil. Vsak šesti je vsaj enkrat v življenju uporabil katero izmed prepovedanih drog ali novo psihoaktivno snov. Najbolj razširjena prepovedana droga je konoplja, sledijo ji ekstazi ali amfetamin, kokain in heroin. Vsak peti uporablja kakršnokoli kombinacijo tobaka, alkohola (čezmerno pitje, opijanje) ali konoplje. Več moških kot žensk kadi ali čezmerno pije ali se opija ali uporablja prepovedane droge oziroma uporablja kombinacije vsaj dveh tveganih vedenj.

- a) Visoko tvegano opijanje je pitje šestih meric alkohola ali več ob eni priložnosti za moške in štirih meric alkohola ali več ob eni priložnosti za ženske.
- b) Uporaba tobaka, alkohola in konoplje v kombinacijah je lahko potekala istočasno ob eni priložnosti ali pa ob različnih priložnostih.

#### Kje bodo objavljeni izsledki te raziskave?

Izsledke bomo objavili na spletni strani Nacionalnega inštituta za javno zdravje ([www.nijz.si](http://www.nijz.si)).

Ker predstavljate vam podobne prebivalce Slovenije, je vaše sodelovanje za uspeh raziskave zelo pomembno.

Z SODELOVANJE SE VAM VNAPREJ NAJLEPŠE ZAHVALJUJEMO!

## Priloga 1.5: Drugi opomnik – pomlad



Nacionalna raziskava o tobaku, alkoholu  
in drugih drogah – ATADD 2018

«ID\_OS»

«ime» «priimek»

«ul\_ime» «hs\_dod»

«pt\_id» «pt\_ime»

Ljubljana, april 2018

Spoštovani!

Na Nacionalnem inštitutu za javno zdravje izvajamo raziskavo o uporabi tobaka, alkohola, drog in nekaterih zdravil. V raziskavo so prvič vključena tudi vprašanja o uporabi konoplje v zdravstvene namene ter nekaterih prostočasnih aktivnostih.

**Ker se na vabilo k izpolnitvi spletne ankete niste odzvali, vas bo v prihodnjih tednih obiskal anketar tržno-raziskovalnega podjetja Ipsos/GfK, da bo z vami opravil osebno anketo. Prosimo vas za sodelovanje!**


Če bi vseeno raje želeli sodelovati v spletni anketi, lahko še vedno izpolnite vprašalnik, do katerega lahko dostopate preko spleta: <https://anketa.nijz.si/atadd>  
Za dostop do ankete potrebujete naslednje geslo: »geslo«

V raziskavo je vključen vzorec prebivalcev Slovenije, starih od 15 do 64 let. Vanj ste bili na podlagi verjetnostnega vzorčenja izbrani tudi vi. Na vprašanja lahko odgovarja samo oseba, na katero je naslovljeno to obvestilno pismo. Če ste stari **od 15 do 17 let**, potem prosimo tudi vaše starše, da vam dovolijo sodelovati v raziskavi.


Če boste v celoti odgovorili na anketni vprašalnik, boste vključeni v nagradno žrebanje za denarne nagrade. Pripravili smo tri nagrade v vrednosti 300 evrov in enajst nagrad v vrednosti 100 evrov. Žrebanje nagrad bomo opravili po koncu raziskave, imena nagrajencev pa objavili na spletni strani Nacionalnega inštituta za javno zdravje [www.nijz.si](http://www.nijz.si).

Če imate v zvezi z raziskavo kakršnokoli vprašanje, vas prosimo, da se obrnete na podjetje Ipsos na telefonsko številko 051/683-904 ali pišete na naslov [officeslovenia@ipsos.com](mailto:officeslovenia@ipsos.com).

Vnaprej se vam zahvaljujemo za sodelovanje! V kolikor ste v vmesnem času vprašalnik že izpolnili, se vam za sodelovanje najlepše zahvaljujemo. V skrbi za vaše zdravje vas pristrčno pozdravljamo!

  
Maša Marošević  
vodja projekta, Ipsos



  
Nina Pirnat, dr. med., spec.  
direktorica NIJZ





## Zdravje v občini - kazalniki zdravja za vsako slovensko občino

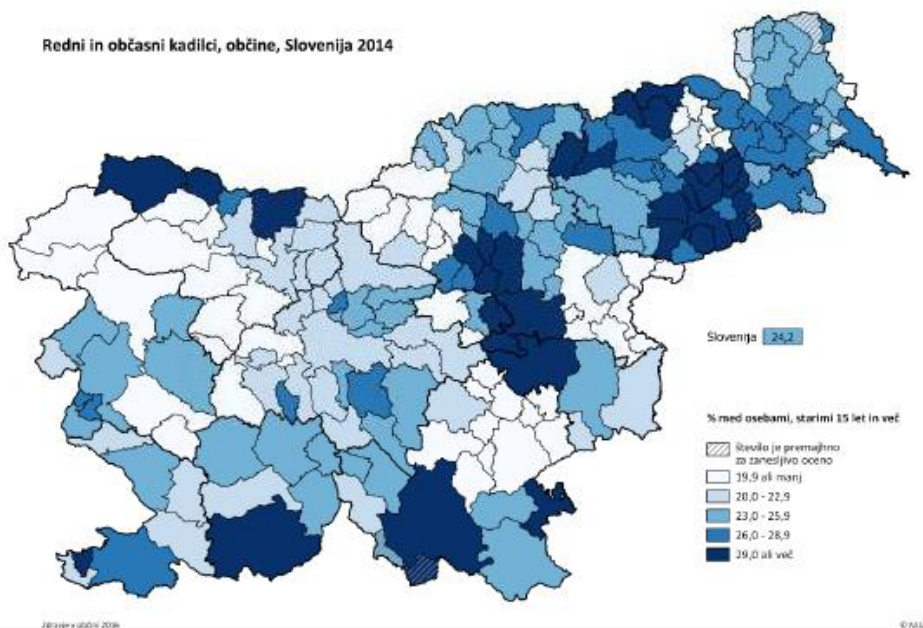
Slovenijo sestavlja 212 med seboj zelo raznolikih občin, v katerih živi več kot 2 milijona prebivalcev. **Zdravje v občini** predstavlja pomemben vir informacij o zdravju in dejavnikih tveganja v slovenskem prostoru, ki ga pripravlja Nacionalni inštitut za javno zdravje v sodelovanju z drugimi institucijami. Tako pripravljene informacije so objavljene tretjič zapored, na spletni strani pa so dostopni tudi vsi prejšnji prikazi in omogočajo primerjave s preteklimi leti.

Podatki o razširjenosti dejavnikov tveganja za zdravje in preventivi, o zdravstvenem stanju in umrljivosti so na voljo za vsako slovensko občino, omogočena pa je tudi primerjava občine z regijo in Slovenijo.

Informacije ter pojasnila najdete na spletnem portalu <http://obcine.nijz.si>.

Informacije o zdravju in dejavnikih tveganja lahko primerjamo med občinami in med leti. Tematske karte, ki so prav tako na voljo na spletni strani, pa omogočajo hiter pregled nad regionalnimi neenakostmi.

Redni in občasni kadilci, občine, Slovenija 2014



## Priloga 1.6: Drugi opomnik – jesen



### Nacionalna raziskava o tobaku, alkoholu in drugih drogah – ATADD 2018

»ID\_05«

«ime» «priimek»  
«ul\_ime» «hs\_dod»

«pt\_id» «pt\_ime»

Ljubljana, jesen 2018

Spoštovani!

Na Nacionalnem inštitutu za javno zdravje izvajamo raziskavo o uporabi tobaka, alkohola, drog in nekaterih zdravil. V raziskavo so vključena tudi vprašanja o uporabi konoplje v zdravstvene namene ter nekaterih prostočasnih aktivnostih.

**Ker se na vabilo k izpolnitvi spletne ankete niste odzvali, vas bo v prihodnjih tednih obiskal anketar tržno-raziskovalnega podjetja Ipsos/GfK, da bo z vami opravil osebno anketo. Prosim vas za sodelovanje!**

Če bi vseeno raje želeli sodelovati v spletni anketi, lahko še vedno izpolnite vprašalnik, do katerega lahko dostopate preko spleta: <https://anketa.nijz.si/atadd>  
Za dostop do ankete potrebujete naslednje geslo: »geslo«

V raziskavo je vključen vzorec prebivalcev Slovenije, starih od 15 do 64 let. Vanj ste bili na podlagi verjetnostnega vzorčenja izbrani tudi vi. Na vprašanja lahko odgovarja samo oseba, na katero je naslovljeno to obvestilno pismo. Če ste stari od 15 do 17 let, potem prosimo tudi vaše starše, da vam dovolijo sodelovati v raziskavi.

Če boste v celoti odgovorili na anketni vprašalnik, boste vključeni v nagradno žrebanje za denarne nagrade. Pripravili smo tri nagrade v vrednosti 300 evrov in enajst nagrad v vrednosti 100 evrov. Žrebanje nagrad bomo opravili po koncu raziskave, imena nagrajencev pa objavili na spletni strani Nacionalnega inštituta za javno zdravje [www.nijz.si](http://www.nijz.si).

Če imate v zvezi z raziskavo kakršnokoli vprašanje, vas prosimo, da se obrnete na podjetje Ipsos na telefonsko številko 051/683-904 ali pišete na naslov [officeslovenia@ipsos.com](mailto:officeslovenia@ipsos.com).

Vnaprej se vam zahvaljujemo za sodelovanje! V kolikor ste v vmesnem času vprašalnik že izpolnili, se vam za sodelovanje najlepše zahvaljujemo. V skrbi za vaše zdravje vas pristrčno pozdravljamo!

Nataša Mohorč Kejžar  
prokuristka, Ipsos



Nina Pirnat, dr. med., spec.  
direktorica NIJZ



## Zdravje v občini - kazalniki zdravja za vsako slovensko občino

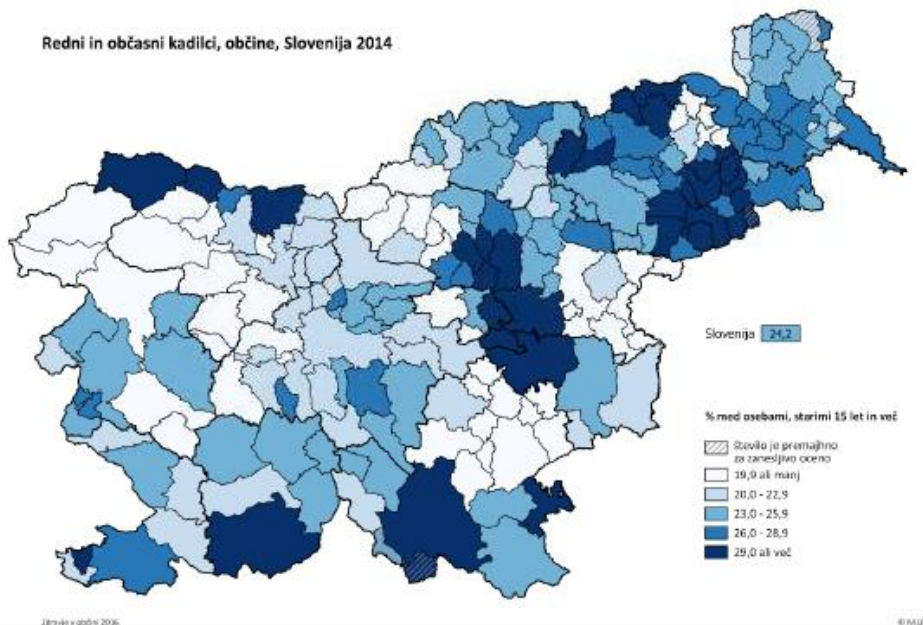
Slovenija sestavlja 212 med seboj zelo raznolikih občin, v katerih živi več kot 2 milijona prebivalcev. **Zdravje v občini** predstavlja pomemben vir informacij o zdravju in dejavnih tveganja v slovenskem prostoru, ki ga pripravlja Nacionalni inštitut za javno zdravje v sodelovanju z drugimi institucijami. Tako pripravljene informacije so objavljene tretjič zapored, na spletni strani pa so dostopni tudi vsi prejšnji prikazi in omogočajo primerjave s preteklimi leti.

Podatki o razširjenosti dejavnih tveganja za zdravje in preventivi, o zdravstvenem stanju in umrljivosti so na voljo za vsako slovensko občino, omogočena pa je tudi primerjava občin z regijo in Slovenijo.

Informacije ter pojasnila najdete na spletnem portalu <http://obcine.nijz.si>.

Informacije o zdravju in dejavnih tveganja lahko primerjamo med občinami in med leti. Tematske karte, ki so prav tako na voljo na spletni strani, pa omogočajo hiter pregled nad regionalnimi neenakostmi.

Redni in občasni kadiilci, občine, Slovenija 2014



Informacije o varovanju podatkov v Nacionalni raziskavi o tobaku, alkoholu in drugih drogah 2018 si lahko preberete na spletni strani: <http://www.nijz.si/sl/podatki/anketa-o-uporabi-tobaka-alkohola-in-drugih-drog>



## Priloga 2: SPSS izračuni

Tabela 1: Navzkrižno tabeliranje spremenljivk (ne)odgovor in število poslanih pisem

**Odziv\_h2 \* Poslano\_število\_obvestil Crosstabulation**

Count

		Poslano število pisem				Total
		1	2	3	4	
Odziv_h2	1 Odgovor	1599	1682	5781	189	9251
	2 Neodgovor	3	167	6351	228	6749
Total		1602	1849	12132	417	16000

Tabela 2: Hi-kvadrat preizkus za spremenljivki (ne)odgovor in število poslanih pisem

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2532,460 <sup>a</sup>	3	,000
Likelihood Ratio	3256,495	3	,000
Linear-by-Linear Association	2260,769	1	,000
N of Valid Cases	16000		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 175,90.

Tabela 3: Navzkrižno tabeliranje spremenljivk (ne)odgovor in spol

**Odziv\_h2 \* spol\_V\_REC Rekodiran vzorčni spol Crosstabulation**

Count

		spol_V_REC Rekodiran vzorčni spol		Total
		1 Moški	2 Ženske	
Odziv_h2	1 Odgovor	4305	4946	9251
	2 Neodgovor	3917	2832	6749
Total		8222	7778	16000

*Tabela 4: Rezultat hi-kvadrat preizkusa za preverbo H1: Moški se na obvestilna pisma in opomnike odzivijo manj v primerjavi z ženskami*

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	206,682 <sup>a</sup>	1	,000		
Continuity Correction <sup>b</sup>	206,222	1	,000		
Likelihood Ratio	207,317	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	206,670	1	,000		
N of Valid Cases	16000				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3280,86.

b. Computed only for a 2x2 table

*Tabela 5: Navzkrižno tabeliranje spremenljivk način izpolnjevanja in spol.*

**spol\_V\_REC Rekodiran vzorčni spol \* nacin Crosstabulation**

		nacin		Total
		0 osebno	1 splet	
spol_V_REC Rekodiran vzorčni spol	1 Moški	1961	2389	4350
	2 Ženske	1971	3010	4981
Total		3932	5399	9331

*Tabela 6: Rezultat hi-kvadrat preizkusa za spremenljivki način izpolnjevanja in spol*

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	28,915 <sup>a</sup>	1	,000		
Continuity Correction <sup>b</sup>	28,690	1	,000		
Likelihood Ratio	28,909	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	28,912	1	,000		
N of Valid Cases	9331				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1833,05.

b. Computed only for a 2x2 table

*Tabela 7: Navzkrižno tabeliranje spremenljivk (ne)odgovor in obdobje pri osebah z osnovnošolsko izobrazbo ali manj*

**Odziv\_h2 \* Obdobje Crosstabulation**

Count		Obdobje		Total
		1 Pomlad	2 Jesen	
Odziv_h2	1 Odgovor	829	830	1659
	2 Neodgovor	681	604	1285
Total		1510	1434	2944

*Tabela 8: Rezultat hi-kvadrat preizkusa za preverbo hipoteze 2: nižje izobraženi se na obvestilna pisma in opomnike odzivajo manj v primerjavi z višje izobraženimi, pri osebah z osnovnošolsko izobrazbo ali manj*

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,654 <sup>a</sup>	1	,103		
Continuity Correction <sup>b</sup>	2,535	1	,111		
Likelihood Ratio	2,655	1	,103		
Fisher's Exact Test				,110	,056
Linear-by-Linear Association	2,654	1	,103		
N of Valid Cases	2944				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 625,91.

b. Computed only for a 2x2 table

*Tabela 9: Navzkrižno tabeliranje spremenljivk (ne)odgovor in obdobje pri osebah s srednješolsko izobrazbo*

**Odziv\_h2 \* Obdobje Crosstabulation**

Count		Obdobje		Total
		1 Pomlad	2 Jesen	
Odziv_h2	1 Odgovor	2219	2351	4570
	2 Neodgovor	1971	1875	3846
Total		4190	4226	8416

*Tabela 10: Rezultat hi-kvadrat preizkusa za preverbo hipoteze 2: nižje izobraženi se na obvestilna pisma in opomnike odzivajo manj v primerjavi z višje izobraženimi, pri osebah s srednješolsko izobrazbo*

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	6,055 <sup>a</sup>	1	,014		
Continuity Correction <sup>b</sup>	5,948	1	,015		
Likelihood Ratio	6,056	1	,014		
Fisher's Exact Test				,014	,007
Linear-by-Linear Association	6,054	1	,014		
N of Valid Cases	8416				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1914,77.

b. Computed only for a 2x2 table

*Tabela 11: Navzkrižno tabeliranje spremenljivk (ne)odgovor in obdobje pri osebah z višješolsko, visokošolsko izobrazbo ali več*

Odziv_h2 * Obdobje Crosstabulation				
Count				
		Obdobje		Total
		1 Pomlad	2 Jesen	
Odziv_h2	1 Odgovor	1339	1392	2731
	2 Neodgovor	761	678	1439
Total		2100	2070	4170

*Tabela 12: Rezultat hi-kvadrat preizkusa za preverbo hipoteze 2: nižje izobraženi se na obvestilna pisma in opomnike odzivajo manj v primerjavi z višje izobraženimi, pri osebah z višješolsko, visokošolsko izobrazbo ali več*

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	5,600 <sup>a</sup>	1	,018		
Continuity Correction <sup>b</sup>	5,447	1	,020		
Likelihood Ratio	5,603	1	,018		
Fisher's Exact Test				,019	,010
Linear-by-Linear Association	5,599	1	,018		
N of Valid Cases	4170				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 714,32.

b. Computed only for a 2x2 table

*Tabela 13: Navzkrižno tabeliranje spremenljivk (ne)odgovor in dosežena stopnja izobrazbe*

**Odziv\_h2 \* izob\_sk3\_vzorec Vzorčna dosežena izobrazba - 3 skupine Crosstabulation**

		Count			Total
		izob_sk3 vzorec Vzorčna dosežena izobrazba - 3 skupine			
		1 Osnovnošolska izobrazba ali manj	2 Srednješolska izobrazba	3 Višješolska, visokošolska izobrazba ali več	
Odziv_h2	1 Odgovor	1659	4570	2731	8960
	2 Neodgovor	1285	3846	1439	6570
Total		2944	8416	4170	15530

Tabela 14: Navzkrižno tabeliranje spremenljivk (ne)odgovor in 10-letne starostne skupine

star\_sk10\_V Starostna skupina - 10-letni razredi iz vzorca \* Odziv\_h2 Crosstabulation

Count

		Odziv_h2		Total
		1 Odgovor	2 Neodgovor	
star_sk10_V Starostna skupina - 10-letni razredi iz vzorca	1 15 - 24 let	1474	741	2215
	2 25 - 34 let	1609	1406	3015
	3 35 - 44 let	2013	1657	3670
	4 45 - 54 let	2060	1544	3604
	5 55 - 64 let	2095	1401	3496
Total		9251	6749	16000

Tabela 15: Rezultat hi-kvadrat preizkusa za preverbo hipoteze 3: Starejše starostne skupine se na obvestilna pisma in opomnike odzivajo manj v primerjavi z mlajšimi starostnimi skupinami

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	113,951 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	115,427	4	,000
Linear-by-Linear Association	2,361	1	,124
N of Valid Cases	16000		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 934,31.

Tabela 16: Navzkrižno tabeliranje spremenljivk (ne)odgovor in zakonski stan

Odziv\_h2 \* zakonski\_stan\_V Crosstabulation

Count

		zakonski_stan_V					Total	
		Ni podatka	Poročen	Razvezan	Samski	V partnerski zvezi		Vdovec
Odziv_h2	1 Odgovor	43	4079	505	4464	1	159	9251
	2 Neodgovor	90	2628	487	3453	2	89	6749
Total		133	6707	992	7917	3	248	16000

*Tabela 17: Rezultat hi-kvadrat preizkusa za preverbo hipoteze 4: Poročeni se na obvestilna pisma in opomnike odzivajo manj v primerjavi s samskimi.*

<b>Chi-Square Tests</b>			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	91,018 <sup>a</sup>	5	,000
Likelihood Ratio	90,673	5	,000
N of Valid Cases	16000		

a. 2 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,27.

**Priloga 3: Prvi odzivi po sociodemografskih skupinah na obvestilno pismo**

SPOL	STAROSTNA SKUPINA	ZAKONSKI STAN	Odziv na obvestilno pismo			% od prvih odzivov
			Pomlad	Jesen	Skupaj	
Ženske	15 - 24 let	Samski	81	133	214	11,90
Moški	15 - 24 let	Samski	77	116	193	10,73
Ženske	25 - 34 let	Samski	46	101	147	8,18
Ženske	45 - 54 let	Poročen	42	99	141	7,84
Ženske	35 - 44 let	Poročen	44	74	118	6,56
Ženske	35 - 44 let	Samski	41	72	113	6,28
Ženske	55 - 64 let	Poročen	34	72	106	5,90
Moški	55 - 64 let	Poročen	36	68	104	5,78
Moški	45 - 54 let	Poročen	28	68	96	5,34
Moški	25 - 34 let	Samski	31	62	93	5,17
Moški	35 - 44 let	Samski	33	57	90	5,01
Moški	35 - 44 let	Poročen	20	39	59	3,28
Ženske	45 - 54 let	Samski	18	34	52	2,89
Moški	45 - 54 let	Samski	15	27	42	2,34
Ženske	25 - 34 let	Poročen	17	24	41	2,28
Ženske	55 - 64 let	Samski	17	13	30	1,67
Moški	25 - 34 let	Poročen	7	20	27	1,50
Ženske	45 - 54 let	Razvezan	10	15	25	1,39
Moški	55 - 64 let	Samski	10	13	23	1,28
Ženske	55 - 64 let	Razvezan	7	13	20	1,11
Moški	45 - 54 let	Razvezan	4	8	12	0,67
Moški	55 - 64 let	Razvezan	5	5	10	0,56
Ženske	35 - 44 let	Razvezan	3	7	10	0,56
Ženske	55 - 64 let	Vdovec	5	5	10	0,56
Ženske	15 - 24 let	Poročen	1	2	3	0,17
Ženske	45 - 54 let	Vdovec	2	1	3	0,17
Moški	25 - 34 let	Razvezan	2	0	2	0,11
Moški	35 - 44 let	Razvezan	1	1	2	0,11
Moški	55 - 64 let	Vdovec	1	1	2	0,11
Ženske	25 - 34 let	Razvezan	0	2	2	0,11
Moški	15 - 24 let	Ni podatka	1	0	1	0,06
Moški	15 - 24 let	Poročen	0	1	1	0,06
Moški	35 - 44 let	Ni podatka	0	1	1	0,06
Moški	35 - 44 let	V partnerski zvezi	0	1	1	0,06
Moški	35 - 44 let	Vdovec	0	1	1	0,06

Se nadaljuje



nadaljevanje

SPOL	STAROSTNA SKUPINA	ZAKONSKI STAN	Odziv na obvestilno pismo			% od prvih odzivov
			Pomlad	Jesen	Skupaj	
Moški	45 - 54 let	Vdovec	1	0	1	0,06
Ženske	25 - 34 let	Ni podatka	0	1	1	0,06
Ženske	35 - 44 let	Ni podatka	1	0	1	0,06
Moški	15 - 24 let	Razvezan	0	0	0	0,00
Moški	15 - 24 let	V partnerski zvezi	0	0	0	0,00
Moški	15 - 24 let	Vdovec	0	0	0	0,00
Moški	25 - 34 let	Ni podatka	0	0	0	0,00
Moški	25 - 34 let	V partnerski zvezi	0	0	0	0,00
Moški	25 - 34 let	Vdovec	0	0	0	0,00
Moški	45 - 54 let	Ni podatka	0	0	0	0,00
Moški	45 - 54 let	V partnerski zvezi	0	0	0	0,00
Moški	55 - 64 let	Ni podatka	0	0	0	0,00
Moški	55 - 64 let	V partnerski zvezi	0	0	0	0,00
Ženske	15 - 24 let	Ni podatka	0	0	0	0,00
Ženske	15 - 24 let	Razvezan	0	0	0	0,00
Ženske	15 - 24 let	V partnerski zvezi	0	0	0	0,00
Ženske	15 - 24 let	Vdovec	0	0	0	0,00
Ženske	25 - 34 let	V partnerski zvezi	0	0	0	0,00
Ženske	25 - 34 let	Vdovec	0	0	0	0,00
Ženske	35 - 44 let	V partnerski zvezi	0	0	0	0,00
Ženske	35 - 44 let	Vdovec	0	0	0	0,00
Ženske	45 - 54 let	Ni podatka	0	0	0	0,00
Ženske	45 - 54 let	V partnerski zvezi	0	0	0	0,00
Ženske	55 - 64 let	Ni podatka	0	0	0	0,00
Ženske	55 - 64 let	V partnerski zvezi	0	0	0	0,00