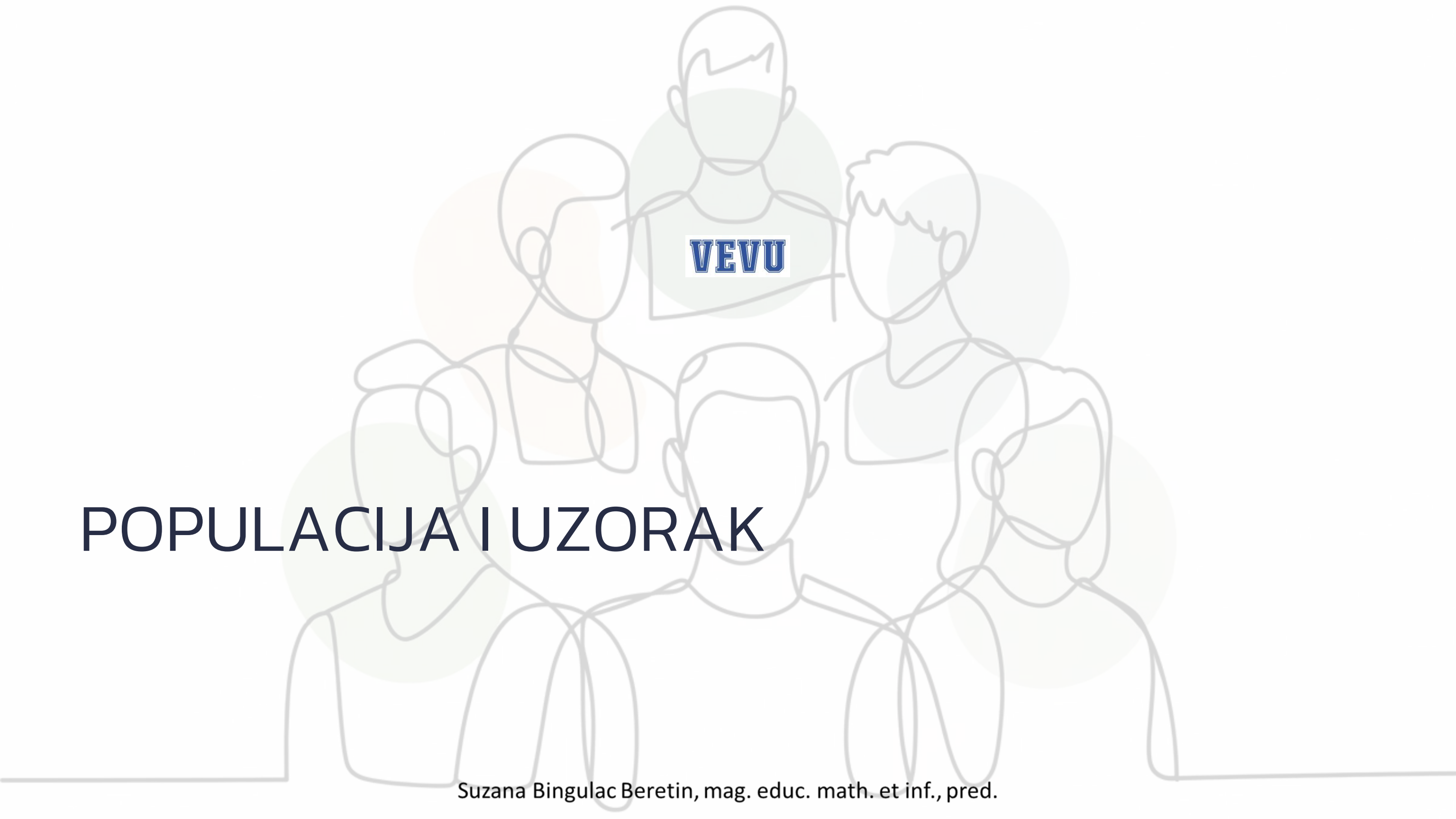




VEVU

POPULACIJA I UZORAK

Uzorak u istraživanju

U istraživanju, uzorak je pažljivo odabrani dio populacije na kojem se provodi istraživanje. Njegov je cilj omogućiti uopćavanje dobivenih rezultata i zaključaka na cijelu populaciju. Važno je da je uzorak reprezentativan, što znači da mora biti jednako strukturiran kao i populacija u pogledu relevantnih svojstava.

Populacija i uzorak

Populacija

Skupina jedinki na koje se istraživanje odnosi i na koju se uopćavaju dobiveni rezultati.

Primjer: Svi studenti u Hrvatskoj

Kontrolne varijable: spol, dob, tip fakulteta, godina studija

Važno je da je uzorak reprezentativan, što znači da mora biti jednako strukturiran kao i populacija u pogledu relevantnih svojstava.

Uzorak

Dio populacije na kojem se provodi istraživanje i temeljem kojega se zaključuje o cijeloj populaciji.

Primjer: 1000 studenata iz različitih fakulteta

Plan uzorka

01	02	03
Ciljna populacija	Osnovni skup i okvir za izbor uzorka	Način izbora uzorka
Početni korak u planiranju uzorka je precizno definiranje ciljne populacije	Osnovni skup je skupina jedinki iz koje bирамо uзорак	Prema načinu izbora razlikujemo probabilistički i neprobabilistički uзорак
04	05	
Veličina uzorka	Raspršenost uzorka	
Veći uзорак povećava preciznost rezultata, ali samo pod uvjetom da je reprezentativan	Može znatno utjecati na ukupnu valjanost istraživanja	

Probabilistički uzorci

Matematički konstruirani i utemeljeni na izračunu vjerojatnosti koju za izbor u uzorak ima svaka pojedina jedinca populacije.

Jednostavni slučajni

Svi članovi populacije imaju istu vjerojatnost izbora. Isključena je pristranost, omogućuje veliko raspršenje jedinica, potreban je popis jedinica osnovnog skupa.

Primjer: Izvlačenje imena iz šešira

Slučajno stratificirani uzorak

Podrazumijeva raspodjelu jedinica populacije u relativno homogene skupine ili stratume.

Primjer: Podijela po dobi (18-30, 31-50, 51+), zatim slučajan izbor iz svake skupine

Slučajno sustavni uzorak

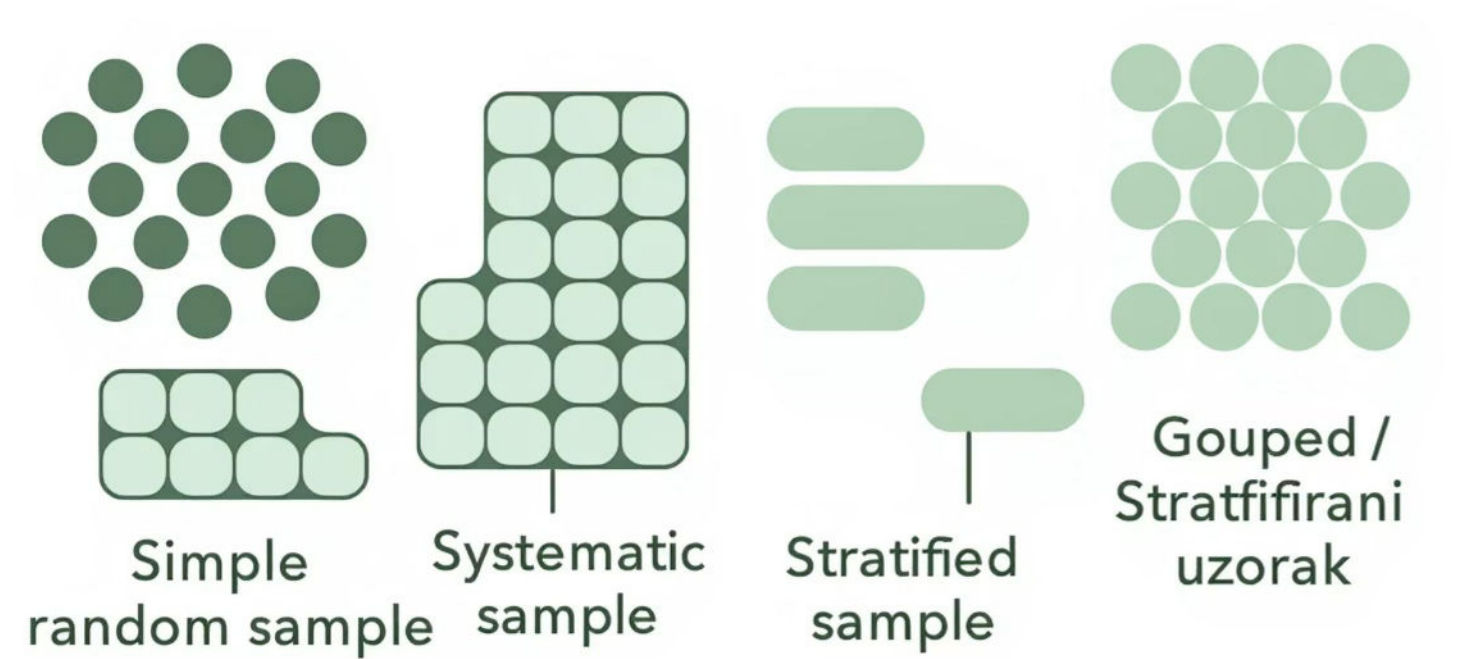
S popisa se u određenom intervalu bira svaka N-ta jedinica. Primjenjuje se u planiranju telefonskih anketa.

Primjer: Svaki 10. poziv iz telefonskog imenika

Klaster uzorak

Prikladan kada ne raspolažemo podacima o populaciji za stratifikaciju.

Primjer: Odabir nekoliko škola, zatim anketiranje svih učenika u odabranim školama



Neprobabilistički uzorci

Biraju se u skladu s praktičnim kriterijima i prosudbama istraživača. Vjerojatnost izbora je nepoznata, a neki članovi populacije uopće nemaju izgleda za izbor.



Kvotni uzorak

Smatra se lošom zamjenom za slučajno stratificirani uzorak

Primjer: 50% muškaraca, 50% žena - anketar bira prema kvoti



Namjerni uzorak

Istraživač sam izabire ispitanike na osnovi kriterija koje smatra važnima

Primjer: Intervjuiranje stručnjaka za klimatske promjene



Snježna gruda

Namijenjen istraživanju relativno malih i teško dostupnih skupina

Primjer: Istraživanje rijetkih bolesti - pacijenti preporučuju druge pacijente



Prigodni uzorak

Obuhvaća skupinu pojedinaca koji su dostupni u određenoj prigodi

Primjer: Anketiranje studenata u kampusu



Uzorak dobrovoljaca

Obuhvaćeni su samo predstavnici ciljne populacije koji se dobrovoljno javljaju

Primjer: Online anketa na društvenim mrežama



Pseudoslučajni

Odabire se prema načelu "slučajno sam ga sreo"

Primjer: Anketiranje ljudi na ulici

Veličina uzorka

Veći uzorak povećava preciznost rezultata, ali samo pod uvjetom da je reprezentativan u odnosu na populaciju iz koje je izabran. Ako uzorak nije reprezentativan, sasvim je nevažno je li velik ili malen jer će rezultati biti podjednako pogrešni.

Primjer: Uzorak od 10.000 ljudi koji nisu reprezentativni (samo iz Zagreba) dat će lošije rezultate od reprezentativnog uzorka od 1.000 ljudi iz cijele Hrvatske.

$\pm 3\%$

Standardna pogreška

Pokazuje koliko rezultati dobiveni na reprezentativnom uzorku odstupaju od stvarnih vrijednosti o populaciji.

Pri uzorku od 1000 ispitanika, rezultati se mogu razlikovati $\pm 3\%$ od stvarnih vrijednosti u populaciji.

Realizacija uzorka

Reprezentativnost uzorka ovisi i o tome što je od planiranog ostvareno tijekom provedbe ankete.



Nedostupnost ispitanika

Prvi problem s kojim se možemo susresti u pokušaju realizacije planiranog uzorka

Primjer: Osoba nije kod kuće, telefon ne odgovara



Odbijanje ankete

Jedan od najvećih metodologijskih problema anketnih istraživanja. Ovisi o osjetljivosti teme, zainteresiranosti, anketnoj tehnici i osobinama ispitanika

Primjer: 'Nemam vremena', 'Ne sudjelujem u anketama'



Izostanak odgovora

Realizacija je povezana s uskraćivanjem odgovora na pojedina pitanja zbog osjetljivosti ili nezainteresiranosti

Primjer: Preskače pitanja o prihodima ili političkim stavovima



Pogreške anketara

Mogući propusti i pogreške osoba kojima je povjereno anketiranje u terenskim i telefonskim anketama

Primjer: Pogrešno upisivanje odgovora, vođenje ispitanika

Zaključak

Probabilistički uzorci su najbolji izbor u svim istraživanjima koja zahtijevaju reprezentativne i precizne rezultate koje je opravdano uopćiti na ukupnu ciljnu populaciju.

Neprobabilistički uzorci mogu poslužiti u orijentacijskim i dopunskim istraživanjima.

- ❏ Probabilistički uzorci su ključni za reprezentativne i uopćive rezultate, dok neprobabilistički uzorci služe za orijentacijska i dopunska istraživanja.

HVALA NA PAŽNJI ! 🤗