

# KVALITATIVNE METODE ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA



Medijska Osobnost  
d.o.o. Split



centar za istraživanje,  
edukaciju i primjenu novih znanja



Europska unija  
"Zajedno do fondova EU"



EUROPSKI STRUKTURNI  
I INVESTICIJSKI FONDovi



ESF  
UČINKOVITI  
LJUDSKI  
POTENCIJALI

Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.  
Sadržaj ovog materijala isključiva je odgovornost Udruge VISOKI JABLANI.



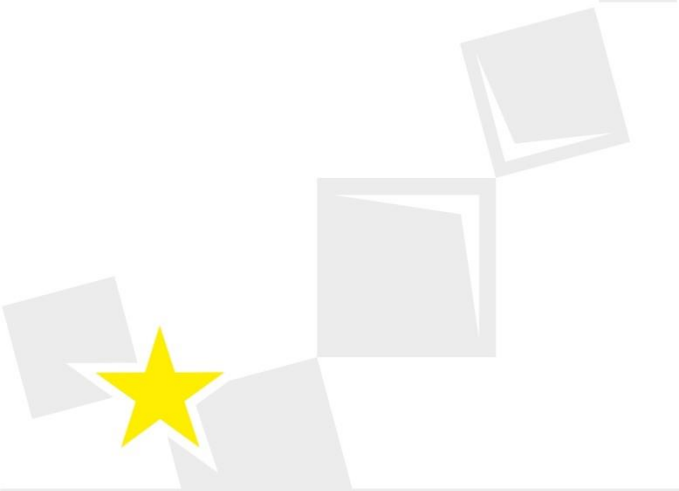
# Uvodne naznake

- Naturalistički i interpretativni pristup predmetu istraživanja.
- Analiza subjekata u povijesnom i socijalnom kontekstu - razumjeti i interpretirati smisao ponašanja doživljaja i svakodnevnog iskustva
- Kvalitativna istraživanja podrazumijevaju različite teorijske paradigme i strategije istraživanja kao i metode prikupljanja i analize podataka.



# Značajke

- **Umijeće svega za sve.**
- Istraživač kao **sveznadar** koji raspolaže različitim vještinama i znanjima za praktično rješavanje dilema i poslovnih problema u sferi ponašanja ljudi.



# Otpori kvalitativnoj metodologiji

- Kvalitativni istraživači nazivaju se “mekim” znanstvenicima ili paraznanstvenicima jer se ove metode ne prakticiraju u prirodoslovnim znanostima.
- Subjektivizam kao problem.



# Različiti stilovi istraživanja

- Analiza objekta istraživanja iz perspektive njegovog povijesnog, socijalnog i kulturnog konteksta
- Istraživanja svakodnevnih pojava u svakodnevnom životu
- Dokumentiranje deskripcija koje daje istraživač
- Razumijevanje pojave
- Rekonstrukcija pojave kroz studij slučaja
- Socijalna stvarnost temelj istraživanja
- Pisana građa je temelj istraživanja



# Temeljni postulati kvalitativnog istraživanja

- Predmet kvalitativnih istraživanja su uvijek pojedinci i njihova ponašanja. Oni su polazište i cilj istraživanja
- Dati precizan i opsežan opis situacije koja se istražuje
- Predmeti istraživanja nikad nisu u potpunosti jasni i otvoreni pa se nastoje pojasniti pisanom interpretacijom
- Predmeti istraživanja se analiziraju u prirodnom okruženju
- Generalizacija rezultata se provodi metodom indukcije pojedinačnih slučajeva



- **Studij slučaja** - preporučljivo implementirati u svaki istraživački proces.
- **Otvorenost prema predmetu istraživanja** – otvorenost procesa istraživanja – dopuštene preinake, dopune i revizije istraživačkih pitanja.
- **Kontrolna metoda** – Cjelokupni proces istraživanja treba biti pod stalnim nadzorom - metodička kontrola svih faza istraživanja.
- **Razumijevanje** – Analizi predmeta istraživanja treba prethoditi razumijevanje smisla i sadržaja .
- **Introspekcija** – metoda introspekcije - samopromatranje (sustavno praćenje vlastitog ponašanja).
- **Interakcija** – sukladno potrebama istraživanja mijenjati subjekt i uvjete istraživanja.



# Nacrt kvalitativnog istraživanja

## Karakteristike kvalitativnog istraživanja

- ❖ Cjelovita slika onoga što se istražuje.
- ❖ Ilustrira odnos između ili unutar nekog sustava odnosa i kultura .
- ❖ Fokusiran na “face-to-face” odnos istraživača i subjekta istraživanja.
- ❖ Podrazumijeva kontinuitet *boravka* u situaciji koja se istražuje.
- ❖ Vrijeme provedeno u analizi podataka treba biti proporcionalno vremenu provedenom na terenu.
- ❖ Istraživač skicira fiktivni model pojave koju istražuje.
- ❖ Istraživač kao temeljni instrument metodom promatranja.
- ❖ Istovremenost prikupljanja i analize podataka, nakon čega metoda generalizacije.





# Komponente kvalitativnog istraživanja

- Naslov istraživačkog projekta
- Popis istraživača
- Budžet istraživanja
- Vremensko trajanje projekta: početak i završetak istraživanja
- Sažetak projekta
- Struktura projekta
- Uvod, svrha i ciljevi istraživanja
- Korištena pisana građa (literatura)
- Procjena relevantnosti istraživanja
- Temeljna istraživačka pitanja i dileme
- Metode istraživanja
- Opis mjesta istraživanja i sudionika istraživanja



# 1. Metoda analize sadržaja

- Provodi se kvantitativno, brojanjem *frekvencija*.
- Frekvencije se broje po kategorijama.
- Zaključci se izvode iz podataka koji se promatraju u različitim kontekstima.
- Provodi se na dostupnim bazama podataka, u analizi novinskih članaka, tv i radio informacija, knjiga, pisama, dnevnika i službenih dokumenata.
- Analiziraju se sekundarni podaci: analiza brošura, promotivnih materijala, novinskih, tv i radio reportaža, analiza promotivnih fotografija, web stranica i dr.



# Kako se provodi?

1. Utvrđivanje ciljeva istraživanja
2. Postavljanje istraživačkog pitanja
3. Odabir uzorka (materijala) na kome će se provesti istraživanje
4. Izlučivanje podataka iz materije koja se istražuje
5. Određivanje kategorija analize
6. Sinteza podataka – svođenje istih u manji broj kategorija
7. Analiza podataka (primjenom statističkih metoda kako bi se utvrdili postotci odnosno zastupljenost pojedinih pojava u analiziranom sadržaju).
8. Zaključci.....Izvješće istraživanja



# Primjeri

- Analiza web stranice udruga korisnika usluga u društvenom poduzetništvu;
- Analiza brošura udruga korisnika usluga u društvenom poduzetništvu;
- Utvrđivanje zastupljenosti jedinki na fotografijama: muških, ženskih, aktivnih, pasivnih, tipovi okruženja u kojima su snimljeni, uočavanje koje se javne osobe nalaze na pojedinim fotografijama i dr.



# Primjer metode analize sadržaja: turističke razglednice

1. Subjekt razglednice (broj subjekata, starost subjekata i spol)
2. Odjeća likova na razglednici (svakodnevna, formalna, svečena, autohtona)
3. Prezentacija fotografije (aktivna, pasivna, portret, prirodna, poziranje, govor tijela, mimika lica)
4. Okruženje na fotografiji (u studiju, u prirodi, autohtonost lokacije, kompozicija)



RUSH HOUR - IRELAND



# Analiza pisanih promotivnih materijala

- Na temelju reprezentativnog uzorka određenih *poruka* može se utvrditi zastupljenost i značenje pojedinih sadržaja.
- Kvantitativno analizirati jedan ili više članaka i utvrditi učestalost ponavljanja neke riječi vezano uz predmet istraživanja.
- Strukturu članka usporediti s određenim idejama, porukama ili društvenim vrijednostima koje se ističu.
- Analizirati utjecaj poruka na pojedine socijalne skupine, s naglaskom na međuodnosu između određenih socijalnih skupina.
- Utjecaj određenih poruka na pojedine društvene grupe i na oblikovanje njihovih stavova i mišljenja također koristan predmet analize.



# Zaključno o metodi analize sadržaja

- Analiza sadržaja se provodi brojanjem frekvencija određenih činjenica (opisnih podataka) te *površinski* analizira značenja, poveznice i odnose u istraživanoj pojavi.
- Praktičan istraživački temelj koji se nadograđuje intervjuima, case study-ima i dr.



## 2. Metoda Life history – biografska metoda

- Prioritet individualnim objašnjenjima i individualnim interpretacijama aktivnosti i događaja.
- Kvalitativni opisi društvenih pojava (etnografsko istraživanje).
- Holistički pristup temeljen na stavu da se sva svojstva neke tržišne pojave ne mogu i ne moraju nužno razumjeti da bi se o njoj donijeli nekakvi zaključci radi donošenja poslovnih odluka.
- Izravno promatranje svakodnevnog ponašanja.
- Razgovori različitih razina formalnosti.
- Konzultiranje s osobama kompetentnima za pojavu.
- Dubinski intervjui.
- Longitudinalno istraživanje (kontinuirano dugoročno istraživanje pojave).
- Timsko istraživanje.





- Informacije se prikupljaju serijom intervjua, nadopunjuju prikupljenim arhivskim podacima i fotografijama.
- Svaka se pojava analizira kao da je jedinstvena – temeljna slabost *Life history metode*.
- *Priče* se kolekcioniraju kao *biografije vezane uz tržišnu pojavu*.
- Na temelju tako arhiviranih analiza pojave teži se razumijevanju stavova promatranih osoba.
- Dubinska analiza pojave – visoka reprezentativnost nalaza.
- ★ Slična *Work history metodi* –oblikovana za potrebe poslovnih subjekata - baza podataka o iskustvu kadrova na razini middle i top managementa.




# Kako se provodi *Life history* metoda u turističkoj praksi?

- Analiziraju se neka događanja, običaji stanovništva u cilju razumijevanja njihovog ponašanja.
- Korisne spoznaje intimnih detalja u bliskom kontaktu ispitanicima (relevantni za konkretnu pojavu).
- Teži se spoznaji društvenih veza s prošlošću.
- Istražuju se reperkusije društvenih promjena na ponašanja.
- Istražuju se ponašanja ciljanih subjekata radi prilagođavanja onoga što im se planira ponuditi.
- Kontinuirano se nadopunjuju postojeće baze podataka o ciljanim tržišnim segmentima.
- Metodu prilagoditi predmetu istraživanja.



# 3.Fokus grupa

- Oblikovanje male grupe osoba koji u interakciji jedni s drugima i voditeljem istražuju neku pojavu ili problem.
- Broj sudionika nije strogo definiran (najčešće 6-12 osoba).
- Grupa uravnotežena po pitanju godina, spola, ekonomskog statusa, prilagođeno problemu istraživanja.
- Provodi se na relativno nestrukturiran način.
- Atmosfera opuštena - svi trebaju sudjelovati u raspravi.
-  Diskusija traje 1-2 sata, snima se, a istraživač vodi i zabilješke.
- Omogućuje da i istraživač i sudionici dobiju širi uvid u istraživanu pojavu.



# Smjernice za praktičnu provedbu:

- Sudionici različitih osobina i karaktera;
- Iskustvo istraživača – moderatora;
- Razmjena mišljenja i iskustava radi uočavanja kontradiktornosti;
- Ugodno iskustvo za sudionike;
- *Kolektivna proizvodnja* etnografskog znanja;
- Cilj je zabilježiti višestruka mišljenja;
- Poticati međusobno propitivanje sudionika.



# Pet ključnih kriterija za uspješnu provedbu fokus grupe

1. Kompetencije sudionika za sudjelovanje u diskusiji;
2. Isključiti potencijalno pristrane sudionike;
3. Istraživač upravlja diskusijom, potiče sukobe stavova;
4. Sudionici se ne smiju osjećati nelagodno;
5. Analizu i interpretaciju spoznaja prilagoditi cilju istraživanja.



## 4. Metoda osobnih dnevnika

- Sredstva prikupljanja detaljnih kontekstualiziranih priča.
- *Monitoring* procesa i promjena u okruženju promatranja.
- Razumijevanje ljudskih emocija.
- Informacije dobivene iz različitih situacija i perspektiva.
- Ispitanici bilježe svoje dnevne aktivnosti vezane uz pojavu koja se istražuje (kako traže informacije, kako donose kupovne odluke i sl.).



## 5. Metoda studija slučaja

- Detaljno kontekstualizirano istraživanje u cilju razumijevanja procesa vezanih uz neku pojavu.
- Nalazi iskoristivi za poticanje ciljanih subjekata na određena ponašanja, potražnju za specifičnim uslugama i sl.
- Često kombinira kvalitativne i kvantitativne metode promatranja i intervjua s anketnim istraživanjima (posebice za kompleksne pojave).
- Za istraživanja društvenih procesa s reperkusijama na percepciju društvenih grupa;
- Razumijevanje društvenih procesa u prostornom, vremenskom i organizacijskom kontekstu;
- Istraživanje procesa i ponašanja ljudi koji nisu šire poznati;
- Otkrivanje šireg značenja specifičnih ponašanja



# Zaključno o metodama kvalitativnih istraživanja

1. Preporučljive u kombinaciji s kvantitativnim metodama istraživanja tržišta.
2. Metode prilagoditi predmetu i ciljevima istraživanja.
3. Omogućuju razumijevanje tržišne pojave sa različitih aspekata.
4. Prikupljanje podataka se može provoditi na različite načine.
5. Relevantni uvidi u društvene promjene koje uzrokuju nova ponašanja i percepciju društvenih grupa – razumijevanje tržišnih pojava na koje iste utječu.





# Hvala na pažnji!!!



Europska unija  
"Zajedno do fondova EU"



EUROPSKI STRUKTURNI  
I INVESTICIJSKI FONDovi



ESF  
UČINKOVITI  
LJUDSKI  
POTENCIJALI

Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.  
Sadržaj ovog materijala isključiva je odgovornost Udruge VISOKI JABLANI.

