

STATISTIČKE METODE ZA ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

VJEŽBE

VEVU

Upute za izradu anketnog upitnika

Vodič kroz proces kreiranja kvalitetne ankete

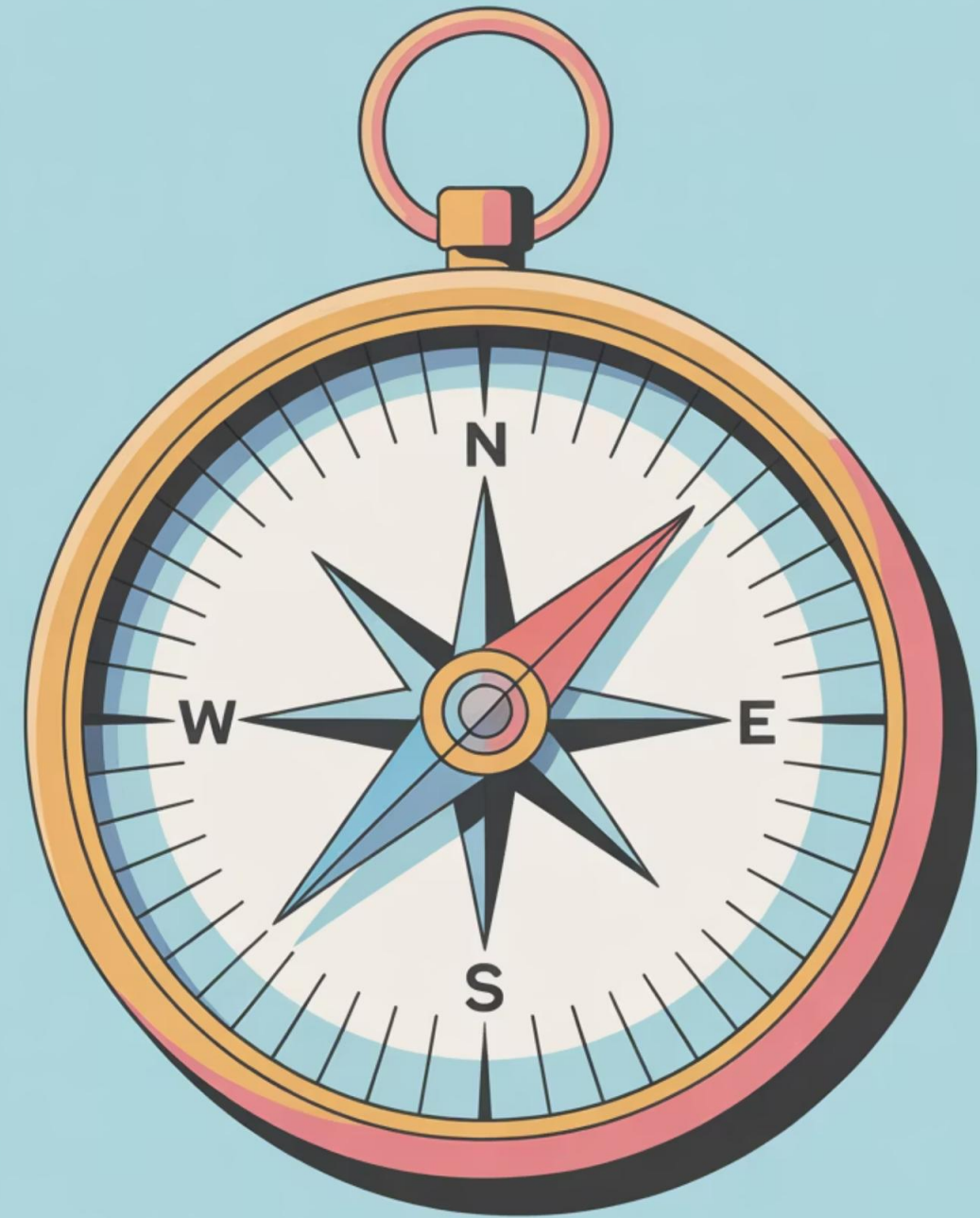
Sara Belec Tadić, mag. oec., univ. spec. rel. publ.

Definiranje svrhe i cilja ankete

Jasno odredite svrhu istraživanja: Prije izrade ankete definirajte što točno želite saznati. Odredite glavno istraživačko pitanje ili hipotezu koju anketa treba ispitati.

Identificirajte korisnost rezultata: Razmislite kako ćete iskoristiti dobivene podatke. Jasno definiran cilj pomoći će usmjeriti sva ostala pitanja i eliminirati suvišna pitanja.

Poznavanje ciljne skupine: Utvrdite tko su vaši ispitanici (npr. studenti, građani, određena dobna skupina). Svrha ankete i ciljna populacija određuju ton i sadržaj pitanja.



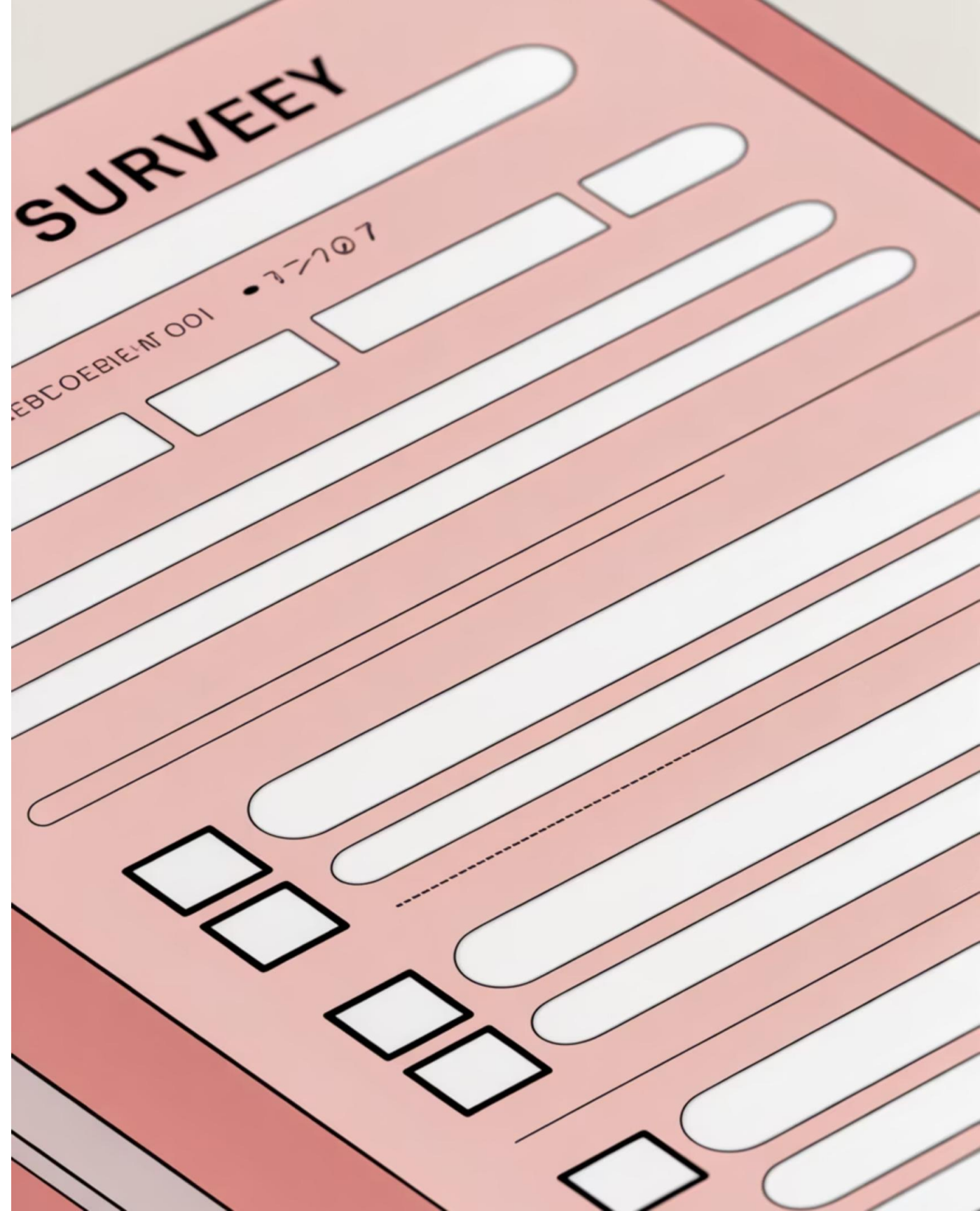


Primjer

Ako je cilj ankete saznati navike u učenju studenata, pitanja će se fokusirati na vrijeme učenja, metode učenja, korištenje literature i slično.

Odabir vrste pitanja

Zatvorena, otvorena, poluotvorena i demografska pitanja





Zatvorena pitanja

Ispitanicima se nude unaprijed definirani odgovori, a oni biraju jednu ili više ponuđenih opcija. Primjeri su da/ne pitanja, višestruki izbor ili skale (npr. Likertova skala od "u potpunosti se slažem" do "uopće se ne slažem").

Prednost:

Jednostavna statistička obrada i usporedba odgovora

Nedostatak:

Ne daju dubinu objašnjenja



Otvorena pitanja

Ispitanici sami formuliraju odgovor vlastitim riječima, bez ponuđenih opcija. Korisna su kada želite dublje razumjeti stavove ili čuti prijedloge ispitanika.

Prednost:

Bogatstvo podataka i neočekivani uvidi

Nedostatak:

Teža i dugotrajnija analiza (potrebno je čitanje i kategorizacija odgovora)

Illustration of a semi-structured questionnaire form. It features nine rows, each with a small square checkbox on the left and a corresponding colored bar on the right. The colors of the bars are: dark green, light orange, dark green, dark green, light green, light orange, dark green, light green, and light orange. The bottom row has a dark green checkbox and a light orange bar with the word "Other" written inside it.

Poluotvorena pitanja

Kombinacija zatvorenog i otvorenog formata. Obično nude nekoliko opcija za izbor + dodatnu opciju "drugo:" gdje ispitanik može sam upisati odgovor ako nijedna ponuđena ne odgovara.

Demografska pitanja

Odnose se na osobne karakteristike ispitanika i postavljaju se radi segmentacije uzorka. Obuhvaćaju npr. dob, spol, razinu obrazovanja, mjesto stanovanja, status zaposlenja itd.

Ovo osigurava da ne propustite neočekivane odgovore, a opet olakšava obradu većine predviđenih odgovora. Demografska pitanja pomažu u analizi rezultata po podskupinama (npr. usporedba odgovora muškaraca i žena, različitih dobnih skupina). Obično su zatvorenog tipa radi lakše obrade.

Jasna formulacija pitanja

Primjeri dobrih i loših pitanja





Ključna pravila formulacije

Jednostavan i jasan jezik

Pitanja trebaju biti razumljiva prosječnom ispitaniku. Izbjegavajte stručni žargon, preduge rečenice i složene izraze.

Jedno pitanje – jedna tema

Svako pitanje neka pokriva samo jedan koncept. **Ne spajajte dvostruka pitanja.**

Izbjegavajte dvosmislene formulacije

Pitanje treba biti jednoznačno. Nemojte koristiti neodređene pojmove poput "često", "puno" bez konteksta – radije navedite precizne okvire (npr. "Koliko puta tjedno...").

Ne koristite negacije i sugestivna pitanja

Pitanja s negacijom mogu zbuniti ispitanike, a sugestivna pitanja navode na određeni odgovor.

Primjeri dobrih i loših pitanja

✗ Loše pitanje

"Ne mislite li da je online nastava lošija od klasične?"

Ovo pitanje je sugestivno i sadrži negaciju, što može navesti ispitanika da se složi s negativnim stavom.

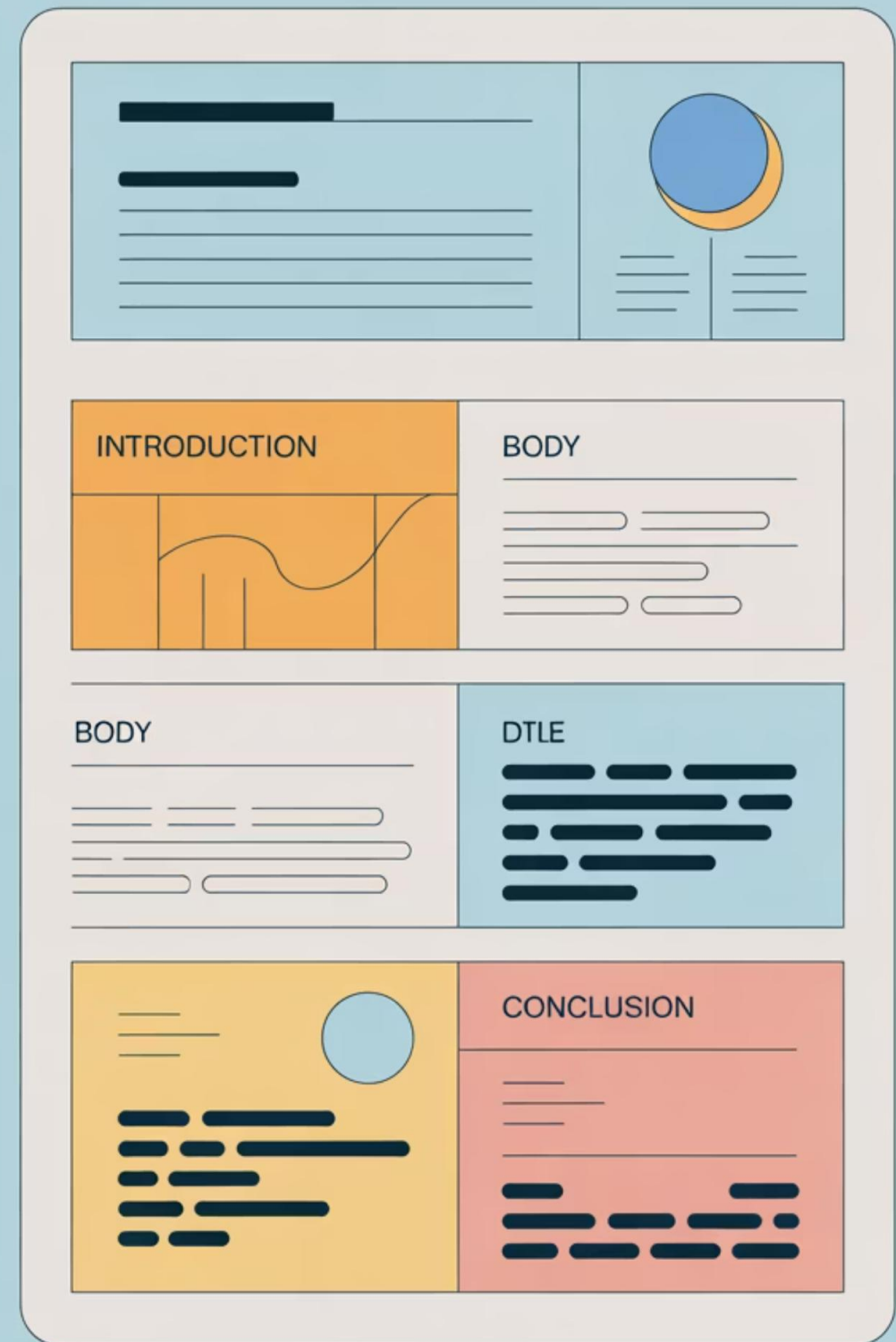
✓ Dobro pitanje

"Kako biste ocijenili kvalitetu online nastave u odnosu na klasičnu?"

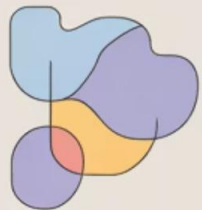
Neutralno je postavljeno i traži od ispitanika da iznese svoju ocjenu bez sugeriranja odgovora.

Prilagodba ciljnoj skupini: Pazite da formulacija odgovara znanju i iskustvu ispitanika. Za opću populaciju koristite općepoznate termine, a ako je anketa za stručnjake, određeni stručni termini mogu biti u redu (ali i tada jasno definirani). Jasno i razumljivo pitanje povećava pouzdanost i valjanost dobivenih odgovora.

Uvod i struktura upitnika



Introduction of a Survey



Ccenalect lahosilt aedet as electruedse sdirelit,
pna toincacain eadh od roeoottadtloaiteeo,
probetaditll anwraetionituissslv ihs copseaticu
Ince anieento dlinnaitor airt sdrotabico..

Uvodni dio upitnika

Svaki upitnik treba započeti kratkim uvodom koji objašnjava svrhu istraživanja i daje osnovne upute ispitanicima. U uvodu navedite tko provodi istraživanje, zašto se provodi anketa, naglasite anonimnost i koliko vremena otprilike treba za ispunjavanje.

□ Primjer uvodne rečenice:

"Poštovani, provodimo istraživanje o navikama studenata pri učenju. Vaše sudjelovanje je anonimno, a ispunjavanje upitnika trajat će oko 5 minuta. Hvala na vašem vremenu i doprinosu!"

Logičan redoslijed pitanja

Struktura upitnika treba voditi ispitanika kroz pitanja na ugodan i logičan način. Preporučuje se krenuti s jednostavnim ili neutralnim pitanjima za "zagrijavanje", a zatim prijeći na složenija ili ključna pitanja o glavnoj temi istraživanja.

01

Uvodna (lagana) pitanja

Na početku postavite nekoliko jednostavnih pitanja za opuštanje ispitanika. To mogu biti demografska pitanja (npr. **dob, spol, godina studija**) ili općenita pitanja vezana uz temu.

03

Otvorena i osjetljiva pitanja

Ako upitnik sadrži otvorena pitanja ili potencijalno osjetljiva pitanja, njih je najbolje ostaviti za kraj. Na taj način ispitanici neće biti odmah suočeni s težim zadatkom pisanja dugih odgovora, a oni koji dođu do kraja već su motivirani dovršiti anketu.

02

Glavna tematska pitanja

U sredini upitnika nalaze se pitanja koja direktno ispituju **cilj istraživanja**. Grupirajte povezana pitanja zajedno u blokove kako bi tijek misli bio jasan (npr. blok pitanja o jednom aspektu teme, pa zatim prelazak na drugi aspekt).

04

Završetak i zahvala

Na kraju upitnika možete uključiti kratku zahvalu ispitanicima na sudjelovanju. Također, ako je potrebno, spomenite da ako imaju dodatna pitanja mogu vam se obratiti (ostavite kontakt) ili najavite gdje će rezultati biti objavljeni (ako je primjenjivo).

Dužina upitnika: Pokušajte održati upitnik što kraćim, ali da prikupi sve relevantne podatke. Dugački upitnici (preko 10-15 minuta) mogu dovesti do odustajanja ispitanika ili površnih odgovora pri kraju. Radije se fokusirajte na ključna pitanja koja su direktno vezana uz ciljeve istraživanja.



Planiranje uzorka i distribucije

HVALA NA PAŽNJI! 😊

