**VISOKO UČILIŠTE ALGEBRA**
ZAGREB, REPUBLIKA HRVATSKA

**Dominik Despot**

**Mentor: Nebojša Stanić**

**Provođenje primarnog istraživanja**

Seminarski rad

Zagreb, lipanj 2023.

# Sadržaj

[1. Uvod 1](#_Toc136898852)

[2. Primarno istraživanje – opis 2](#_Toc136898853)

[2.1. Važnost primarnog istraživanja 2](#_Toc136898854)

[2.2. Detaljnije analize i zaključci 2](#_Toc136898855)

[2.3. Odabir prikladnih metoda prikupljanja podataka 3](#_Toc136898856)

[3. Ankete 3](#_Toc136898857)

[3.1. Primjena anketa 3](#_Toc136898858)

[3.2. Prednosti anketa 5](#_Toc136898859)

[3.3. Ograničenja anketa 6](#_Toc136898860)

[3.4. Stvaranje ankete 7](#_Toc136898861)

[3.5. Provođenje anketa 8](#_Toc136898862)

[3.5.1. Mediji za provođenje anketa 9](#_Toc136898863)

[3.6. Primjer provođenja ankete analize tržišta 11](#_Toc136898864)

[3.7. Primjer ankete: Istraživanje zadovoljstva korisnika mobilnih aplikacija 13](#_Toc136898865)

[4. Analiza podataka 14](#_Toc136898866)

[5. Etika u istraživanju 16](#_Toc136898867)

[5.1. Pristanak sudionika 16](#_Toc136898868)

[5.2. Povjerljivost podataka 16](#_Toc136898869)

[5.3. Manipulacija rezultatima 16](#_Toc136898870)

[5.4. Sukob interesa 17](#_Toc136898871)

[6. Zaključak 18](#_Toc136898872)

[Popis literature 1](#_Toc136898873)

# Sažetak

U ovom seminarskom radu opisan je proces provođenja primarnog istraživanja s posebnim obzirom na ankete. Cilj rada je objasniti važnost primarnog istraživanja i pružiti uvid u korake potrebne za uspješno provođenje anketa. Rad detaljno opisuje primjenu anketa u istraživanju tržišta, javnom mnijenju, zadovoljstvu korisnika, istraživanju zaposlenika te akademskim i sociološkim temama. Naglašava prednosti anketa, poput veličine uzorka, standardizacije, efikasnosti, anonimnosti, fleksibilnosti, širokog spektra tema i mogućnosti kvantitativne analize. Također se dotiče ograničenja anketa, uključujući pitanje odziva, ispravnosti odgovora i ograničene dubine razumijevanja. Rad također opisuje korake u stvaranju ankete, kao što su identifikacija ciljeva istraživanja, definiranje populacije i uzorka, te izrada pitanja i mjerenja. Kroz primjer istraživanja zadovoljstva korisnika mobilnih aplikacija, ilustrira se primjena anketa u istraživačkom procesu. Na kraju, rad se dotiče analize podataka dobivenih primarnim istraživanjem, naglašavajući razliku između kvalitativne i kvantitativne analize te važnost interpretacije rezultata za donošenje relevantnih zaključaka. Također su opisani ključni dijelovi etičkih aspekata provođenja primarnog istraživanja u svrhu osiguravanja provođenja istraživanja na transparentan i odgovoran način.

# Uvod

Primarno istraživanje predstavlja ključnu metodu prikupljanja podataka i informacija izravno od sudionika istraživanja. Ova metoda pruža istraživačima mogućnost prikupljanja specifičnih podatka koji su potrebni za istoimena istraživanja, omogućavajući dublje razumijevanje teme, fenomena ili problema koji se istražuje. Provođenje primarnog istraživanja zahtijeva od istraživača aktivno sudjelovanje u procesu kako bi pravilno prikupili, analizirali i interpretirali podatke.

Cilj ovog seminarskog rada je pružiti uvid u stvaranje i provođenje anketa kao glavnih metoda primarnog istraživanja. Naglasak će biti stavljen na korake koji su neophodni za uspješno provođenje ovih istraživačkih tehnika kao i na važnost kvalitete i pouzdanosti podataka dobivenih primarnim istraživanjem.

Prvo će se objasniti važnost primarnog istraživanja kao metode koja omogućava stjecanje originalnih podataka. Prikazat ćemo kako primarno istraživanje doprinosi većem razumijevanju istraživačkih problema te omogućava detaljnije analize i donošenje zaključaka. Također će se naglasiti važnost odabira prikladnih metoda prikupljanja podataka u skladu s istraživačkim pitanjem.

Nakon obrađuje se provođenje anketa. Ovaj dio će obuhvatiti korake potrebne za stvaranje ankete, kao što su identifikacija ciljeva istraživanja, definiranje populacije i uzorka, te izrada pitanja i mjerenja. Također se istražuju različiti načini distribucije anketa i objašnjava kako pripremiti sudionike i provesti analizu podataka dobivenih iz ankete. Kroz primjer istraživanja zadovoljstva korisnika mobilnih aplikacija, ilustrira se primjena ankete u istraživačkom procesu.

Opisuje se i analiza podataka dobivenih primarnim istraživanjem. Objašnjava se razlika između kvalitativne i kvantitativne analize podataka te ističe se važnost interpretacije rezultata u svrhu dobivanja relevantnog zaključka.

Posljednje, prolazi se kroz korake etičkog aspekta istraživanja kako bismo osigurali transparentan i odgovoran način provođenja istraživanja.

# Primarno istraživanje – opis

U ovom poglavlju opisuje se važnost primarnog istraživanja, njegova uloga u stjecanju originalnih podataka te se naglašava važnost odabira prikladnih metoda prikupljanja podataka u skladu s istraživačkim pitanjem. Primarno istraživanje igra ključnu ulogu u stjecanju originalnih podataka i doprinosi većem razumijevanju istraživačkih problema. Primarnim istraživanjem istraživači ostvaruju neposredan pristup autentičnim informacijama, što omogućava detaljnije analize i donošenje informiranih zaključaka. Odabir prikladnih metoda prikupljanja podataka je ključan kako bi se osigurala relevantnost i kvaliteta prikupljenih podataka. Kombinacija primarnog istraživanja s drugim istraživačkim metodama pruža šire perspektive i dublje uvide u istraživane teme.

## Važnost primarnog istraživanja

Primarno istraživanje pruža istraživačima mogućnost da prikupe izravne i autentične podatke koji su specifični za njihovo istraživačko područje, omogućava istraživačima da pristupe izvoru informacija i dobiju neposredan uvid u kontekst koji proučavaju. Time se osigurava veća relevantnost i preciznost podataka, što rezultira dubljim razumijevanjem istraživačkih problema.

## Detaljnije analize i zaključci

Primarno istraživanje omogućava istraživačima da provedu detaljne analize i dubinske studije koje su usmjerene na specifična pitanja istraživanja. Kroz prikupljanje originalnih podataka, istraživači imaju kontrolu nad procesom istraživanja te mogu prilagoditi svoje taktike i strategije prikupljanja podataka kako bi ostvarili odgovore na svoja istraživačka pitanja. Ova fleksibilnost omogućuje istraživačima da istraže različite aspekte problema, identificiraju uzročno-posljedične veze i izvedu temeljitije zaključke.

## Odabir prikladnih metoda prikupljanja podataka

Odabir prikladnih metoda prikupljanja podataka ključno je za uspješno izvođenje primarnog istraživanja. Istraživači trebaju pažljivo odabrati metode prikupljanja podataka koje su najbolje usklađene s njihovim istraživačkim pitanjima i ciljevima. Moguće metode uključuju anketiranje, intervjuiranje, opservaciju, eksperimentiranje ili fokusne grupe. Pravilan odabir metoda osigurava relevantne i kvalitetne podatke, što pridonosi većem razumijevanju istraživačke teme.

# Ankete

Ankete su jedna od najčešće korištenih metoda primarnog istraživanja i koriste se za prikupljanje podataka od sudionika putem postavljenih pitanja. Ova metoda omogućuje istraživačima prikupljanje kvantitativnih i kvalitativnih podataka, što omogućuje analizu i donošenje zaključaka.

## Primjena anketa

U ovoj sekciji opisuju se različite primjene anketa u istraživačkom procesu. Neke od kojih su:

* Istraživanje tržišta

Ankete imaju ključnu ulogu u istraživanju tržišta jer pružaju podatke o stavovima, potrebama i preferencijama potrošača. Marketinške tvrtke i proizvođači koriste ankete kako bi razumjeli ciljno tržište, identificirali potencijalne kupce, istražili konkurenciju i procijenili uspješnost marketinških kampanja. Ovi podaci pomažu u oblikovanju proizvoda, razvoju strategija prodaje i marketinškim planovima.

* Javno mnijenje i politička istraživanja

Ankete se često koriste za mjerenje javnog mnijenja i istraživanje političkih stavova. Politolozi, sociolozi i novinari koriste ankete kako bi proučavali političke preferencije, stavove prema vladinim politikama i javnoj politici te za predviđanje izbornih rezultata. Ovi podaci su od vitalnog značaja za razumijevanje političkih trendova i donošenje informiranih odluka.

* Istraživanje zadovoljstva korisnika

Ankete se često koriste za mjerenje zadovoljstva korisnika usluga ili proizvoda. Tvrtke koriste ankete kako bi prikupile povratne informacije od korisnika kako bi time procijenile kvalitetu svojih proizvoda ili usluga, identificirale područja za poboljšanje i održale visoku razinu zadovoljstva korisnika. Ovi podaci pomažu tvrtkama u izgradnji jakih odnosa s klijentima i održavanju konkurentnosti na tržištu.

* Istraživanje zaposlenika

Ankete se često koriste za mjerenje zadovoljstva zaposlenika, angažmana, motivacije i radnih uvjeta. Poslodavci koriste ankete kako bi prikupili povratne informacije od zaposlenika kako bi identificirali probleme u radnom okruženju, otkrili područja za poboljšanje tima i organizacije te razvili strategije za poboljšanje produktivnosti i zadovoljstva zaposlenika. Takvi podaci pomažu u izgradnji pozitivnog radnog okruženja i održavanju visoke razine radne učinkovitosti.

* Istraživanje akademskih i socioloških tema

Ankete se široko koriste u istraživanju akademskih i socioloških tema. Sociolozi, psiholozi i istraživači koriste ankete za prikupljanje kvantitativnih podataka o stavovima, ponašanju i demografskim karakteristikama populacije koju proučavaju. Ovi podaci pomažu u stvaranju statistički relevantnih nalaza i potvrđivanju ili pobijanju hipoteza u istraživanju.

## Prednosti anketa

Prednosti anketa uključuju:

* Veličinu uzorka

Ankete omogućuju prikupljanje podataka od velikog broja sudionika. Veće količine ispitanika osiguravaju veću reprezentativnost rezultata i veću statističku pouzdanost.

* Standardizacija

Ankete omogućuju standardizaciju pitanja i mjernih skala. To znači da svi sudionici dobivaju ista pitanja na isti način, što olakšava usporedbu i analizu rezultata.

* Efikasnost

Ankete su efikasan način prikupljanja podataka. Sudionici mogu brzo i jednostavno ispuniti ankete u vlastitom vremenu i prostoru.

* Anonimnost

Ankete pružaju mogućnost sudionicima da ostanu anonimni. To može potaknuti iskrenost i otvorenost u odgovorima, posebno kada se istražuju osjetljive teme.

* Fleksibilnost

Ankete mogu biti prilagođene specifičnim potrebama istraživanja. Istraživači mogu odabrati vrste pitanja, mjernih skala i načina distribucije koji su najprikladniji za njihovo istraživanje.

* Širok spektar tema

Ankete mogu pokrivati različite teme i aspekte, od demografskih informacija do stavova, mišljenja, preferencija i ponašanja sudionika. To omogućuje istraživanje različitih područja i pružanje uvida u različite aspekte ljudskog ponašanja i društvenih fenomena.

* Mogućnost kvantitativne analize

Ankete pružaju kvantitativne podatke koji se mogu analizirati statističkim metodama. To omogućuje kvantifikaciju i objektivnu evaluaciju rezultata što olakšava donošenje informiranih odluka i izvlačenje zaključaka iz prikupljenih podataka.

## Ograničenja anketa

* Odaziv

Jedan od glavnih izazova kod anketa je osiguranje visokog odziva. Sudionici mogu odlučiti ne ispuniti anketu ili pružiti nepotpune ili netočne odgovore. Niska stopa odziva može dovesti do nepouzdanih rezultata.

* Pitanje ispravnosti odgovora

Sudionici mogu biti pod utjecajem pristranosti ili nesvjesno pogrešno interpretirati pitanja. Također, postoji mogućnost da sudionici daju odgovore koji su socijalno prihvatljivi ili očekivani, umjesto iskrenih odgovora.

* Ograničena dubina razumijevanja

Ankete često nude ograničenu dubinu razumijevanja, posebno kada se koriste zatvorena pitanja. Istraživači mogu propustiti detaljnije i kontekstualne informacije koje bi bile dostupne kroz druge metode primarnog istraživanja, poput intervjua.

* Pitanje odziva

Jedan od glavnih izazova kod anketa je osiguranje visokog odziva. Sudionici mogu odlučiti ne ispuniti anketu ili pružiti nepotpune ili netočne odgovore. Niska stopa odziva može dovesti do nepouzdanih rezultata.

## Stvaranje ankete

Stvaranje ankete predstavlja ključni korak u procesu provođenja primarnog istraživanja putem anketa. Ovaj korak uključuje identifikaciju ciljeva istraživanja, definiranje populacije i uzorka, te izradu pitanja i mjerenja. Precizno oblikovanje ankete osigurat će relevantne i pouzdane podatke koji će biti korisni za analizu i donošenje zaključaka.

* Identifikacija ciljeva istraživanja

Prije stvaranja ankete, istraživač mora jasno definirati ciljeve istraživanja. Ciljevi trebaju biti specifični, mjerljivi, ostvarivi, relevantni i vremenski ograničeni (tzv. SMART ciljevi). Razumijevanje ciljeva omogućit će usmjerenost i fokusiranje ankete na ključne aspekte istraživanja.

* Definiranje populacije i uzorka

Potrebno je definirati populaciju koju želite istraživati. Populacija predstavlja skup ljudi ili entiteta koji dijele zajedničke karakteristike relevantne za istraživanje. Nakon definiranja populacije, odabire se uzorak koji će biti obuhvaćen anketom. Uzorak treba biti reprezentativan za populaciju kako bi rezultati bili generalizirani.

* Izrada pitanja i mjerenja

Ključni korak u stvaranju ankete je izrada pitanja i odgovarajućih mjernih skala. Pitanja trebaju biti jasna, razumljiva, neutralna i relevantna za istraživački cilj. Istraživač može koristiti različite vrste pitanja poput otvorenih, zatvorenih, višestrukih izbora, ljestvica raspona i sl. Također, treba voditi računa o redoslijedu pitanja, izbjegavati dvostruka pitanja ili pristranost u formulaciji.

* Predtestiranje ankete:

Predtestiranje ankete je važan korak prije konačnog izdanja. To uključuje provjeru razumljivosti, ispravnosti i relevantnosti pitanja putem manjeg uzorka sudionika. Predtestiranje omogućava identifikaciju potencijalnih problema i mogućnosti poboljšanja prije glavnog provođenja ankete.

Kroz pažljivo stvaranje ankete, istraživači mogu osigurati da pitanja budu usklađena s istraživačkim ciljevima, relevantna za populaciju i mjerljiva. Ovaj korak je ključan za dobivanje visokokvalitetnih podataka putem anketa koji će biti temelj za analizu i interpretaciju rezultata.

## Provođenje anketa

U ovom poglavlju opisuju se koraci potrebni za uspješno provođenje anketa.

* Izbor načina distribucije

Prvi korak u provođenju ankete je odabir načina distribucije. Postoje različite metode distribucije, kao što su online ankete, papirnate ankete, telefonske ankete ili osobno provođenje anketa. Izbor načina distribucije ovisi o ciljnoj populaciji, dostupnim resursima, praktičnosti i opsegu prikupljanja podataka.

* Priprema sudionika

Prije nego što sudionici započnu s ispunjavanjem ankete, važno je osigurati da budu pravilno upućeni i informirani. To uključuje davanje jasnog uvodnog obrazloženja o svrsi ankete, anonimnosti i povjerljivosti prikupljenih podataka, vremenskom okviru za ispunjavanje ankete i kako se nositi s eventualnim pitanjima ili nedoumicama.

* Prikupljanje podataka

Nakon što je anketa dostavljena sudionicima, provodi se proces prikupljanja podataka. Sudionici mogu ispunjavati ankete samostalno ili s pomoći istraživača, ovisno o odabranom načinu distribucije. Važno je osigurati da sudionici ispunjavaju ankete ispravno i temeljito te da ne propuste nijedno pitanje.

* Analiza podataka[[1]](#footnote-1)

Nakon prikupljanja podataka, slijedi analiza podataka dobivenih iz anketa. Ovisno o prirodi podataka, primjenjuju se različite metode analize. Kvalitativna analiza uključuje tematsku analizu otvorenih odgovora, dok se kvantitativna analiza koristi za statističku obradu zatvorenih pitanja. Analiza podataka omogućava dobivanje kvantitativnih i/ili kvalitativnih rezultata, koje je moguće interpretirati i donijeti zaključke.

### Mediji za provođenje anketa

Pri provođenju anketa, istraživači imaju različite medije na raspolaganju za distribuciju anketa sudionicima. Izbor odgovarajućeg medija ovisi o ciljnoj populaciji, dostupnosti resursa i preferencijama istraživača. U nastavku su navedeni neki od medija koji se često koriste za provođenje anketa:

* Online ankete

Online ankete su postale popularan medij za provođenje anketa zbog svoje praktičnosti, brzine i širokog dosega. Istraživači mogu koristiti specijalizirane platforme za izradu i distribuciju anketa poput Google Forms, SurveyMonkey ili Typeform. Sudionici mogu pristupiti anketi putem interneta koristeći svoje računalo, pametni telefon ili tablet.

* Papirnate ankete

Papirnate ankete su tradicionalni medij za provođenje anketa i obično se koriste kada je ciljna populacija ograničena na specifičnu grupu koja se lako može doseći na određenom fizičkom mjestu, kao što su konferencije, seminar, ili javna mjesta. Istraživači mogu distribuirati papirnate ankete sudionicima izravno ili putem pošte. Sudionici zatim ispunjavaju ankete ručno i vraćaju ih istraživaču.

* Telefonske ankete

Telefonske ankete su oblik intervjua putem telefona u kojem istraživač postavlja pitanja sudionicima, a bilježi njihove odgovore. Ova metoda je osobito korisna za postizanje visokog odziva i brzog prikupljanja podataka. Međutim, telefonske ankete mogu biti skuplje i složenije za provođenje, posebno ako je ciljna populacija široka i raznolika.

* Elektronička pošta

Elektronička pošta je još jedan medij koji se koristi za distribuciju anketa. Istraživači mogu slati ankete putem e-pošte sudionicima koji su prethodno identificirani ili su već uključeni u njihovu bazu podataka. Sudionici mogu otvoriti e-poštu, pristupiti anketi putem poveznice i ispuniti je online.

* Društveni mediji

Društveni mediji, poput Facebook-a, Twitter-a, Instagram-a i LinkedIn-a, također mogu biti učinkovit medij za distribuciju anketa. Istraživači mogu podijeliti anketu na svojim društvenim mrežama ili je promovirati putem plaćenih oglasa kako bi dosegnuli širu publiku. Sudionici mogu pristupiti anketi putem objave na društvenim medijima i sudjelovati u njoj.

Pri odabiru medija za provođenje anketa, važno je uzeti u obzir karakteristike ciljne populacije, dostupnost tehnologije, vrijeme, resurse i ciljeve istraživanja. Također je važno osigurati da odabrani medij pruža dovoljnu anonimnost i povjerljivost sudionicima ankete kako bi se potaknula iskrenost i pouzdanost odgovora.

## Primjer provođenja ankete analize tržišta

Analiza tržišta je važan proces koji omogućuje istraživačima da razumiju potrebe, preferencije i ponašanje potrošača u određenom tržišnom segmentu. Jedan od načina za prikupljanje podataka za analizu tržišta je putem anketa. Ovo poglavlje pružit će smjernice za provedbu ankete za analizu tržišta i objasniti ključne korake u izradi i provođenju takve ankete.

* Postavljanje ciljeva istraživanja

Prije izrade ankete, ključno je postaviti jasne ciljeve istraživanja. U kontekstu analize tržišta, ciljevi mogu uključivati razumijevanje preferencija potrošača, svijesti o brendu, mišljenja o konkurenciji, cjenovne osjetljivosti i slično. Postavljanje jasnih ciljeva pomaže usmjeriti dizajn ankete i odabrati relevantna pitanja.

* Odabir uzorka

Prije provođenja ankete, potrebno je odabrati reprezentativni uzorak sudionika koji će sudjelovati u istraživanju. Uzorak treba biti reprezentativan za ciljnu populaciju koju istražujemo, kako bi rezultati bili relevantni i pouzdani. Odabir uzorka može se provesti slučajnim uzorkovanjem, stratificiranim uzorkovanjem ili nekim drugim metodama, ovisno o dostupnim resursima i specifičnostima istraživanja.

* Dizajniranje ankete

Dizajn ankete trebao bi biti temeljit i pažljivo osmišljen kako bi prikupio relevantne i pouzdane podatke. Anketa može sadržavati kombinaciju otvorenih pitanja (gdje sudionici slobodno izražavaju svoje mišljenje) i zatvorenih pitanja (gdje sudionici biraju između ponuđenih opcija). Također je važno voditi računa o redoslijedu pitanja, kako bi se osiguralo da sudionici ne budu pristrani u svojim odgovorima.

* Provođenje ankete

Anketa se može provesti na različite načine, ovisno o dostupnim resursima i ciljnoj populaciji. To može uključivati online ankete putem interneta, telefonske ankete ili osobno provođenje ankete. Važno je osigurati da sudionici dobiju jasne upute o tome kako ispuniti anketu i da imaju dovoljno vremena i privatnosti za pružanje odgovora.

* Analiza podataka

Nakon što su ankete prikupljene, slijedi analiza podataka. Analiza može uključivati kvantitativne metode, poput statističke analize odgovora, kao i kvalitativne metode, poput kategoriziranja i analize otvorenih odgovora. Cilj analize je izvući relevantne spoznaje iz prikupljenih podataka i identificirati obrasce i trendove koji će pomoći u razumijevanju tržišta.

* Interpretacija rezultata

Konačni korak u analizi tržišta putem ankete je interpretacija rezultata. Istraživači trebaju pažljivo razmotriti rezultate istraživanja, usporediti ih s postavljenim ciljevima istraživanja i izvući zaključke. Ti zaključci mogu se koristiti za donošenje informiranih poslovnih odluka, poboljšanje proizvoda ili usluga i razvoj marketinških strategija.

Anketa je moćan alat za analizu tržišta jer omogućuje prikupljanje podataka izravno od potrošača. Pažljivo planiranje, dizajniranje i provođenje ankete ključni su za dobivanje relevantnih i pouzdanih rezultata. Analiza i interpretacija prikupljenih podataka omogućuju istraživačima da steknu uvid u tržište, razumiju potrebe potrošača i donesu informirane poslovne odluke.

## Primjer ankete: Istraživanje zadovoljstva korisnika mobilnih aplikacija

Kako bi ilustrirali primjenu anketa, razmotrit ćemo primjer istraživanja zadovoljstva korisnika mobilnih aplikacija. Cilj istraživanja je utvrditi stavove i mišljenja korisnika o kvaliteti i funkcionalnosti mobilnih aplikacija. Anketa bi se sastojala od niza pitanja koja obuhvaćaju različite aspekte korisničkog iskustva. U nastavku su navedeni primjeri pitanja koja bi se mogla koristiti u istraživanju:

1. Molimo Vas da ocijenite korisničko sučelje mobilne aplikacije na ljestvici od 1 do 5, pri čemu 1 označava "vrlo nezadovoljan" a 5 "vrlo zadovoljan".
2. Koje funkcije mobilne aplikacije najčešće koristite?

a) Pregledavanje proizvoda/usluga

b) Kupovina proizvoda/usluga

c) Praćenje narudžbi/statusa

d) Korištenje kupon kodova/akcija

e) Interakcija s korisničkom podrškom

f) Ostalo (molimo navedite)

1. Molimo Vas da ocijenite brzinu učitavanja mobilne aplikacije na ljestvici od 1 do 5, pri čemu 1 označava "vrlo sporo" a 5 "vrlo brzo".
2. Koja je Vaša razina zadovoljstva dostupnošću funkcija mobilne aplikacije?

a) Vrlo nezadovoljan/nezadovoljna

b) Nezadovoljan/nezadovoljna

c) Neutralan/neutralna

d) Zadovoljan/zadovoljna

e) Vrlo zadovoljan/zadovoljna

1. Molimo Vas da ocijenite kvalitetu korisničke podrške mobilne aplikacije na ljestvici od 1 do 5, pri čemu 1 označava "vrlo loša" a 5 "vrlo dobra".

Ovaj primjer ankete obuhvaća različite aspekte korisničkog iskustva mobilnih aplikacija, uključujući sučelje, funkcionalnosti, brzinu, dostupnost i podršku. Ovo su samo neka od mogućih pitanja koja bi se mogla koristiti u istraživanju zadovoljstva korisnika mobilnih aplikacija. Pri stvaranju ankete, važno je osigurati jasno formulirana pitanja koja su relevantna za istraživačke ciljeve i pružaju korisne informacije za analizu i donošenje zaključaka.

Nakon prikupljanja podataka putem ankete, slijedi analiza rezultata koja će omogućiti identifikaciju trendova, utvrđivanje razina zadovoljstva i prepoznavanje područja koja zahtijevaju poboljšanje.

# Analiza podataka

Analiza podataka je ključni korak u primarnom istraživanju putem anketa. Nakon prikupljanja podataka od sudionika, istraživači provode analizu kako bi dobili uvid u rezultate istraživanja. Ova analiza omogućuje tumačenje podataka, identifikaciju trendova, donošenje zaključaka i prepoznavanje implikacija rezultata. U ovom poglavlju opisuje se nekoliko važnih koraka u analizi podataka prikupljenih putem anketa.

* Uređivanje i priprema podataka:

Prvi korak u analizi podataka je uređivanje i priprema prikupljenih podataka. To uključuje provjeru i uklanjanje potencijalnih pogrešaka, popunjavanje praznih vrijednosti, provjeru dosljednosti odgovora i provjeru kvalitete podataka. Također je važno kodiranje kategorija odgovora kako bi se omogućila statistička analiza.

* Deskriptivna statistika

Nakon pripreme podataka, provodi se deskriptivna statistika kako bi se opisali osnovni parametri podataka. To uključuje izračunavanje srednje vrijednosti, standardne devijacije, frekvencija i udjela za svako pitanje u anketi. Deskriptivna statistika pruža uvid u rasprostranjenost odgovora, centralne tendencije i varijabilnost podataka.

* Analiza odnosa i povezanosti

Sljedeći korak u analizi podataka je provođenje analize odnosa i povezanosti između varijabli. To uključuje primjenu statističkih metoda poput korelacijske analize ili analize varijance (ANOVA) kako bi se istražili odnosi između različitih varijabli. Na primjer, može se provesti korelacijska analiza između zadovoljstva korisnika i različitih aspekata mobilne aplikacije kako bi se utvrdilo postoji li statistički značajna veza između njih.

* Tematska analiza kvalitativnih podataka

Ako su u anketi uključena i otvorena pitanja koja omogućuju slobodne odgovore sudionika provodi se tematska analiza kvalitativnih podataka. Ova analiza uključuje identifikaciju tema, uzoraka i trendova unutar odgovora sudionika. Koristeći metode kao što su kodiranje, kategorizacija i interpretacija, istraživači mogu dobiti dublji uvid u kvalitativne aspekte istraživanja.

* Interpretacija rezultata

Konačni korak u analizi podataka je interpretacija rezultata. Istraživači analiziraju prikupljene podatke, razmatrajući statističku značajnost, dobivene trendove i povezanosti između varijabli. Interpretacija rezultata omogućuje donošenje zaključaka, davanje odgovora na istraživačka pitanja i identificiranje preporuka za daljnje djelovanje.

Analiza podataka iz ankete pruža dublji uvid u dobivene rezultate i pomaže istraživačima u donošenju informiranih zaključaka. Kombinacija kvantitativnih i kvalitativnih metoda analize omogućuje obuhvatno razumijevanje podataka i njihovu interpretaciju u kontekstu istraživačkih ciljeva.

# Etika u istraživanju

Etika je temeljni aspekt svakog istraživanja i igra ključnu ulogu u zaštiti prava i dobrobiti sudionika istraživanja, kao i integriteta istraživanja i povjerenja javnosti. Poglavlje 3 će se baviti etičkim pitanjima koja se javljaju tijekom istraživanja, uključujući pitanja pristanka sudionika, povjerljivosti podataka, manipulacije rezultatima i sukoba interesa.

## Pristanak sudionika

Jedan od osnovnih principa etičkog istraživanja je slobodna i informirana privola sudionika. To znači da sudionici istraživanja trebaju biti dobro informirani o svrsi istraživanja, potencijalnim rizicima i koristima te imaju pravo odlučiti hoće li sudjelovati ili ne. Istraživači moraju osigurati da pristanak sudionika bude dobrovoljan, bez ikakvog pritiska ili prisile. Također, pristanak treba biti dokumentiran pisanom formom kako bi se izbjegli eventualni sporovi u budućnosti.

## Povjerljivost podataka

Povjerljivost podataka je ključni dio etičkog istraživanja. Sudionici trebaju imati povjerenje da će njihovi osobni podaci biti zaštićeni i da će biti korišteni samo u svrhu istraživanja. Istraživači moraju osigurati da podaci budu anonimizirani i da ne postoji mogućnost identifikacije pojedinaca na temelju prikupljenih podataka. Također, istraživači trebaju osigurati sigurnu pohranu podataka kako bi se izbjegla zloupotreba ili neovlašteni pristup.

## Manipulacija rezultatima

Etika istraživanja zahtijeva da istraživači budu pošteni i transparentni u prikazivanju rezultata istraživanja. Manipulacija rezultatima, uključujući selektivno izvještavanje ili prikazivanje samo pozitivnih rezultata, nepotpuno izvještavanje ili krivotvorenje podataka ozbiljno narušava integritet istraživanja. Istraživači moraju biti svjesni svoje odgovornosti u prikazivanju objektivnih i točnih rezultata čak i ako ti rezultati nisu u skladu s njihovim očekivanjima ili željama.

## Sukob interesa

Sukob interesa može utjecati na objektivnost i integritet istraživanja. Sukob interesa može proizaći iz financijskih veza, profesionalnih odnosa ili osobnih uvjerenja istraživača koji mogu utjecati na rezultate istraživanja. Istraživači moraju biti transparentni i otkriti moguće sukobe interesa kako bi sudionici i javnost mogli procijeniti vjerodostojnost i nepristranost rezultata istraživanja.

Etika je temeljni princip istraživanja i ključna zaštita prava i dobrobiti sudionika. Istraživači moraju biti svjesni etičkih smjernica i principa te ih primjenjivati ​​u svim fazama istraživanja. Pristanak sudionika, povjerljivost podataka, poštenost u prikazivanju rezultata i izbjegavanje sukoba interesa ključni su elementi etičkog istraživanja. Poštivanje ovih principa pomaže u održavanju povjerenja u istraživanje, promicanju dobrobiti sudionika i stvaranju relevantnih i pouzdanih rezultata.

# Zaključak

Primarno istraživanje predstavlja važan alat za prikupljanje podataka o stavovima, mišljenjima i ponašanju sudionika. U ovom seminarskom radu posebna pažnje pridana je provođenje primarnog istraživanja kroz ankete, s posebnim fokusom na korake potrebne za stvaranje i provođenje anketa te analizu prikupljenih podataka.

Stvaranje ankete započinje jasnom definicijom istraživačkih ciljeva kako bi se osigurala relevantnost i usmjerenost istraživanja. Odabir relevantnih pitanja je ključan korak u stvaranju ankete, a ta pitanja trebaju biti formulirana jasno i precizno kako bi se osigurala razumljivost i dosljednost odgovora.

Provođenje anketa uključuje odabir odgovarajuće uzorkovane populacije, distribuciju anketa i prikupljanje odgovora. Važno je koristiti različite kanale distribucije kako bi se osiguralo da anketa dosegne željenu populaciju. Također je bitno osigurati anonimnost i povjerljivost podataka kako bi se potaknula iskrenost i otvorenost sudionika.

Analiza podataka prikupljenih putem anketa uključuje uređivanje i pripremu podataka, deskriptivnu statistiku, analizu odnosa i povezanosti, te tematsku analizu kvalitativnih podataka. Ove metode omogućuju istraživačima da dobiju uvid u dobivene rezultate, identificiraju trendove, donesu zaključke i izvuku preporuke za daljnje djelovanje.

Primarno istraživanje putem anketa pruža vrijedne informacije i uvid u stavove i mišljenja sudionika. Međutim, važno je imati na umu da su ankete samo jedna od mogućih metoda prikupljanja podataka i da svaka metoda ima svoje prednosti i ograničenja.

Također je bitno držati na umu sve etičke odgovornosti kojih se istraživači moraju pridržavati tijekom izrade, implementacije i provedbe istraživanja.

U zaključku, primarno istraživanje putem anketa je koristan alat za prikupljanje podataka i stjecanje uvida u istraživačka pitanja. Pažljivo planiranje i provođenje anketa, kao i analiza prikupljenih podataka, ključni su za dobivanje relevantnih i pouzdanih rezultata, dodatno, primarno istraživanje putem anketa pruža temelj za donošenje informiranih odluka i poboljšanje poslovnih ili istraživačkih aktivnosti.

# Popis literature

[1] Stanić, Nebojša: „*Provođenje primarnog istraživanja*“

[2] Webster, James G.; Phalen, F. Patricia; Lichty, Lawrence W.: „*Rating Analysis: The Theory and Practice of Audience Research*“, 2000.

[3] Bradburn, Norman M.; Sudman, Seymour: „*Polls and Survery: Understanding What They Tell Us*“, 1988.

1. Više u poglavlju ***4. Analiza podataka*** [↑](#footnote-ref-1)