



Качественные методы исследования: значение, обработка и анализ данных

Качественное исследование - это

- получение глубокой, развернутой информации о предмете исследования
- понимание, объяснение и интерпретация эмпирических данных
- источник формирования гипотез и продуктивных идей

Качественные методы исследования позволяют:

- Получить глубинную информацию
- Ответить на вопросы – как? почему?
- Получить информацию о мотивах поведения, установках людей
- Достигнуть гибкости в сборе данных и последующего анализа

Сферы применения качественных методов исследования

- Получение реальной картины мнений
- Корректировка вопросов анкеты количественного социологического исследования
- Тестирование материалов для рекламной или политической кампании (листовок, плакатов, аудио- и видеороликов, статей, программных положений)
- Диагностика восприятия имиджа, фирменного, поведенческого стиля
- Выработка путей улучшения
- Диагностика поведения социальных групп

Наибольшее применение качественных методов

- оценка проектов, программ
- решение практических задач по анализу общественного мнения в сфере СМИ
- решение практических задач по анализу общественного мнения в сфере маркетинга-анализ:
 - моделей потребления, покупательского поведения и факторов, определяющих выбор
 - отношения к продуктам, брендам и компаниям
 - степени удовлетворенности существующими продуктами

Методы качественных исследований

- Кабинетное исследование
- Экспертные опросы
- Групповые дискуссии (фокус группы)
- Наблюдение
- Интервью

Кабинетное исследование

- Сбор необходимой информации при помощи обзора официальных документов из частных и государственных источников, СМИ
- Обработка существующей вторичной информации, данных, собранных ранее для целей, отличных от решаемой в настоящий момент проблемы

Экспертные опросы

- Компетентное участие специалистов в анализе и решении рассматриваемой проблемы
- Респонденты — эксперты — высококвалифицированные специалисты в определенной области деятельности

Экспертные опросы: применение

- прогноз развития того или иного явления
- оценка степени достоверности массового опроса
- сбор предварительной информации о проблеме исследования
- в ситуациях, когда массовый опрос простых респондентов не возможен/не эффективен

Фокус-группа

- Глубинное интервьюирование представителей целевой аудитории
- **Цель:** выяснение отношения участников к изучаемой теме или проблеме

Фокус-группа: применение

- Формирование/корректировка анкеты для опроса
- Получение информации о влиянии процессов в обществе
- Тестирование рекламной продукции
- Изучение отношения потребителей к товарам, торговым маркам, производителям
- Разработке коммуникативной стратегии, позиционировании товара или услуги

Наблюдение

- Целенаправленное, систематизированное восприятие и регистрация явления исследователем
- Характеризует состояние объекта здесь и сейчас
- Помогает избежать влияние респондента на информацию

Наблюдение: применение

- Получение предварительного материала о социальном объекте
- Получение первичной информации по какой-либо проблеме

Интервью

- Целенаправленная дискуссия или беседа между двумя и более людьми
- Цель: получить от этих людей определённого рода информацию

Обработка и анализ данных качественного исследования

- Расшифровка записей
- Обработка расшифрованных записей
- Анализ обработанных записей
- Написание аналитического отчета

АНАЛИЗ ДАННЫХ

Фокус анализа

- особенное, частное, микроанализ
- описание событий, случаев
- в центре внимания – человек:
внутреннее, субъективное

АНАЛИЗ ДАННЫХ

Единицы анализа

- субъективные значения, чувства

АНАЛИЗ ДАННЫХ

Логика анализа

- индуктивная: от факта из рассказов жизни к концепции

АНАЛИЗ ДАННЫХ

Валидность (надежность)

- реальное насыщение информации



ПРЕИМУЩЕСТВА

- НИЗКАЯ СТОИМОСТЬ
- быстрота
- гибкость



Спасибо за внимание!