



Kvantitativ forskning sammenlignet med kvalitativ forskning

Lær om forskellene mellem kvalitative data og kvantitative data.

Kvantitativ og kvalitativ forskning er komplementerende metoder, som du kan kombinere i dine spørgeundersøgelser for at få både vidtrækkende og dybe resultater.

Helt enkelt kan det siges, at med kvantitative data kan du bevise de brede, generelle pointer i din undersøgelse. Med kvalitative data får du detaljerne og dybden til at forstå hele billedet.

Det er vigtigt at du forstår forskellen mellem disse metoder, hvis du vil have de bedste resultater fra dem i dine spørgeundersøgelser. Lad os se på det.

Hvad er forskellen mellem kvantitativ forskning og kvalitativ forskning?

Definitionen på kvantitativ forskning

Kvantitative data er designede til at indsamle kolde, hårde fakta. Tal. Kvantitative data er strukturerede og statistiske. De giver støtte, når du har brug for at trække generelle konklusioner fra din undersøgelse.

Definitionen på kvalitativ forskning

Kvalitative data indsamler oplysninger, som søger at beskrive et emne hellere end at måle det. Tænk på indtryk, meninger og synspunkter. En kvalitativ spørgeundersøgelse er mindre struktureret: Den søger at gå i dybden med emnet for at opnå information om hvad der motiverer folk, deres tankegang og holdninger. Mens dette giver dyb forståelse af dine undersøgelsesspørgsmål, gør det også resultaternes **sværere at analysere**.



Her skal du bruge kvalitativ sammenlignet med kvantitativ forskning

Kvantitative data kan hjælpe dig med at se hele billedet. Kvalitative data giver detaljerne, og kan også give resultaterne af din spørgeundersøgelse en menneskelig stemme.

Lad os se på, hvordan hver metode kan bruges i et undersøgelsesprojekt.

- **Formulering af hypoteser:** Kvalitative undersøgelser hjælper dig med at indsamle detaljerede oplysninger om et emne. Du kan bruge det til at starte din undersøgelse med ved at opdage de problemer eller muligheder, som folk tænker på. Disse ideer kan blive hypoteser, som bevises via kvantitative undersøgelser.

- **Validering af dine hypoteser:** Kvantitative undersøgelser giver dig tal, som du kan anvende i statistiske analyser for at validere dine hypoteser. Var det problem virkeligt, eller bare nogens opfattelse? De hårde fakta, som du har fundet, giver dig mulighed for at foretage beslutninger på grundlag af objektive observationer.

- **Find generelle svar:** Kvantitative undersøgelser har typisk flere respondenter end kvalitative undersøgelser, da det er nemmere at udføre en spørgeundersøgelse med multiple-choice end en række interviews eller [fokusgrupper](#). Derfor kan kvantitative undersøgelser hjælpe dig med at besvare brede spørgsmål som: Foretrækker dine kunder dig fremfor dine konkurrenter? [Hvilken reklame](#) er mest appellerende?

- **Inkludering af det menneskelige element:** Kvalitative undersøgelser kan også hjælpe i dit projekts sidste faser. De kvoter, du fik fra åbne spørgsmål kan give de objektive tal og tendenser i dine resultater en menneskelig stemme. Ofte hjælper det at høre dine kunder beskrive din virksomhed med deres egne ord – det kan vise dine blinde punkter. Det får du med kvalitative data.



Sådan balances kvalitativ og kvantitativ forskning

Disse to undersøgelsesmetoder er ikke i konflikt med hinanden. De fungerer faktisk bedre sammen. I en verden bestående af vigtige data er der store mængder statistik og tal, som danner det stærke grundlag som dine beslutninger kan hvile på. Men det grundlag er ufuldendt uden de oplysninger, som er indsamlet fra virkelige personer, og som giver tallene mening.

Så hvordan kan du samle disse to typer forskning? Kvalitativ forskning er næsten altid et udgangspunkt, hvor dit mål er at opdage nye problemer og muligheder – hvilket hjælper dig med [udførelse af mere dybdegående undersøgelser](#) senere. Kvantitative data giver dig målinger, som bekræfter hvert problem eller mulighed – og forstår det.

Hvad med et eksempel?

Lad os antage, at du har afholdt en konference og du vil have feedback fra deltagerne. Du kan sikkert allerede måle mange aspekter med kvantitative undersøgelser, som f.eks. deltagelsesfrekvens, overordnet tilfredshed, talernes kvalitet, informationsværdi osv. Alle disse spørgsmål kan gives på en [lukket](#) og målbar måde.

Men du bør også give et par åbne, kvalitative undersøgelsesspørgsmål for at finde ud af, hvad du evt. har overset. Du kan bruge spørgsmål som for eksempel:

- Hvad kunne du bedst lide ved konferencen?
- Hvordan kan vi forbedre din oplevelse?
- Er der noget feedback om konferencen, som du synes, vi skal være bevidste om?

Hvis du opdager nogle fælles temaer i disse kvalitative spørgsmål, kan du beslutte at gå i dybden med dem, ændre din næste begivenhed og sikre, at du føjer kvantitative spørgsmål til disse emner efter den næste konference.

Lad os for eksempel sige at flere deltagere svarede, at deres mindst foretrukne ting om konferencen var lokaliteten, som var svært at komme frem til. Efter din næste konference kan din spørgeundersøgelse måske stille kvantitative spørgsmål, såsom hvor tilfredse var folk med den nye lokalitet, eller lade respondenterne vælge fra en liste med mulige lokaliteter, som de ville foretrække.



Åbne vs. lukkede spørgsmål

En god metode til at genkende, når du bør skifte fra én metode til en anden er at se på dine åbne spørgsmål og spørge dig selv, hvorfor du bruger dem.

Eksempel: Hvis du spørger: "Hvad er din mening om prisen på vores vaffelis?" giver folk dig feedback med deres egne ord, og du får måske nogle usædvanlige svar.

Hvis det ikke er det, du søger, kan du overveje at bruge et svar, som er nemt at kvantificere. Eksempel:

I forhold til vores konkurrenter, synes du så, at vores pris på vaffelis er:

- Højere
- Omkring de samme
- Lavere

Denne spørgsmålstype giver dine respondenter klarhed, og det giver dig ensartede data, som er nemme at [analysere](#).

Sådan får du kvalitative data

Der er mange metoder, som du kan bruge til at [udføre kvalitative undersøgelser](#), og som giver dig rigeligt detaljerede oplysninger om det emne, du har interesse i.

- Interviews. En-til-en-samtaler, som går i dybden med emnet.
 - Casestudier. Samlinger af kundehistorier fra dybdegående interviews.
 - Ekspertmeninger. Oplysninger i høj kvalitet fra velinformerede kilder.
 - Fokusgrupper. Samtaler med fysisk eller online tilstedeværelse med små grupper for at lytte til deres meninger om et produkt eller emne.
- Åbne spørgsmål i en spørgeundersøgelse. Et tekstfelt i en spørgeundersøgelse, hvor respondenter frit kan udtrykke sine tanker om emnet.
 - Observationsforskning. Observation af personer i deres vanemæssige rutiner for at forstå, hvordan de interagerer med for eksempel et produkt.



Denne åbne undersøgelsesmetode giver ikke altid de mest nøjagtige svar på store spørgsmål. Og det er svært at analysere resultatet, fordi folk bruger forskellige ord og fraser til at beskrive deres synspunkt taler måske slet ikke om de samme ting, hvis de får plads til at uddybe med deres svar.

I nogle tilfælde det være mere effektivt kun at bruge den kvantitative metode i dine spørgsmål.

Hvorfor indsamle kvantitative data?

Kvalitative undersøgelsesspørgsmål risikerer at være for vage

Undgå at forvirre dine respondenter ved at undgå spørgsmål som for eksempel "Hvad synes du om vores internettjeneste?" Du kan i stedet for stille et lukket, kvantitativt spørgsmål som i det følgende eksempel.

Internettjenesten er pålidelig.

- Altid
- Det meste af tiden
- Omkring halvdelen af tiden
- Ind i mellem
- Aldrig

Det tager længere tid at besvare kvalitative spørgsmål

Respondenter i spørgeundersøgelser har ikke altid tålmodighed til at reflektere over det, de bliver spurgt om og skrive lange svar, som nøjagtigt udtrykker deres holdninger. Det er meget hurtigere at vælge et af de færdige svarvalg i et spørgeskema. Brug af kvantitative spørgsmål hjælper dig med at få flere spørgsmål i din spørgeundersøgelse og flere svar på dem.

Kvantitative spørgsmål i spørgeundersøgelser er bare mere ... kvantificerbare

Selv ordsvar i lukkede spørgeskemaer kan tildeles numeriske værdier, som du senere konverterer til indikatorer og grafer. Dette betyder, at den overordnede datakvalitet er bedre. Husk, at de mest nøjagtige data fører dig til de bedst mulige beslutninger.



Eksempler på, hvordan kvalitative og kvantitative spørgsmål kan bruges

Vores [skabelon til kundetilfredshedsundersøgelse](#) har nogle gode eksempler på hvordan [kvalitative og kvantitative spørgsmål](#) kan fungere sammen for at give dig en komplet visning af hvordan det går med din virksomhed.

Kvantitative spørgsmål:

Hvor længe har du været kunde i vores virksomhed?

- Dette er mit første køb
- Mindre end seks måneder
- Seks måneder til et år
- 1-2 år
- 3 eller flere år
- Jeg har ikke købt noget endnu

Hvor sandsynligt er det, at du køber nogle af vores produkter igen?

- Særdeles sandsynligt
- Meget sandsynligt
- Nogenlunde sandsynligt
- Ikke særligt sandsynligt
- Slet ikke sandsynligt

Kvalitativt opfølgningsspørgsmål:

- Har du evt. yderligere kommentarer eller spørgsmål?

Det følgende er et andet eksempel fra vores [spørgeundersøgelser om medarbejderengagement](#).



Kvantitative spørgsmål:

Hvor ofte reagerer din supervisor konstruktivt, når du laver en fejl?

- Altid
- Det meste af tiden
- Omkring halvdelen af tiden
- En gang i mellem
- Aldrig

Kvalitativt spørgsmål:

- Hvad skal din supervisor gøre for at forbedre sin præstation?

Nu, da du er bekendt med definitionen på kvalitative og kvantitative data og forskellen på disse to undersøgelsesmetoder, kan du bedre forstå, hvordan du kan bruge dem sammen. Du kan bruge dem i dit næste projekt sammen med en af vores skabeloner til spørgeundersøgelser, som er skrevet af eksperter.

Vi har skabeloner til alle slags spørgsmål. [Se vores bibliotek med skabeloner til spørgeundersøgelser designet af eksperter.](#)