

Uuring ajakirja Sotsiaaltöö kaudu korraldatud sotsiaalvaldkonna erialase kommunikatsiooni ja teadmussiirde tegevuste edasiarendamiseks

Uuringupakkumus

Uuringu fookus

Kuidas jõuda sotsiaalvaldkonna spetsialistideni õige erialainfo ja sobivate kanalite kaudu nii, et see oleks neile päriselt kasulik?

Uuringu eesmärk

Uuringu eesmärk on kaardistada sotsiaalvaldkonna spetsialistide erialainfo vajadused, ajakirja Sotsiaaltöö sisu ja kanalite kasutusharjumused ning ootused nende edasiarendamiseks. Fookuses on nii praegused kasutajad kui ka sihtrühma liikmed, kes ajakirja ja selle kanaleid täna ei kasuta. Uuring peab andma praktilised soovitused ajakirja sisu, uudiskirja, veebikanalite ning lugejate kaasamise arendamiseks.

Andmekaitse

- Norstat järgib kõiki GDPR nõuetest tulenevaid reegleid.
- Vastajatele on tagatud anonüümsus ja turvaline vastamine.
- Andmetöötluses puuduvad viited vastajate isikuandmetele.

Sihtrühm

- Ajakirja Sotsiaaltöö senised lugejad ja võimalikud lugejad (sh sotsiaalvaldkonna juhid, praktikud spetsialistid, üliõpilased)

Valim ja küsitlusmeetod

- Veebiuuring
- Ca n=700,
- Mille hulgas:
 - ca **n=200 Norstati eelvärvatud veebipaneelist** (täiendava sõelumisega sotsiaalvaldkonna töötajad)
 - ca **n=500 tellija ja tellija partnerite kanalite kaudu**

Kutsume uuringusse ajakirja praegusi kasutajaid tellija kanalite kaudu ning kaasame Norstati veebipaneeli ja sihtrühmale sobivate partnerorganisatsioonide kanalite abil ka inimesi, kes ajakirja ega uudiskirja praegu ei tarbi. Küsitluse alguses selgitame välja vastaja ametialase või õpingutega seotud seose sotsiaalvaldkonnaga ning ajakirja kanalite senise kasutuse.

Valimi koosseisu jälgime küsitluse vältel peamiste sihtrühmade ja ajakirja kasutamise järgi. Nii saame vajaduse korral suunata täiendavaid kutseid vähem esindatud rühmadele. Ligikaudu 200 vastajat plaanime kaasata Norstati veebipaneelist ja 500 tellija ning partnerite kanalite kaudu. Lõplik rühmade suurus sõltub nende kanalite kaudu saavutatud vastamisaktiivsusest; täpsed sihtrühmade sihtarvud lepime partneriga kokku enne küsitluse käivitamist.

- Kaks fookusgrupi intervjuud 6 sihtgruppi kuuluva osalejaga

Andmekogumine

Veebipaneel

Norstati veebipaneelidesse kuulub professionaalsete standardite järgi värvatud rohkem kui **24 000 aktiivset vastajat**. Vastajad on värvatud juhuslikkuse alusel teistest uuringutest (peamiselt telefoniküsitlustest), Veebipaneelis viiakse läbi kvaliteedikontrolle vastajatele (nt loogikakontroll), samuti toimub võimalike duplikaatkontode pidev automaatne kontroll ning välistatud on sama vastaja korduv osalemine uuringus. Lisaks ka kontroll vastamisajale – kiirustajad (n-ö *straightliners*) eemaldatakse veebipaneeli liikmete hulgast.

Küsitlustöö

Küsitluskeskkond on **turvaline**, tagab vastuste konfidentsiaalsuse ja välistab korduva ankeedi täitmise sama vastaja poolt ning on kohandatud töötama **igas seadmes**, sh nutitelefonis. Kogu protsessi juhib projektijuht kasutades spetsiaalset uuringute tarkvara. Küsitluse lõppedes **anonümiseeritakse andmebaas** andmete analüüsimiseks. Küsitlustöö lõppedes andmed puhastatakse ja vajadusel kaalutakse, kuid üldjuhul jälgitakse kvooti piisava täpsusega, et kaalumiseks vajadust ei ole.

1. Metoodiline lahendus

Uuringu metoodika lähtub eesmärgist saada terviklik ja rakendatav ülevaade ajakirja **Sotsiaaltöö** peamiste sihtrühmade vajadustest, ootustest, infokasutuse harjumustest ning ajakirja praeguste sisu- ja kanalilahenduste sobivusest. Metoodilise lahenduse keskmes on kasutajakeskne lähenemine, mis võimaldab vaadelda ühelt poolt seda, **mida sihtrühmad vajavad ja ootavad**, ning teiselt poolt seda, **kuidas nad praegu ajakirja ja selle kanaleid kasutavad või miks nad neid ei kasuta**.

Uuringus kasutatakse kombineeritud kvantitatiivset ja kvalitatiivset uurimisdisaini. Kvantitatiivne uuring võimaldab kaardistada vajaduste, ootuste ja kasutusharjumuste ulatust ning võrrelda sihtrühmi, kvalitatiivne uuring aitab mõista nende tulemuste tagamaid – miks teatud vajadused või eelistused kujunevad, millised on kasutamise või mittekasutamise takistused ning millistel tingimustel võiks ajakirja sisu ja kanalid sihtrühmade jaoks senisest paremini toimida.

Metoodilise lahenduse oluline põhimõte on, et uuring ei keskendu üksnes olemasolevatele lugejatele. Veebiküsitluse ülesehitus võimaldab eristada **praeguseid kasutajaid, vähese või juhusliku kontaktiga kasutajaid ning sihtrühma kuuluvaid mittekasutajaid**. Nii on võimalik hinnata nii olemasoleva kasutajakogemuse arendamise kui ka uute kasutajate kaasamise võimalusi.

2. Uuringudisain

Uuring viiakse läbi kombineeritud uurimisdisainina, milles kvantitatiivne veebiküsitlus ja kvalitatiivsed fookusgruupiintervjuud moodustavad teineteist täiendavad andmekogumise komponendid.

Kvantitatiivne ja kvalitatiivne andmekogumine kavandatakse **paralleelselt**, et koguda uuringu eesmärgi saavutamiseks erinevat tüüpi tõendusmaterjali sama ajaperioodi jooksul.

Meetoditel on uuringus erinev, kuid teineteist täiendav roll. Kvantitatiivse uuringu ülesanne on anda struktureeritud ülevaade sellest, millised on sihtrühmade vajadused, ootused, kanalieelistused ja kasutusharjumused ning kui laialt erinevad seisukohad sihtrühmade ja kasutusstaatuses lõikes esinevad. Kvalitatiivse uuringu ülesanne on avada nende hinnangute ja erinevuste põhjuseid, tuua esile kasutajakogemuse kontekst ning selgitada vajadusi, takistusi ja arenguvõimalusi, mida struktureeritud küsimustik üksi ei pruugi piisavalt avada.

Paralleelne andmekogumine võimaldab kvantitatiivseid ja kvalitatiivseid tulemusi **analüüsietapis kõrvutada ja siduda**, mitte käsitleda neid kahe eraldiseisva uuringuna. Mõlema meetodi tulemused koondatakse ühisesse analüüsiraamistikku, mille alusel kujundatakse järeldused ja praktilised ettepanekud ajakirja sisu, veebilehe, uudiskirja ning teiste võimalike kanalite arendamiseks.

3. Kvantitatiivne uurimismeetod

3.1. Veebiküsitluse eesmärk

Kvantitatiivse uuringu peamine meetod on veebiküsitlus, mille eesmärk on kaardistada:

- millist erialast infot sihtrühmad vajavad ja väärtustavad;
- millised teemad, sisutüübid ja käsitusviisid on erinevatele sihtrühmadele olulised;
- kuidas hinnatakse olemasoleva ajakirja sisu sobivust oma töö- või õpitegevuse seisukohalt;
- milliseid kanaleid ja formaate erialainfo saamiseks kasutatakse;
- kuidas praegused kasutajad ajakirja erinevaid kanaleid kasutavad;
- millised on veebilehe, veebijournal'i ja uudiskirja kasutamisega seotud vajadused ja takistused;
- milline võiks olla sobiv avaldamissagedus, sisu maht ja formaat;
- milliseid täiendavaid kanaleid või formaate sihtrühmad ootavad;
- millised on ajakirja kasutamise või mittekasutamise põhjused;
- millistel tingimustel võiks ajakiri muutuda praegustele mittekasutajatele senisest asjakohasemaks ja kasutatavamaks.

Küsimustik kavandatakse selliselt, et see võimaldaks eraldi analüüsida nii ajakirja praeguste kasutajate kui ka ajakirja kanaleid praegu mittekasutavate sihtrühmade vajadusi ja ootusi. Veebiküsimustiku pikkus on kuni 10 min, eesti ja vene keeles.

3.2. Küsimustiku ülesehitus (1)

Küsimustik kavandatakse temaatiliste plokkidena ning selle ülesehitus võimaldab käsitleda vastaja varasemat kokkupuudet ajakirjaga. Küsimustikus kasutatakse suunatud küsimusi, et vältida olukorda, kus mittekasutajatel palutakse hinnata sisu või kanalit, millega nad tegelikult kokku puutunud ei ole.

1. Vastaja taust ja sihtrühm

Kaardistatakse vastaja seotus sotsiaalvaldkonnaga ning tema kuulumine uuringu peamistesse sihtrühmadesse. See võimaldab hiljem võrrelda tulemusi rolli ja sihtrühma lõikes.

2. Kokkupuude ajakirjaga ja kasutusstaatus

Selgitatakse välja vastaja varasem kokkupuude ajakirjaga, kasutamise sagedus ja peamised kokkupuutekanalid. Selle põhjal eristatakse analüüsis vähemalt:

- praegused kasutajad;
- vähese või juhusliku kontaktiga kasutajad;
- sihtrühma kuuluvad mittekasutajad.

3. Erialainfo vajadused ja ootused

Kõigilt vastajatelt uuritakse, millist erialast infot nad vajavad, millised teemad on nende jaoks olulised ning millised sisutüübid ja käsitusviisid toetavad nende tööd või õpinguid.

Praegustelt kasutajatelt saab lisaks küsida, kuivõrd olemasolev Sotsiaaltöö sisu nende vajadusi katab.

Mittekasutajate puhul keskendutakse sellele, milline sisu, teema, formaat või kasutusväärtus võiks muuta ajakirja nende jaoks asjakohaseks.

3.2. Küsimustiku ülesehitus (2)

4. Kanalite kasutamine ja kanalieelistused

Praeguste kasutajate puhul kaardistatakse veebiajakirja, veebilehe ja uudiskirja kasutamise kogemus, kasutussagedus, kasutusolukorrad ning kanalitega seotud takistused.

Mittekasutajate puhul keskendutakse nende tegelikele erialainfo allikatele, eelistatud kanalitele ja formaatidele ning sellele, millised tegurid võiksid toetada ajakirjaga kontakti tekkimist.

5. Ajakirja sisu ja kanalite areendusvajadused

Praegustelt kasutajatelt kogutakse hinnanguid ja ettepanekuid olemasoleva sisu ja kanalite arendamiseks.

Mittekasutajatelt uuritakse seevastu, millised tingimused, sisuvormid, kanalid või kasutusväärtused võiksid toetada nende jõudmist ajakirjani ja selle kasutuselevõttu.

Selline ülesehitus võimaldab vältida mittekasutajate kohta põhjendamatute järelduste tegemist ning annab ühtlasi sisendi nii olemasoleva kasutajakogemuse parandamiseks kui ka uute kasutajate kaasamiseks.

4. Sihtrühmade segmentimine

Analüüsis lähtutakse tehnilises kirjelduses määratletud sihtrühmadest:

1. kohaliku omavalitsuse sotsiaaltöö ja lastekaitse spetsialistid;
2. teised sotsiaalvaldkonna praktikud, kes töötavad erinevate sihtrühmadega;
3. sotsiaalvaldkonna juhid ja teenuste korraldajad;
4. riigi sotsiaalvaldkonna asutuste esindajad ja poliitikakujundajad;
5. kõrgkoolide sotsiaaltöö või seotud valdkondade õppejõud ja koolitajad;
6. sotsiaaltöö ja seotud erialade üliõpilased;
7. seotud kutsealade spetsialistid.

Lisaks rollipõhisele segmenteerimisele kasutatakse analüüsis kasutusstaatust:

- **praegused kasutajad** – ajakirja või selle kanaleid kasutavad vastajad;
- **vähese või juhusliku kontaktiga kasutajad** – ajakirjaga kokku puutuvad, kuid vähese kasutusega vastajad;
- **mittekasutajad** – sihtrühma kuuluvad vastajad, kes ajakirja praegu ei kasuta.

Selline kahetasandiline segmentimine võimaldab vaadelda, kas erinevused tulenevad eelkõige vastaja ametialasest rollist või ajakirjaga kokkupuute tasemest.

5. Kvalitatiivne uurimismeetod

Kvalitatiivse andmekogumise meetodina viiakse läbi **kaks veebipõhist fookusgrupiintervjuud**, kummaski kuni kuus osalejat. Fookusgruppide osalejad esindavad erineva tausta ja rolliga uuringu sihtrühmi. Täpne sihtrühmade kombinatsioon kahes grupis kooskõlastatakse uuringu tellijaga enne intervjuude läbiviimist, et tagada sisuliselt otstarbekas osalejate koosseis ning võimalus käsitleda erinevaid vaatenurki.

Fookusgrupi eesmärk ei ole kvantitatiivsete tulemuste kommenteerimine, vaid sügavamalt mõista:

- **miks** teatud infovajadused ja kanalieelistused kujunevad;
- **kuidas** inimesed erialast infot oma töö- või õpitegevuses kasutavad;
- millistes olukordades ajakiri on nende jaoks kasulik või ebapiisav;
- millised on ajakirja kasutamise, vähese kasutamise või mittekasutamise põhjused;
- millised takistused piiravad info leidmist, kasutamist või kanalitega kontakti;
- millist väärtust erinevad sisuvormid ja kanalid kasutajatele annavad;
- millistel tingimustel võiks ajakirja sisu või kanalid olla eri sihtrühmade jaoks senisest asjakohasemad;
- millised arendusideed oleksid kasutaja vaates praktiliselt rakendatavad.

Fookusgruppides käsitletakse vajadusel ka võimalikke arenduslahendusi, et saada sisendit sellele, kuidas uuringutulemusi võiks tõlkida konkreetseteks sisu-, kanali- ja kasutajakogemuse muudatusteks. Tavapäraseid individuaalseid süvaintervjuusid eraldi meetodina ei kasutata. Kui mõne olulise sihtrühma kaasamine fookusgruppi ei ole praktiliselt võimalik, võib ühe konkreetse sihtrühma vaatenurga katmiseks kasutada **poolstruktureeritud süvaintervjuusid fookusgrupi asendusena**.

6. Kvantitatiivse ja kvalitatiivse uuringu omavaheline sidumine

Kvantitatiivne ja kvalitatiivne andmekogumine toimub paralleelselt, kuid mõlemal meetodil on uuringus erinev ülesanne. Kvantitatiivne küsitlus annab ülevaate vajaduste, ootuste ja kasutusharjumuste jaotusest ning võimaldab tuvastada sihtrühmade ja kasutusstaatus vahelisi erinevusi. Fookusgrupid aitavad mõista nende erinevuste sisu ja põhjuseid.

Mõlema meetodi tulemusi ei käsitleta eraldi lõpptulemustena. Analüüsis luuakse nende põhjal **ühine tõlgendusraamistik**, kus kvantitatiivsed tulemused näitavad eelkõige seda, **mida ja kui ulatuslikult** sihtrühmad vajavad või eelistavad, ning kvalitatiivsed tulemused aitavad selgitada, **miks, kuidas ja millistes tingimustes** need vajadused ja eelistused kujunevad.

Kvalitatiivne materjal võimaldab seejuures:

1. **selgitada kvantitatiivseid mustreid ja erinevusi** – näiteks miks mõni kanal või sisutüüp on ühe sihtrühma jaoks olulisem kui teise jaoks;
2. **avada kasutajakogemust ja mittekasutamise põhjuseid** – sealhulgas ajapuudust, infoküllust, sobimatu formaadi, vähese nähtavuse või muu võimaliku takistuse tähendust kasutaja jaoks;
3. **täpsustada arendusvajadusi ja võimalikke lahendusi** – milline sisu, formaat või kanal võiks kasutaja tegelikus töö- või õpikeskkonnas paremini toimida.

Seega ei ole kvalitatiivne uuring üksnes kvantitatiivse uuringu tulemuste illustreerimiseks, vaid täidab iseseisvat sisulist rolli uuringutulemuste tõlgendamisel ja arendusettepanekute kujundamisel.

7. Erinevate sihtrühmade võrdlev analüüs

Analüüsis võrreldakse uuringu tulemusi nii sihtrühmade kui ka kasutusstaatuse lõikes.

Võrdluse keskmes on küsimused:

- millised vajadused on eri sihtrühmades ühised;
- millised vajadused või ootused erinevad;
- milliseid infokanaleid ja formaate eelistavad erinevad sihtrühmad;
- kuidas erineb ajakirja kasutamine rolli ja kasutusstaatuse järgi;
- millised on praeguste kasutajate peamised kogemused ja arenguvajadused;
- millised on vähese kontaktiga kasutajate kasutamist piiravad tegurid;
- millised on mittekasutajate infovajadused, praegused alternatiivsed infoallikad ning võimalikud ajakirjani jõudmise tingimused.

Võrdlev analüüs aitab vältida olukorda, kus kõigi vastajate keskmised tulemused varjavad olulisi erinevusi. Samuti võimaldab see eristada selliseid arendusvajadusi, mis on laiapõhjalised, nendest, mis on olulised eelkõige mõne konkreetse sihtrühma jaoks.

8. Analüüsi põhimõtted

8.1. Kvantitatiivse andmestiku analüüs

Kvantitatiivses analüüsis kasutatakse kirjeldavat statistikat, mille abil tuuakse välja vastuste jaotused, sagedused ning vajadusel keskväärtused. Tulemusi vaadeldakse sihtrühmade ja kasutusstaatuse lõikes. Võimaluse korral analüüsitakse ka seoseid eri tunnuste vahel, näiteks sihtrühma, kasutussageduse, kanalikasutuse, infovajaduste ja arendusootuste vahel.

8.2. Kvalitatiivse andmestiku analüüs

Fookusgrupiintervjuude analüüs põhineb temaatilisel kodeerimisel. Intervjuudest tuvastatakse korduvad teemad, vajadused, ootused, kasutuskogemused, takistused ja arendusettepanekud.

Analüüsis eristatakse võimalusel:

- kasutamisega seotud motive;
- mittekasutamise või vähese kasutamise põhjuseid;
- sisuga seotud ootusi;
- kanalitega seotud ootusi;
- kasutuskogemuse kitsaskohti;
- tingimusi, mis võiksid kasutamist suurendada;
- konkreetseid arendusideid.

Kvalitatiivsetest tulemustest tuuakse lõpparuandes välja illustreerivad tsitaadid, mis aitavad selgitada kvantitatiivsete tulemuste taga olevaid kasutajakogemusi ja mõtteviise.

8. Analüüsi põhimõtted

8.3. Integreeritud analüüs

Kõige olulisem analüütiline etapp on kvantitatiivse ja kvalitatiivse andmestiku **integreerimine**.

Selle käigus kõrvutatakse:

- millised nähtused ilmnevad kvantitatiivses andmestikus;
- kuidas neid nähtusi kvalitatiivsed andmed selgitavad;
- millised tulemused toetavad teineteist;
- kus esinevad erinevused või vastuolud;
- mida kvalitatiivne materjal võimaldab kvantitatiivsete tulemuste põhjal täpsemalt mõtestada;
- millised järeldused on piisavalt põhjendatud praktiliste ettepanekute tegemiseks.

Selline analüüs võimaldab vältida olukorda, kus uuringu tulemused jäävad üksnes protsentide ja üksikute arvamuste tasemele. Tulemuseks on sisuline arusaam sellest, **millised vajadused on olulised, kelle jaoks need on olulised, miks need tekivad ning milliseid muudatusi võiks nende põhjal kaaluda**.

9. Praktiliselt rakendatavate ettepanekute kujundamine

Uuringu lõpptulemusena ei piirdu analüüs tulemuste kirjeldamisega, vaid tulemused tõlgitakse praktilisteks arendusettepanekuteks.

Ettepanekud struktureeritakse vähemalt järgmiste teemade kaupa:

- **sisuarendus** – teemad, sisutüübid, artiklite käsitlemisviisid ja praktilisus;
- **veebiajakirja arendus** – formaat, ülesehitus ja kasutusviisid;
- **veebilehe arendus** – leitavus, otsing, sorteerimine ja kasutusmugavus;
- **uudiskirja arendus** – sisu, maht ja saatmissagedus;
- **täiendavad kanalid ja formaadid** – sihtrühmade ootustele vastavad võimalikud lahendused;
- **lugejate kaasamine ja kasutuse suurendamine** – võimalused olemasolevate kasutajate aktiivsemaks kaasamiseks ning mittekasutajate jõudmiseks ajakirjani.

Ettepanekud seotakse konkreetse uuringutulemusega ning võimalusel ka sihtrühmaga, kelle vajadust ettepanek adresseerib. See võimaldab eristada üldisi arendussoovitusi nendest lahendustest, mis on suunatud konkreetsele kasutajarühmale.

10. Uuringu praktiline rakendatavus

Metoodilise lahenduse eesmärk on tagada, et uuringu tulemusi oleks võimalik kasutada otseselt Sotsiaaltöö edasises arendamises. Selleks seotakse andmekogumine, analüüs ja järeldused algusest peale uuringu praktilise eesmärgiga.

Lõpparuandes esitatakse:

- kvantitatiivsete tulemuste ülevaade ja visualiseeringud;
- kvalitatiivsete tulemuste temaatiline analüüs ja illustreerivad tsitaadid;
- erinevate sihtrühmade võrdlus;
- praeguste kasutajate, vähese kontaktiga kasutajate ja mittekasutajate võrdlus;
- kvantitatiivsete ja kvalitatiivsete tulemuste integreeritud tõlgendus;
- uuringu kokkuvõtvad järeldused;
- praktilised ettepanekud sisu ja kanalite arendamiseks;

Selline ülesehitus võimaldab tellijal liikuda uuringutulemustest edasi konkreetsete arendusotsusteni ning hinnata eraldi, millised lahendused toetavad olemasolevate kasutajate kogemuse parandamist ja millised aitavad jõuda praegu ajakirja kanaleid mittekasutavate sihtrühmadeni.

Uuringu metoodika võimaldab saada mitte ainult ülevaadet sellest, **mida Sotsiaaltöö sihtrühmad vajavad ja eelistavad**, vaid ka sisulise arusaama sellest, **miks need vajadused ja eelistused kujunevad, kuidas need erinevad kasutajarühmade vahel ning millistel tingimustel võiks ajakirja sisu ja kanalid sihtrühmade jaoks senisest paremini toimida**.

Riskide maandamise kava

- Antud uuringuprojekti raames tagavad kvaliteedi ja tööde tähtajalise valmimise:
- Meeskonnaliikmete erialane haridus ja pikaaegne praktiline kogemus
 - Professionaalse andmekogumis- ja töötlustarkvara kasutamine
 - Tellijaga erinevate sisendmaterjalide kooskõlastamine ning ootuste läbiarutamine andmete esitamise osas

Risk	Maandamisvõimalused	Vastutaja
Ankeedi programmeerimisel esinevad vead	Ankeetide programmeerimisel lähtutakse ankeedis kirjeldatud filtritest. Programmeeritud ankeedi vastavust kontrollib ja testib lisaks programmeerijale ka küsitluse projektijuht ning analüüsi eest vastutav projektijuht.	Norstat
Vastajad ei saa küsimustest ühemõtteliselt aru, tulemused ei pruugi olla valiidsed	Ankeet arutatakse läbi ja kooskõlastatakse tellijaga, vajadusel viiakse läbi pilootuuring.	Norstat
Küsitlustööd võtavad kavandatust kauem aega	Küsitlusi planeerivad kogenud küsitlustöö juhid, kes jälgivad igapäevaselt valimi mahu täitumist. Vajadusel saadetakse vastajatele täiendavaid meeldetuletusi	Norstat
Meeskonnaliikmete ootamatute töotakistuste esinemine	Mõlemas pakkuja-poolses ettevõttes on töötajad võimelised üksteise töid vajadusel üle võtma, üksteist asendama ja kaasa aitama ootamatute probleemide või tõrgete esinemisel.	Norstat
Andmekaitse risk. Uuring ei vasta andmekaitsetingimustele	Pakkuja jälgib uuringus Eestis kehtivaid andmekaitsereegleid, lisaks on Norstatis olemas eraldi andmekaitse spetsialist. Uuringule vastamine toimub vaid vabatahtlikkuse alusel.	Norstat

Eelduslik ajakava

	Periood
Projekti avakohtumine	41.-42. nädalal
Küsimustiku ülevaatus, täiendamine ja lõplik koostöölastamine	42.-43. nädal
Küsimustiku programmeerimine ja tehniline testimine	43. nädal
Pilootküsitlus ja vajadusel paranduste tegemine	44. nädal
Põhiuuringu andmekogumine (veebiküsitlus)	44.-47.nädal
Andmete puhastamine, kvaliteedikontroll ja kaalumine	47. nädal
Andmeanalüüs	48-50. nädal
Andmete ja tehnilise dokumentatsiooni üleandmine tellijale	hiljemalt 11.12.2026

Projekti maksumus

Projekti maksumus käibemaksuta 8000 eurot

Projekti maksumus käibemaksuga 9920 eurot

Meeskonnaliikmed on küsitlusjuht Johanna Mäekivi ja analüütik-metoodik, fookuse intervjuude läbiviija Pille Hillep.