

**ISTRAŽIVANJE MARKETINGA**  
**Tema :** Prednosti i nedostaci fokus grupa i dubinskih intervjua  
kod prikupljanja primarnih podataka

<http://www.MATURSKIRADOVI.NET/>

# **PREDNOSTI I NEDOSTACI FOKUS GRUPA I DUBINSKIH INTERVJUA KOD PRIKUPLJANJA PRIMARNIH PODATAKA**

## **1. Metode prikupljanja podataka za kvalitativna istraživanja**

Kvalitativna istraživanja omogućavaju ispitivanje osnovnih faktora koji određuju, odnosno utječu na ponašanje potrošača. Istraživanjem stavova, motiva, mišljenja, vrijednosti ili stila života potrošača dobiva se mnoštvo detaljnih informacija koje pomažu u daljnjem ispitivanju ili rješavanju određenih problema. Kvalitativna istraživanja provodimo koristeći se sljedećim metodama prikupljanja podataka:

- Dubinski intervjui je tip kvalitativnog istraživanja koji zahtjeva nestruktuiran licni intervju sa jednim sagovornikom, a koji sprovodi visoko obučeni intervjuer. Svrha In-depth Interview-a je da se razumiju prateće motivacije, ubjeđenja, stavovi i osjećanja intervjuisane osobe;

- Fokus grupe su metod za kvalitativno i dubinsko ispitivanje teme koja nas interesuje. Fokus grupe se obično koriste za dolaženje do podataka o tome kakve se reakcije potrošača na (uglavnom nove) proizvode (koji još nisu pušteni na tržište) mogu očekivati. Prosječna fokus grupa se sastoji od 8-12 ljudi koji treba da budu (pažljivo izabrani da bi bili) sto reprezentativniji za ciljni segment potrošača i 1 ili 2 moderatora koji vode diskusiju, a koji bi trebalo da po profesiji budu psiholozi ili sto sličniji profil.

- Mystery Shopping je metoda ocjenjivanja kvalitete pružanja usluge u tijeku samog procesa usluživanja. Za potrebe takvog istraživanja, intervjueri ili "tajanstveni kupci" dolaze na mjesto pružanja promatrane usluge i predstavljaju se kao kupci, promatrajući pri tome proces usluživanja i to iz pozicije kupca. Imamo iskusan tim "tajanstvenih kupaca", koji su sposobni zadovoljiti sve specifične potrebe takve vrste istraživanja. Trenirani su u pažljivom predstavljanju sebe kao kupaca zainteresiranih za određeni proizvod/ uslugu, a da pri tome ne odaju svoj pravi identitet.

U nastavku ćemo saznati nešto više o dubinskim intervjuiima i fokus grupama te njihovim prednostima i nedostacima.

## **2. Dubinski intervju – pojam , prednosti i nedostaci**

### **2.1. Pojam dubinskih intervjua**

Dubinski intervju je metod koji podrazumjeva razgovor intervjuera i jednog ispitanika. Ovakav način ispitivanja omogućava dublji uvid u određeni problem koji se ispituje (testiranje novog proizvoda, ocijena imidža marke, stil života, itd.). Kao što i sam naziv govori, ispitanici se u individualnom susretu s intervjuerom potiču na razgovor o određenoj temi, koja se pri tome vrlo detaljno obrađuje. Dubinski intervjui omogućuju nam da potaknemo cijeli niz asocijacija, misli, stavova i



osjećaja. Razgovor između ispitivača i ispitanika kod dubinskog intervjua je u suštini slobodan. U tom razgovoru, koji obično traje 1-3 sata, ispitivač treba da ostvari cilj i prikupi neophodne i unaprijed definisane podatke, relevantne za konkretno istraživanje. Razgovor kod ove metode prikupljanja podataka starta od veoma uopštenih i svakodnevnih čovjekovih problema da bi se na koncu sveo na najkonkretnija razmatranja o onome što ispitivač želi doznati.

### **3.2. Prednosti i nedostaci dubinskih intervjua**

Prednosti ovakvih istraživanja se ogledaju u velikoj količini informacija koja se dobije u kratkom vremenskom roku i uz male troškove. Sa druge strane, diskusije mogu da veoma različito utiču na pojedine ispitanike, od toga da ih podstiču na raspravu do potpunog odbijanja učestvovanja u diskusiji. Analiza i izveštaj koji se na osnovu ovih istraživanja dobijaju, svakako uključuju i ovakve pojedinosti kao relevantne pokazatelje. Danas se dubinski intervjui sve manje koriste.

Prednosti:

- nema pritiska grupe, ispitaniku je lakše da izrazi svoje mišljenje
- detaljnije se ispituju svi pojedini aspekti problema
- ako je tema osetljiva ispitanik će biti slobodniji da govori pred samo jednim slušaocem
- moguće je prilagođavati tok razgovora određenom trenutku.

Nedostaci:

- moguće je prikupiti veliku količinu informacija, ali isto tako potrebno je više vremena kako za prikupljanje podataka i za njihovu analizu,
- veći troškovi istraživanja,
- posebnu pažnju treba obratiti na optimalan broj intervjua u toku jednog dana, da ne bi došlo do pada koncentracije intervjua

Dubinski intervjui, da bi bio kvalitetno obavljen, mora da dugo traje a vremena u istraživanju marketinga nikad nema previše. Zbog toga se dubinski intervjui često obavljaju istovremeno s više ispitanika i kao takav dobija formu grupnog intervjua.

## **3. Fokus grupe – pojam, prednosti i nedostaci**

### **3.1 Pojam fokus grupa**

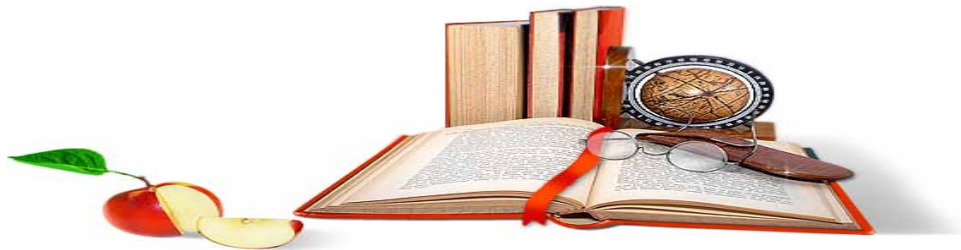
...grupa pojedinaca odabranih i okupljenih kako bi zajedno diskutirali i komentirali, sa svog osobnog stajališta, temu koja je subjekt istraživanja... Powell

Fokus grupe se ne koriste često u sociološkim istraživanjima iako imaju dugu povijest korištenja u istraživanju tržišta, a u posljednje vrijeme i u medicinskim istraživanjima. Fokus grupe su alat za sociološka istraživanja, ali treba uzeti u obzir i potencijale kao i ograničenja takvog istraživanja. Postoji mnogo definicija fokus grupa u

---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU [WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET) ----

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)  
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA  
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

[WWW.SEMINARSKIRAD.ORG](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)  
[WWW.MAGISTARSKI.COM](http://WWW.MAGISTARSKI.COM)  
[WWW.MATURSKIRADOVI.NET](http://WWW.MATURSKIRADOVI.NET)



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

[maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)