|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **25-03-П** |  | **страна 1 од 2** |
| **ПРЕДМЕТ** |  **ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА** | **1919/2020** |

|  |  |
| --- | --- |
| **ТЕМА****ПРЕДАВАЊА** | **Употреба података из примарних извора** |
|  | Подаци из примарних извора прибављају се према приликом анализе и истраживања тржишта уколико подаци из секундарних извора нису расположиви или, уколико постоје, не могу да послуже тој намени било да су неажурни, непоуздани, некомплетни. |  |
|  | **1** | **Основне одлике**  |  |
|  |  | **\*** | **прикупљају се према плану истраживања, у том обиму, у таквој форми нису раније постојали** |  |
|  |  | **\*** | **прикупњаље почива на примени посебних методолошких поступака** |  |
|  |  | **\*** | **трошкови су већи него уколико се користе само подаци из секундарних извора**  |  |
|  |  |  |  |  |
|  | **2** | **Предности у односу употребу података из примарних извора** |  |
|  |  | **\*** | **обухватност, врста и квалитет прилагођени конкретном истраживачком задатку** |  |
|  |  | **\*** | **могућа је контрола квалитета током прикупљања** |  |
|  |  | **\*** | **дефинисањем статистичких јединица на којима се посматрање обавља могуће је обезбедити хомогене скупове (купци неког производа, домаћинства и слично)** |  |
|  |  | **\*** | **актуелни су** (време на које се подаци односе у складу је са истраживачким задатком) |  |
|  |  |  |  |  |
|  | **3** | **Начини прикупљања** |  |
|  |  | **\*** | **испитивањем статистичких јединица изабраних у узорак** |  |
|  |  | **\*** | **експеримент** |  |
|  |  | **\*** | **интервјуисањем** |  |

|  |
| --- |
| **страна 2 од 2** |
|  | **3** | **Врсте података из примарних извора** |  |
|  |  | **\*** | **Демографски подаци** (пол, старост, брачно стање, место становања, подаци о миграцијама, број чланова домаћинства) |  |
|  |  | **\*** | **Социоекономски подаци** (писменост, школска спрема, занимање, висина дохотка) |  |
|  |  | **\*** | **Подаци који се односе на мотиве** |  |
|  |  | **\*** | **Подаци који се односе на навике** |  |
|  |  | **\*** | **Подаци који се односе на ставове** |  |
|  |  | **\*** | **Подаци који се односе на намере** |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Основна литература** | Ханић, Х., Вићентић, М. & Ђурица, М. (2010). Истраживање тржишта. Ваљево: Висока пословна школа струковних студија | стр. 41‒43 |