

ством достижения целей и задач, прописанных в Государственной программе «Цифровое развитие Беларуси» на 2021-2025 гг. [2].

Таким образом, уже сейчас можно оценить прогресс в продвижении к цифровому будущему Республики Беларусь посредством использования показателей развития цифровой экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Головенчик Г. Г. Цифровизация белорусской экономики в современных условиях глобализации: монография / Г. Г. Головенчик; под ред. М. М. Ковалева; Г. А. Шмарловской; Б.Н. Паньшина – Минск: Изд. центр БГУ, 2019. – 257 с.

2. Государственная программа «Цифровое развитие Беларуси» на 2021-2025 годы [Электронный ресурс]. URL:<https://www.mpt.gov.by/ru/bannerpage-gosprogrammacyifrovoe-razvitiye-belarusi-na-2021-2025> (дата обращения: 02.03.2023).

УДК 339.138

Студ. К.А. Похожай

Науч. рук. канд. экон. наук, ст. преп. С.А. Чечеткин
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

ГЛУБИННОЕ ИНТЕРВЬЮ: ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ

Глубинное интервью – это неструктурированное, прямое, личное интервью, в котором одного респондента опрашивает высококвалифицированный интервьюер для определения его основных побуждений по определенной теме.

Выделяют следующие достоинства данного метода:

1. Позволяет получить более подробную и глубокую информацию о субъекте и его мнениях, чем при обычном опросе или интервью.

2. Помогает раскрыть сложные и многогранные аспекты личности или темы, которые не всегда могут быть выявлены другими методами.

3. Позволяет установить доверительные отношения между интервьюером и субъектом, что способствует откровенным ответам.

4. Помогает выявить скрытые мотивы, чувства и убеждения субъекта, которые могут оказать влияние на его поведение.

5. Позволяет провести более глубокий анализ полученных данных и выявить новые и неожиданные закономерности или тенденции.

6. Помогает создать более наглядное и живое представление о субъекте или теме для аудитории, благодаря использованию примеров, цитат и историй из жизни.

Недостатки глубинного интервью включают:

1. Временные затраты. Глубинные интервью требуют большего времени на подготовку, проведение и анализ результатов, что может быть неэффективно при необходимости быстрого сбора данных.

2. Субъективность. Интервьюер может влиять на ход беседы и интерпретацию ответов, что может привести к искажению результатов из-за собственных предвзятых взглядов.

3. Ограниченность выборки. Глубинные интервью обычно проводятся с небольшим числом участников, что ограничивает обобщение результатов на более широкую аудиторию.

4. Сложность анализа. Проведение глубинных интервью требует опытности и навыков в анализе качественных данных, что может быть сложно для исследователей без соответствующего опыта.

5. Невозможность проверки достоверности. Поскольку глубинные интервью основаны на субъективных ответах участников, нет возможности проверить достоверность или объективность полученной информации.

6. Ресурсозатратность. Проведение глубинных интервью может потребовать значительных финансовых и временных ресурсов, особенно при необходимости работы с большим количеством участников.

УДК 339.138.017

Студ. Д.А. Ермолович

Науч. рук. канд. экон. наук, ст. преп. С.А. Чечеткин
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

ФОКУС-ГРУППЫ: ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ

Метод фокус-группы (или групповое интервью) представляет собой собрание группы людей для обсуждения отношения к определенному виду деятельности, услугам, или продукту. Ценность такого подхода заключается в том, что участники дискуссии делятся своим опытом и мнениями по обсуждаемой теме, что обогащает получаемую информацию.

Обычно группа респондентов включает 8-10 заинтересованных участников, собравшихся для обсуждения определенной темы, которое продолжается несколько часов (обычно не более 2-х). Цель создания группы заключается в том, чтобы участники могли выразить свое индивидуальное мнение в ходе осмысленной дискуссии по заданной теме. Групповые обсуждения в таком формате считаются техникой качественного анализа так как не представляет полной репрезентации определенной группы людей [1].