

Badanie rynku



Szkoła praktycznej ekonomii – młodzieżowe miniprzedsiębiorstwo



Badanie rynku pozwoli nam uzyskać informacje:

- Co chcą kupować klienci?
- Za ile?
- Kiedy?
- Jak często?



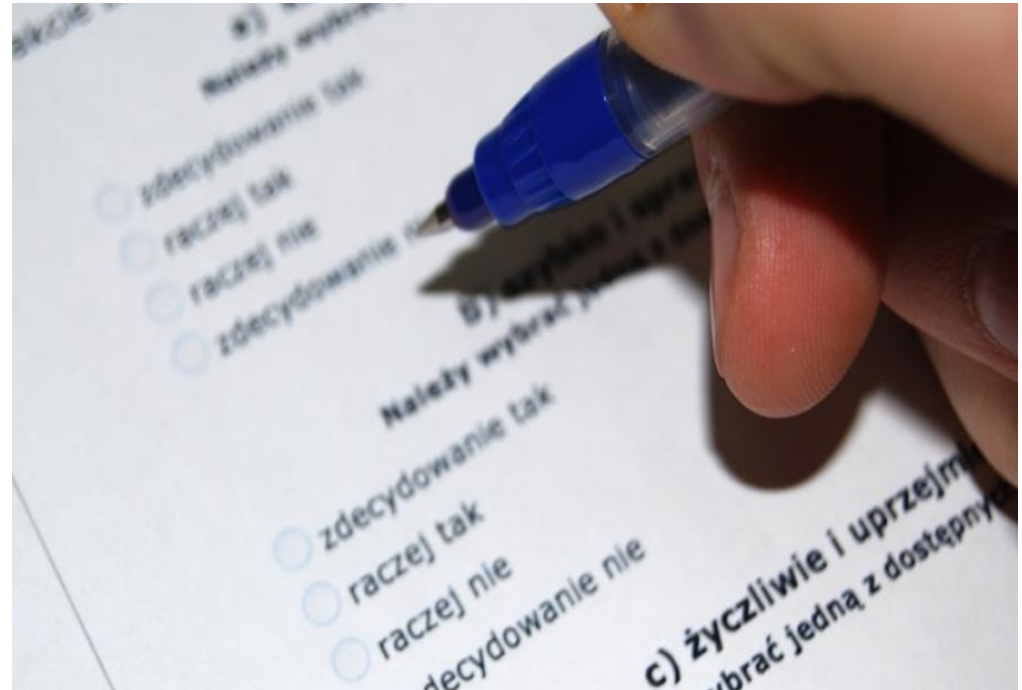
Metody badania rynku:

- wywiad bezpośredni,
- ankieta,
- obserwacja.



Rodzaje ankiet:

- bezpośrednia,
- prasowa,
- internetowa,
- telefoniczna.



Czynności w badaniu rynku:

- określenie celu badania,
- wskazanie cech i wielkości próby objętej badaniem,
- przedstawienie listy i konstrukcji pytań zawartych w kwestionariuszu,
- przeprowadzenie pilotażu badania,
- przeprowadzenie analizy wyników pilotażu i wprowadzenie ewentualnych zmian do kwestionariusza,
- przeprowadzenie badania,
- przedstawienie wyników.

Praktyczne wskazówki

- **Język kwestionariusza:**
 - używaj słów prostych i zrozumiałych,
 - dopasuj słownictwo do badanej grupy,
 - nie zadawaj pytań, na które odpowiedź będzie niemożliwa.
- **Formułowanie pytań:**
 - pytania powinny być jednoznaczne,
 - unikaj pytań i słów sugerujących odpowiedź,
 - unikaj pytań wywołujących emocje,
 - unikaj pytań zbyt osobistych.
- **Kolejność i rodzaj zadawanych pytań:**
 - rozpocznij od pytań ogólnych i przejdź do szczegółowych,
 - rozpocznij od pytań budzących zaufanie i zainteresowanie respondenta,
 - pytania trudne i kontrowersyjne umieść na końcu.

Budowa kwestionariusza

- Instrukcja wypełnienia kwestionariusza.
- Pytania:
 - otwarte,
 - zamknięte,
 - filtrujące,
 - sprawdzające.
- Metryczka.



Struktura kwestionariusza

- **Część nagłówkowa:**
 - cel ankiety,
 - instrukcja wypełniania ankiety,
 - sposób zwrotu ankiety,
 - podziękowanie za wypełnienie ankiety.
- **Część zasadnicza:**
 - pytania dotyczące badanego problemu.
- **Część końcowa:**
 - metryczka (dane na temat respondenta) np: wiek, płeć.

Ważnymi atrybutami dobrej ankiety są przejrzystość i czytelność.

Prezentacja wyników badania

Raport powinien być:

- jasny,
- czytelny,
- Jednoznaczny.

Powinien zawierać informacje niezbędne do podjęcia decyzji.



Budowa raportu z badań rynku

- Strona tytułowa - tytuł raportu, data jego sporządzenia, nazwiska osób przygotowujących raport i nazwa firmy.
- Wprowadzenie - krótki opis celu, zakresu i sposobu badania.
- Przedstawienie i wykorzystanie otrzymanych wyników.
- Wnioski z osiągniętych wyników.
- Załączniki - kwestionariusz ankiety.

Cechy prezentacji

- Przygotowana przez zespół na podstawie raportu z badań.
- Opracowana z wykorzystaniem technik multimedialnych i innych środków wizualnych.
- Krótka i zwięzła.

