



Для начала я хочу дать определение слова “Анализ”. Анализ – метод научного исследования путём рассмотрения отдельных сторон, свойств, составных частей чего-либо. Почему же нам необходимо собирать данные для анализа чего-либо? Собранные данные дают нам верную информацию перед началом анализа. Мы отталкиваемся от полученной информации, чтобы провести правильный, грамотный анализ чего-либо. Сейчас я постараюсь выделить основные методы сбора данных для проведения анализа.

Первый метод – Интервью и опрос. Интервью – Выяснение позиции людей или получение от них справки по какому-либо вопросу. Опрос-это наиболее распространённая и важная форма сбора данных в маркетинге. Приблизительно 90% исследований используют этот метод. Опрос может быть устным или письменным. Обычно при письменных опросах, опросный лист рассылается представителям целевой аудитории, по средствам электронной почты, почтовой рассылки или факсимильной связи. Основным недостатком, ограничивающим использование данного метода, является длительный период и низкий процент возврата заполненных анкет. Обычно, интервью face-to-face представляют собой диалог или монолог двух людей. Один из них задаёт вопросы другому, чтобы получить от него информацию, либо мнение о конкретно интересующей теме.

Второй метод – Наблюдение(Регистрация). Наблюдение представляет собой форму маркетинговых исследований, с помощью которых осуществляется систематическое, планомерное изучение поведения того или иного объекта или субъекта. Наблюдение, в отличие от опроса не зависит от готовности наблюдаемого объекта сообщать информацию. Наблюдение – это процесс открытого или скрытого от наблюдаемого сбора и регистрации событий или особых моментов, связанных с поведением изучаемого объекта. Предметом наблюдений могут быть свойства и поведение индивидуумов, перемещение вещей, товаров и т.п. Недостатком наблюдений является невозможность выявления мнений, представлений, знаний людей. Поэтому на практике наблюдения обычно используются совместно с другими методами исследований.

Третий метод – Эксперимент. Эксперимент – это исследование влияния одного фактора на другой при одновременном контроле посторонних факторов. Эксперименты подразделяются на лабораторные, проходящие в искусственной

обстановке, и полевые, протекающие в реальных условиях. Основными недостатками данного метода являются значительная стоимость и длительность проведения, что существенно ограничивает применение этого метода в практических исследованиях.

Четвёртый метод – Панель. Панель – это повторяющийся сбор данных у одной группы, опрашиваемых через равные промежутки времени. Таким образом, панель – это вид непрерывной выборки. Она позволяет зафиксировать изменения наблюдаемых величин, характеристик. Панельный вопрос используют при изучении мнений потребителей определённой группы за какой-либо промежуток времени, когда определяются их потребности, привычки, вкусы, рекламации. Недостатками использования панелей являются: “Смертность” панели, проявляющаяся в постепенном отказе участников от сотрудничества или переходе в другую потребительскую категорию, и “эффект панели”, заключающийся в сознательном или бессознательном изменении образа поведения участников, находящихся под длительным контролем.

Пятый метод – Экспертная оценка. Экспертная оценка заключается в оценке исследуемых процессов квалифицированными специалистами – экспертами. Подобная оценка особенно необходима, когда невозможно получить непосредственную информацию о каком-либо процессе или явлении. На практике для проведения экспертных оценок чаще всего принимают Дельфи-метод, метод мозговой атаки и метод синектики. Дельфи-метод – форма опросов экспертов, при которой их анонимные ответы собираются в течении нескольких туров и через ознакомление с промежуточными результатами получают групповую оценку исследуемого процесса. Метод мозговой атаки заключается в неконтролируемой генерации и спонтанном переплетении идей участниками группового обсуждения проблемы. На этой базе возникают цепочки ассоциаций, которые могут привести к неожиданному решению проблемы. Синектика считается методом с высоким творческим потенциалом. Идея метода заключается в постепенном отчуждении исходной проблемы путём построения аналогий с другими областями знаний. После многоступенчатых аналогий производится быстрый возврат к исходной задаче.

Я перечислил и рассказал о всех часто используемых методах исследования данных для анализа, которые являются самыми эффективными, и полезными в рамках современной жизни.