



اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی کرمانشاه

تحقیقات بازار و مدیریت تقاضا

تهیه مطالب و ارائه: کامبیز طهرانی

دکتری مدیریت بازاریابی



didebanbazar@gmail.com



Kambiz_Tehrani



@greenthinking

برگزاری پیش آزمون به مدت ۱۵ دقیقه

تحقیقات بازار و مدیریت تقاضا

```
graph TD; A[تحقیقات بازار و مدیریت تقاضا] --> B[مدیریت تقاضا]; A --> C[تحقیقات بازار];
```

مدیریت تقاضا

تحقیقات بازار

تحقیقات بازار

گردآوری، ثبت، ضبط و تحلیل سیستماتیک داده های مرتبط
با بازار



الگو شناسی BENCHMARKING



فرآیند سنجش و بررسی الگوها و استفاده از
خبرگان به منظور یافتن بهترین راه کارها
و بهبود امور و عملکردها

بازار سازی

بازار شناسی

MARKETING

بازار داری

نگاهی به فرآیند کلی تحقیقات بازار



احساس نیاز به تحقیق بازار



▪ کاهش یا افول فروش

▪ محصول یا محصولاتی جدید

▪ توسعه بازار

▪ توسعه محصول

– اعتقاد مدیران به مباحث علمی بازار

برخی شرایط که ممکن است سبب عدم انجام تحقیقات بازار گردد:



✓ اطلاعات کافی در اختیار باشد.

✓ وجود محدودیت زمانی برای تصمیم گیری

✓ وجود محدودیت های مالی و کسری بودجه

✓ هزینه تحقیق بیشتر از عایدی آن باشد.

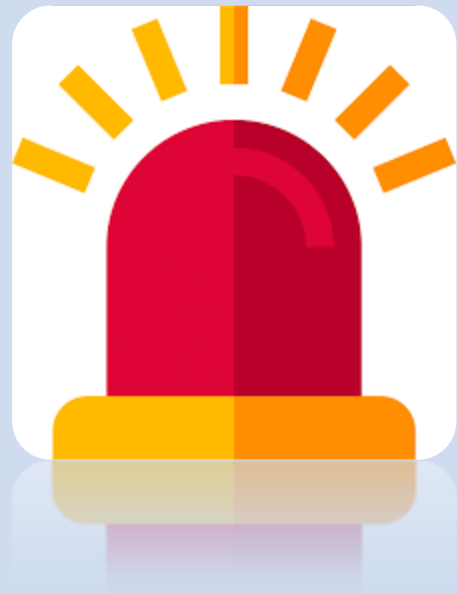
تعریف مسئله مورد پژوهش

✓ تعریف دقیق مسئله به عنوان یکی از مهم ترین گام ها در تحقیقات بازار است.



مسئله چیست ؟؟؟؟

تعریف مسئله مورد پژوهش



شدت مسئله ✓

وسعت مسئله ✓

بازار مورد نظر مسئله ✓

هدف از انجام این تحقیق چیست؟؟؟

✓ برای حل مسئله چه اطلاعاتی نیاز است

Goal Setting



بررسی منابع مورد نیاز و دسترسی به آن ها

منابع ثانویه

✓ که منابع عمومی و در دسترس هستند- با هدف های دیگری به دست آمده اند اما در تحقیق بازار ما قابل استفاده

هستند- مثل گزارش های بانک مرکزی- مرکز آمار ایران و ...



بررسی منابع مورد نیاز و دسترسی به آن ها

منابع اولیه

✓ جمع آوری داده هایی که در این تحقیق بازار قابل استفاده هستند.

✓ داده هایی برای حل این مسئله





تعیین نوع نمونه و اندازه آن



Quota:
Male, Above 50



- جامعه آماری

- نمونه ها

- روش نمونه گیری

- تعداد نمونه ها

تعیین روش های دستیابی به داده ها

✓ اسناد و مدارک موجود و معتبر- برای داده های ثانویه

✓ جمع آوری داده ها با ابزارهای مناسب

✓ پرسشنامه

✓ مصاحبه

✓ مشاهده

پرسشنامه



✓ باز پاسخ

✓ بسته پاسخ

پرسشنامه

- سوالات باید بر اساس هدف تحقیق باشد
- جذاب باشد
- کوتاه باشد اما کامل
- دستورالعمل داشته باشد، روشن و بدون حاشیه روی

اجزای یک پرسشنامه

- دستورالعمل یا شیوه نامه
- تعریف واژگان تخصصی
- سوال ها

آزمون های پرسشنامه

- آزمون روایی پرسشنامه

- آزمون پایایی پرسشنامه

ترتیب سوالات

- ۱- از سوالات جذاب شروع کنید.
- ۲- از مسائل ساده به مسائل پیچیده برسید.
- ۳- از کل به جزء برسید.

مصاحبه



✓ ساختار یافته

✓ نیمه ساختار یافته

✓ بدون ساختار



مشاهده

✓ فردی

✓ گروهی

✓ علنی

✓ غیر علنی

✓ کنترل شده

✓ غیرکنترل شده



تحلیل داده ها



DATA ANALYSIS

داده های کمی ✓

داده های کیفی ✓

آماده سازی و ارائه گزارش تحقیقات بازار

REPORT



✓ نتیجه گیری کاربردی از تحلیل ها

✓ طراحی گزارش مدیریتی

✓ ارائه راه حل و راه کارهای مناسب

معرفی ابزارهای مکمل و کلیدی تحقیقات بازار



بازار (MARKET)



بازار، محلی است که بازیگرانی از جمله
عرضه کنندگان،
متقاضیان بالقوه و بالفعل،
محصول،
وسیله مبادله را دارد.

شناخت بازار اقتصادی صنعت مورد فعالیت





مدیریت تقاضا

✓ تعیین انواع حالت های تقاضا در بازار هدف

✓ مدیریت هر یک از حالت ها



مفهوم تقاضا (DEMAND)

تقاضا یعنی اقدام به رفع نیاز و خواسته با لحاظ نمودن منابع مالی ، بنابر این محدودیت ریالی می تواند ، خواسته کالای x را به تقاضای کالای y بدل نماید





۱- تقاضای منفی (Negative Demand)

■ عدم خرید افراد

■ تخریب تقاضای موجود و جلوگیری از خرید دیگران

نحوه مدیریت تقاضای منفی چگونه است؟؟

راهکارهایی برای مدیریت این حالت از تقاضا

۲- عدم وجود تقاضا

(No Demand)

- برای محصول متقاضی نیست

- شاید محصول متناسب با فرهنگ و سلیقه و میل مشتریان بازار هدف نباشد، در این صورت می بایست اقدامات اصلاحی صورت گیرد.

نحوه مدیریت حالت عدم وجود تقاضا چگونه است؟؟

راهکارهایی برای مدیریت این حالت از تقاضا

۳- تقاضای پنهان (Latent Demand)

پنهان مانده تقاضا به دلیل عدم توجه بازاریابان



نحوه مدیریت تقاضای پنهان چگونه است؟؟

راهکارهایی برای مدیریت این حالت از تقاضا

۴- تقاضای متزلزل (تنزلی) (Faltering Demand)



- متقاضیان رو به کاهش

- در مرحله افول

نحوه مدیریت تقاضای متزلزل یا تنزلی چگونه است؟؟

راهکارهایی برای مدیریت این حالت از تقاضا

۵- تقاضای نامنظم یا فصلی (Irregular Demand)



- فصل یا بازه زمانی خاص
- یا به صورت نامنظم
- تولید محصولات دو منظوره

نحوه مدیریت تقاضای نامنظم و فصلی چگونه است؟؟

راهکارهایی برای مدیریت این حالت از تقاضا

۶- تقاضای کامل (Full Demand)

- میزان مجموع عرضه شرکت با مجموع تقاضا برابر است



نحوه مدیریت تقاضای کامل چگونه است؟؟

راهکارهایی برای مدیریت این حالت از تقاضا

۷- تقاضای بیش از حد

(Overfull Demand)

گاهی تقاضا خیلی بیشتر از عرضه است، که معمولا در شرایط هایی مثل جنگ، بحران و... اتفاق می افتد.



نحوه مدیریت تقاضای بیش از حد چگونه است؟؟

راهکارهایی برای مدیریت این حالت از تقاضا

۸- تقاضای ناسالم

(Unwholesome Demand)

بعضی از محصولات با قوانین و عرف یک بازار و کشوری همخوانی ندارند، هر چند ممکن است در کشورهای دیگر همین محصولات مجاز باشند.

نحوه مدیریت تقاضای ناسالم چگونه است؟؟

راهکارهایی برای مدیریت این حالت از تقاضا

با آرزوی سلامتی و شادی

