

Wyjątkowa zabawka – konkurs. Etap II

Za nami pierwszy etap konkursu, co oznacza, że jesteście gotowi do przeprowadzenia badania rynku. Stworzyliście bardzo ciekawe ankiety, a w drugim etapie przekonamy się, czy wykorzystując je zdobędziecie potrzebne informacje.

Tym razem Wasze zadanie składa się z dwóch części – najpierw musicie przeprowadzić badanie rynku wśród swoich kolegów i koleżanek, a następnie przedstawić wyniki tego badania.

Badanie rynku, czyli jak zachęcić respondentów do współpracy

Przygotowanie ankiety nie było prostym zadaniem, ale dopiero przeprowadzenie jej jest prawdziwym wyzwaniem, dlatego pamiętaj o kilku wskazówkach:

- * kluczem do sukcesu jest uprzejmość – poproś kolegów i koleżanki o pomoc, opowiedz im o fabryce zabawek z drewna i celu Twojego badania,
- * poinformuj, ile czasu potrzeba na wypełnienie ankiety,
- * jeśli ktoś nie ma ochoty odpowiadać na pytania, nie namawiaj takiej osoby na siłę – niektórzy wolą zachować opinie dla siebie, a dla Ciebie nie jest to żaden powód do zmartwień,
- * zadbaj o właściwe warunki do wypełnienia ankiety – hałas, zamieszanie lub pośpiech mogą zniechęcić respondentów i wpłynąć na udzielane przez nich odpowiedzi,
- * nie podpowiadaj respondentowi, jak ma odpowiadać,
- * jeden respondent może wypełnić tylko jedną ankietę,
- * nie zapomnij podziękować za udział w badaniu.



Uwaga!

Pamiętaj, że w drugim etapie konkursu zadanie składa się z dwóch części, dlatego nie zostawiaj przeprowadzenia badania rynku na ostatnią chwilę.

Opracowanie wyników ankiety

Gdy już zbierzesz wystarczającą liczbę ankiet (minimum 10), musisz opracować wyniki tak, aby można je wykorzystać do podjęcia decyzji. Każde pytanie wymaga odrębnej analizy i określenia, jakie odpowiedzi są najpopularniejsze.

Pytania zamknięte

W przypadku pytań zamkniętych, kiedy respondenci wybierają swoją odpowiedź z zaproponowanej listy, analiza powinna przebiegać w następujący sposób:

„Pytanie 1. Jak często bawisz się drewnianymi zabawkami?”

- (A) nigdy
- (B) rzadko
- (C) czasami
- (D) często”

Założmy, że łącznie na pytanie odpowiedziało 20 osób. Odpowiedź (A) wybrało 5 respondentów, (B) – 3 osoby, (C) – 1 osoba, a (D) – 11 respondentów. Ponieważ celem jest określenie udziału osób wybierających poszczególne odpowiedzi w stosunku do ogólnej liczby respondentów, wyniki przedstawiamy w następujący sposób:

(A)

$$\begin{aligned} & \frac{5 \text{ (liczba respondentów, którzy wybrali odpowiedź A)}}{20 \text{ (liczba wszystkich respondentów)}} \\ & = \\ & 5 / 20 \\ & = \\ & 25\% \end{aligned}$$

(B)

$$\begin{aligned} & \frac{3 \text{ (liczba respondentów, którzy wybrali odpowiedź B)}}{20 \text{ (liczba wszystkich respondentów)}} \\ & = \\ & 3 / 20 = 15\% \end{aligned}$$

(C)

$$\begin{aligned} & \frac{1 \text{ (liczba respondentów, którzy wybrali odpowiedź C)}}{20 \text{ (liczba wszystkich respondentów)}} \\ & = \\ & 1 / 20 = 5\% \end{aligned}$$

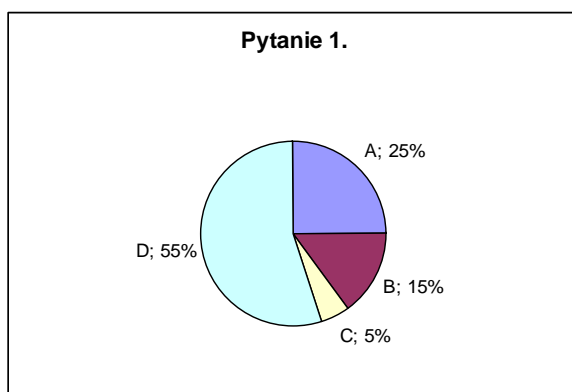
(D)

$$\begin{aligned} & \frac{11 \text{ (liczba respondentów, którzy wybrali odpowiedź D)}}{20 \text{ (liczba wszystkich respondentów)}} \\ & = \\ & 11 / 20 = 55\% \end{aligned}$$

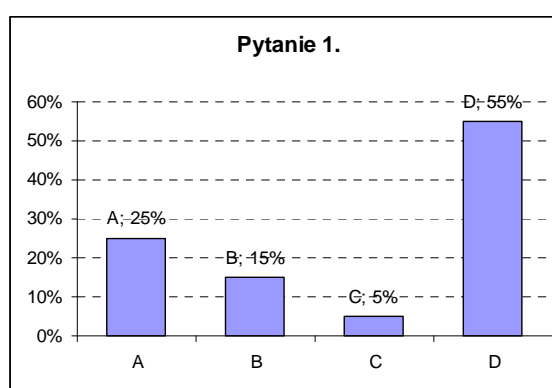
Zebrane wyniki należy przedstawić za pomocą tabelki albo wykresów. W tym celu można wykorzystać Worda, Excela albo przygotować rysunek w programie Paint. Pamiętaj, żeby prezentując wyniki, przywołać treść pytania, którego dotyczą odpowiedzi.

Odpowiedzi na Pytanie 1.	Liczba osób	Udział odpowiedzi (%)
(A) nigdy	5	25%
(B) rzadko	3	15%
(C) czasami	1	5%
(D) często	11	55%

Źródło: opracowanie własne.



Źródło: opracowanie własne.



Źródło: opracowanie własne.

Pytania otwarte

W przypadku pytań otwartych konieczne jest uważne przeczytanie wszystkich odpowiedzi. Dopiero wtedy możliwe jest stwierdzenie, jakie określenia pojawiają się najczęściej. Jeśli odpowiedzi respondentów są do siebie podobne, możliwe jest liczbowe opracowanie wyników. Wówczas postępuje się w taki sam sposób, jak w przypadku pytań zamkniętych – na podstawie analizy treści odpowiedzi, wyróżnij kilka kategorii (ok. 3 – 5) i ustal liczbę osób, których opinie należą do danej kategorii.

Z kolei, w sytuacji, gdy większość odpowiedzi jest różna – na przykład, gdy respondenci zostali poproszeni o wymyślenie czegoś – wypisz wszystkie lub kilka najciekawszych propozycji.

Prezentację wyników można wzbogacić np. zdjęciami z prowadzenia badań!

Czas na zadanie

Twoim zadaniem jest przeprowadzenie badania rynku (na przykład wśród kolegów i koleżanek ze szkoły), z wykorzystaniem ankiety przygotowanej w etapie I, a następnie opracowanie wyników badania i ich prezentacja.

Terminy i ogólne wymagania

Z uwagi na złożoność zadania z etapu drugiego, na jego wykonanie Uczestnicy konkursu mają dwa tygodnie (11.IV. - 24.IV.), a ostateczny termin przesłania prac to **24 kwietnia 2016 roku**.

25 kwietnia Wasze prezentacje będą opublikowane w galerii prac, gdzie wszyscy studenci EUD będą mogli je komentować.

Badanie rynku ma być przeprowadzone **wśród co najmniej 10 osób**, a wyniki mają być opracowane **w formie prezentacji PowerPoint** (maksymalnie 15 slajdów). Gdy praca będzie gotowa, prześlij ją na adres: **konkurs@uniwersytet-dzieciecy.pl**

Jeśli masz trudności z przeprowadzeniem ankiety lub opracowaniem wyników, zapraszam na forum konkursu, gdzie znajdziesz wątek poświęcony wykonaniu zadania z etapu II – tam postaram się odpowiedzieć na wszystkie pytania i wątpliwości Uczestników konkursu.

Komisja oceniająca prace będzie brała pod uwagę przede wszystkim skalę przeprowadzonego badania rynku, poprawność i przejrzystość opracowania wyników ankiety, a w dalszej kolejności formę graficzną prezentacji rezultatów.

Uwaga!

Jeśli zdecydujesz się zamieścić w prezentacji jakiegokolwiek grafiki lub zdjęcia znalezione w sieci, pamiętaj by pod zdjęciem umieścić (może być drobną czcionką) adres strony, z której pochodzi. Jeżeli szukasz informacji pomocniczych w internecie, pamiętaj, by nie przeklejać zdań znalezionych na stronach. Pisz samodzielnie:)

Regulamin konkursu dostępny jest na stronie:

http://www.uniwersytet-dzieciecy.pl/files/regulamin_konkursu_wyjatkowa_zabawka.pdf