

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόλογος	7
----------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΤΟ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΤΗΣ

1.1.	Η Έρευνα Αγοράς σαν Δημιουργική Λειτουργία	17
1.2.	Ανατομία ενός Προγράμματος Έρευνας	20
1.2.1.	Προσέγγιση Λογικής Ροής	20
1.3.	Τα Βήματα ενός Ερευνητικού Έργου	22
1.3.1.	Υπόβαθρο του Προβλήματος	22
1.3.2.	Προγραμματισμός της Έρευνας Αγοράς	23
1.3.3.	Εκτέλεση	24
1.4.	Λάθη των Στάσεων Έρευνας Αγοράς	26

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΟΥ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ MARKETING

2.1.	Η Διαδικασία του Διοικητικού Marketing	29
2.1.1.	Αντικειμενικοί Στόχοι της Επιχείρησης	30
2.1.2.	Η Διαδικασία του Σχεδιασμού Αγοράς	31
2.1.3.	Ανάπτυξη Στρατηγικών Marketing	34
2.1.4.	Έλεγχος	35
2.2.	Έρευνα Αγοράς και Συστήματα	36
2.3.	Έρευνα Αγοράς και η Διαδικασία Διοίκησης : Μερικές Συμπερασματικά Σκέψεις	37

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1.	Η Σημασία του Καθορισμού του Προβλήματος της Έρευνας	39
3.2.	Η Υπευθυνότητα του Ερευνητή για τον Προσδιορισμό του Προβλήματος	40
3.3.	Προσωπικά Χαρακτηριστικά του Διευθύνοντος ένα Ερευνητικό Έργο	41
3.4.	Καθορισμός των Αντικειμενικών Στόχων της Έρευνας	46
3.4.1.	Βήμα 1ο. Γενική Συζήτηση για την Έρευνα με τον Πελάτη	51
3.4.2.	Βήμα 2ο. Ανάλυση Εσωτερικής Καταστάσεως	52
3.4.3.	Βήμα 3ο. Ανάλυση Εξωτερικής Καταστάσεως	53
3.4.4.	Βήμα 4ο. Προσδιορισμός των Σχετικών Περιοχών Διοικητικού Marketing	54
3.4.5.	Βήμα 5ο. Κατάσταση Πιθανών Περιοχών (Χώρων) Ενδιαφέροντος	55
3.4.6.	Βήμα 6ο. Καθορισμός της Έκτασης του Προβλήματος της Έρευνας	57
3.4.7.	Βήμα 7ο. Διαμόρφωση Ερωτήσεων που θα Απαντηθούν από τη Μελέτη	66
3.5.	Καθορισμός του Προβλήματος : Σκέψεις και Ενδιαφέροντα.....	67

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΚΟΠΟΙ ΤΩΝ ΠΗΓΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

4.1.	Οι Δευτερογενείς Πηγές Έναντι των Πρωτογενών Πηγών Στοιχείων	69
4.1.1.	Πλεονεκτήματα των Δευτερογενών Στοιχείων	70
4.2.	Αξιολόγηση των Δευτερογενών Στοιχείων	73
4.3.	Προσδιορισμός και Ορισμός των Πηγών Πρωτογενών Δεδομένων	79
4.4.	Συμπεράσματα	81

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΕΡΓΟΥ

5.1.	Προγραμματισμός του Ερευνητικού Έργου	83
5.2.	Προσδιορίζοντας την Φύση του Ερευνητικού Έργου Αγοράς ...	84
5.2.1.	Η Φύση των Κινδύνων	84
5.2.1.1.	Η Εγκυρότητα Έναντι της Αξιοπιστίας	85
5.2.1.2.	Τύποι Εγκυρότητας και Λάθη Αξιοπιστίας	86
5.3.	Γενικά για την Φύση εντός Ερευνητικού Προγράμματος Αγοράς	86
5.3.1.	Ταξινόμηση με Κριτήριο τη Χρησιμότητα στο Διοικητικό Marketing	86
5.3.2.	Ταξινόμηση Βάσει της Περιοχής του Υποκειμενικού ...	88
5.3.3.	Ταξινόμηση Βάσει της Φύσης των Αναμενόμενων Αποτελεσμάτων	88
5.3.4.	Πειραματικός έναντι του μη Πειραματικού Σχεδιασμού	91
5.4.1.	Βασικές Ιδέες στον Πειραματικό Σχεδιασμό	92
5.4.1.1.	Σχεδιασμός Μετά-Μόνον (After only Desine)...	93
5.4.1.2.	Σχεδιασμός (Πριν - Μετά)	93
5.4.1.3.	Σχεδιασμός (Μετά-Μόνον) με Ομάδα Ελέγχου	95
5.4.1.4.	Σχεδιασμός (Πριν-Μετά)με Ομάδα Ελέγχου ...	95

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΤΑΛΛΗΛΗΣ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

6.1.	Παρατήρηση Έναντι της Επισκόπησης (Survey Research)	97
6.2.	Επιλέγοντας την Κατάλληλη Τεχνική Επισκόπησης	102
6.3.	Περίληψη Επιλογής των Τεχνικών της Επισκόπησης	111
6.4.	Σημειώσεις	112

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΕΠΙΛΟΓΗ ΑΠΟΚΡΙΝΟΜΕΝΩΝ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ

7.1.	Σχεδιασμός της Επιλογής των Αποκρινόμενων	113
7.2.	Ορισμός του Συνόλου του Πληθυσμού	114
7.3.	Επιλέγοντας Ανάμεσα σε μια Απογραφή ή ένα Δείγμα	115

7.4.	Η Τυχαία Έναντι της μη Τυχαίας Δειγματοληψίας	117
7.4.1.	Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα της Τυχαίας Δειγματοληψίας	118
7.4.2.	Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα της μη Τυχαίας Δειγματοληψίας	119
7.4.3.	Επιλογή της Μεθόδου Δειγματοληψίας	120
7.4.3.1.	Τεχνικές Τυχαίας Δειγματοληψίας Απλή Τυχαία Δειγματοληψία	120
7.4.3.2.	Στρωματοποιημένη Τυχαία Δειγματοληψία	124
7.4.3.3.	Συστηματική Δειγματοληψία	125
7.4.3.4.	Τμηματική Δειγματοληψία	129
7.5.	Τεχνικές μη Τυχαίας Δειγματοληψίας	130
7.5.1.	Εύκολη Δειγματοληψία	130
7.5.2.	Προτεινόμενη Δειγματοληψία	130
7.5.3.	Αναλογική Δειγματοληψία	131
7.6.	Εκτίμηση Πιθανού Σφάλματος Πλαισίου της Έρευνας	135
7.7.	Επιλογή του Μεγέθους του Δείγματος	135
7.7.1.	Δείγματα Πιθανοτήτων	136
7.7.2.	Υπολογισμοί για Απλά Τυχαία Δείγματα	136
7.7.3.	Απαιτήσεις για την Εκτίμηση του Μέσου	136
7.7.4.	Απαιτήσεις για την Εκτίμηση μιας Αναλογίας	138
7.8.	Επιπρόσθετες Παρατηρήσεις	139
7.9.	Δείγματα Στρωμάτων	140
7.10.	Συστηματικά και Αθροιστικά Δείγματα	141
7.11.	Τυχαία Δείγματα (Μη Πιθανοτήτων)	141

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Η ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΜΙΑΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ ΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑ

8.1.	Εφαρμογές μιας Πρότασης	144
8.2.	Συστατικά Στοιχεία μιας Πρότασης	146
8.2.1.	ΤΜΗΜΑ Ι : Γενική Περιγραφή του Προβλήματος	146
8.2.2.	ΤΜΗΜΑ ΙΙ : Γενική Περιγραφή των Αντικειμένων και της Έκτασης του Ερευνητικού Έργου	147
8.2.3.	ΤΜΗΜΑ ΙΙΙ : Ειδικές ερωτήσεις που θα πρέπει να Απαντηθούν ή Υποθέσεις που θα πρέπει να Ελεχθούν ..	148
8.2.4.	ΤΜΗΜΑ ΙV : Μεθοδολογία	148
8.2.5.	ΤΜΗΜΑ V : Περιορισμοί του Προτεινόμενου	

	Ερευνητικού Σχεδίου	149
8.2.6.	ΤΜΗΜΑ VI : Εκτίμηση των Απαιτήσεων Χρόνου και Κόστους	149
8.2.7.	ΤΜΗΜΑ VII : Ειδικές Συνθήκες της Συμφωνίας	152
8.2.8.	ΤΜΗΜΑ VIII : Σελίδα για Υπογραφή	152
8.3.	Η Μέτρηση της Αξίας της Έρευνας Αγοράς	153
8.4.	Η Μέθοδος Προσέγγισης της Αξίας Έρευνας	154
8.5.	Η Εκτίμηση της Αξίας της Έρευνας με την Μέθοδο Bayesian - Decision Theory	155
8.6.	Περίληψη	157
8.7.	Ερωτήσεις	157

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΕΝΟΣ ΣΧΕΔΙΟΥ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

9.1.	Χαρακτηριστικά και Ιδιότητες των Διαφόρων Ταξινομήσεων Στοιχείων	161
9.1.1.	Τύποι Στοιχείων. Ονομαστικά Στοιχεία (Nominal Data)	161
9.1.2.	Διατεταγμένα Τακτικά Στοιχεία (Ordinal Data)	162
9.1.3.	Στοιχεία Διαστημάτων	163
9.1.4.	Στοιχεία Αναλογίας	165
9.2.	Τα Ποσοτικά έναντι των Ποιοτικών Στοιχείων	166
9.3.	Θεώρηση των Συνθηκών Τεχνικών Ανάλυσης Στοιχείων	166
9.4.	Απλή Περιληπτική Πληροφορία Περιλαμβάνοντας Μετρήσεις Κεντρικής Τάσης	167
9.4.1.	Συχνότητες	167
9.4.2.	Ποσοστά	168
9.4.3.	Μετρήσεις Κεντρικής Τάσης	168
9.5.	Πληροφορίες Σχετικές με τη Διασπορά ή Διακύμανση των Στοιχείων	170
9.5.1.	Τάξη	171
9.5.2.	Τυπική Απόκλιση	171
9.6.	Πρόβλεψη των Τιμών Πληθυσμού	172
9.7.	Διαστήματα Εμπιστοσύνης	172
9.8.	Εκτιμήσεις Τιμών των Παραμέτρων του Πληθυσμού	173
9.9.	Έλεγχος Υποθέσεων	175
9.10.	Σημαντικότητα των Διαφορών	177

9.10.1. Παράδειγμα 1ο : Έλεγχος Μεταξύ Δύο Αναλογιών που έχουν Ληφθεί από δύο Ανεξάρτητες Ομάδες (Μία Μέτρηση)	178
9.10.2. Παράδειγμα 2ο : Έλεγχος Μεταξύ Δύο Συνόλων Στοιχείων, Ένα Δεδομένο και ένα Συλλεγμένο (μια μέτρηση)	179
9.11. Διασταυρωμένη Πινακοποίηση και Διαγράμματα Διασποράς ...	184
9.12. Ανάλυση Ελαχίστων Τετραγώνων	185
9.13. Ανάλυση Συσχέτισης	186
9.14. Ανάλυση Παλιδρόμησης	186
9.15. Τεχνικές Ανάλυσης Πολυδιακύμανσης	188
9.15.1. Ανάλυση Διακρίσεων (Discriminar analysis)	189
9.15.2. Ανάλυση Συντελεστών	189
9.16. Περίληψη της Ανάπτυξης Σχεδίου Ανάλυσης Στοιχείων	189

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

ΜΕΛΕΤΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

10.1. Μια Προσέγγιση Λογικής Ροής στην Μελέτη ενός Μέσου Συγκέντρωσης	198
10.2. Προτεινόμενο Σχέδιο για την Εξασφάλιση της Συνεργασίας των Αποκρινομένων	199
10.2.1. Θέμα Συνεργασίας σε Μελέτες με Παρατήρηση	200
10.2.2. Προβλήματα Συνεργασίας στις Προσωπικές Συνεντεύξεις	201
10.3. Ερωτήσεις με Πολλαπλές Απαντήσεις	202
10.3.1. Ερωτήσεις Κλιμακωτές	202
10.3.2. Ερωτήσεις με Ιεράρχηση	206
10.4. Μελέτη του λεκτικού της Ερώτησης και Σχέδιο	206
10.4.1. Το Λεξιλόγιο της Συνέντευξης έναντι του Λεξιλογίου των Ερωτήσεων	208
10.4.2. Ουδετερότητα Ερωτήσεων	209
10.4.3. Οδηγίες	209
10.4.4. Ερωτήσεις με Μορφή Φίλτρου	211
10.4.5. Μεταβατικές Ερωτήσεις	212
10.4.6. Ακολουθία	212
10.5. Μελετώντας Κάθε Ερώτηση	213
10.6. Επανεξέταση της Μελέτης του Μέσου Συγκέντρωσης	

Στοιχείων	216
10.7. Προελέγξτε το Μέσο Συγκέντρωσης	216
10.8. Τελειοποίηση της Μελέτης του Μέσου Συγκέντρωσης Στοιχείων	218
10.9. Προβλήματα Συνεργασίας σε μια Τηλεφωνική Συνέντευξη	218
10.10. Τα Προβλήματα της Συνεργασίας με τα Ταχυδρομικά Ερωτηματολόγια	220

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11

ΣΥΛΛΟΓΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

11.1. Εκτελεστικοί Παράγοντες σε Σχέση με τα Ταχυδρομικά Ερωτηματολόγια (Χρονικοί παράγοντες)	221
11.1.2. Εκτίμηση των μη Αποκρινομένων	222
11.1.3. Κωδικοποίηση για Πληροφόρηση	224
11.2. Παράγοντες Εκτέλεσης σε Σχέση με Προσωπική και Τηλεφωνική Συνέντευξη	225
11.2.1. Επιλογή-εκπαίδευση του Λήπτη της Συνέντευξης	225
11.2.2. Οι Σχετικές με τους Συνεντευκτές Μεθοδολογικές Απαιτήσεις	226
11.2.3. Προσωπικότητα του Συνεντευκτή	226
11.2.4. Φυσικά Χαρακτηριστικά των Συνεντευκτών	227
11.2.5. Πως να Διερευνούμε Καλά	228
11.2.6. Πως να Χρησιμοποιήσουμε τις Βασικές Λέξεις	229
11.2.7. Πως θα Γίνει η Καταγραφή της Διερεύνησης;	231
11.2.8. Διάταξη των Οδηγιών για Συνέντευξη	232
11.2.9. Αφήστε Χρόνο για να δίνουν Επιπρόσθετες Σημειώσεις	233
11.3. Επικοινωνία Πελάτη ομάδας Έρευνας	233
11.4. Προετοιμασία Στοιχείων για Ανάλυση	234
11.4.1. Ταξινόμηση και Κωδικοποίηση Ανοικτών Ερωτήσεων	234
11.4.2. Ταξινόμηση και Κωδικοποίηση Κλειστών Ερωτήσεων	235
11.4.3. Καταγραφή Κωδικοποιημένων Στοιχείων	237
11.5. Ανάλυση των Στοιχείων	237
11.6. Περίληψη	239
11.8. Ερωτήσεις	243

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12
ΟΛΟΚΛΗΡΩΝΟΝΤΑΣ ΤΗ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ

12.1.	Κατανόηση της Θέσως του Χρήστη	246
12.2.	Ο Ρόλος της Τελικής Αναφοράς	247
12.3.	Περιεχόμενα μιας Αναφοράς της Έρευνας Αγοράς	248
12.3.1.	Τμήματα I,II και III : Εισαγωγή, Σκοπός και Μεθοδολογία	248
12.3.2.	Τμήμα IV : Περιορισμοί	248
12.3.3.	Τμήμα V : Παρουσίαση των Αποτελεσμάτων της Έρευνας	249
12.3.4.	Τμήμα VI : Συμπεράσματα	250
12.3.5.	Τμήμα VII : Συστάσεις	250
12.3.6.	Παραρτήματα	251
12.4.	Εκτέλεση της Περιληπτικής Αναφοράς	251
12.5.	Παρουσίαση της Τελικής Αναφοράς	251
12.6.	Ειδικά Προβλήματα που Σχετίζονται με τις Τελικές Αναφορές	253
12.7.	Επέκταση της Προσπάθειας Έρευνας	255
12.8.	Έρευνα Αγοράς : Η Μακροχρόνια Άποψη	255
	Βιβλιογραφία	256