

*Анкетне опитування як метод  
вивчення і дослідження запитів  
та поведінки покупців на  
споживчому ринку*

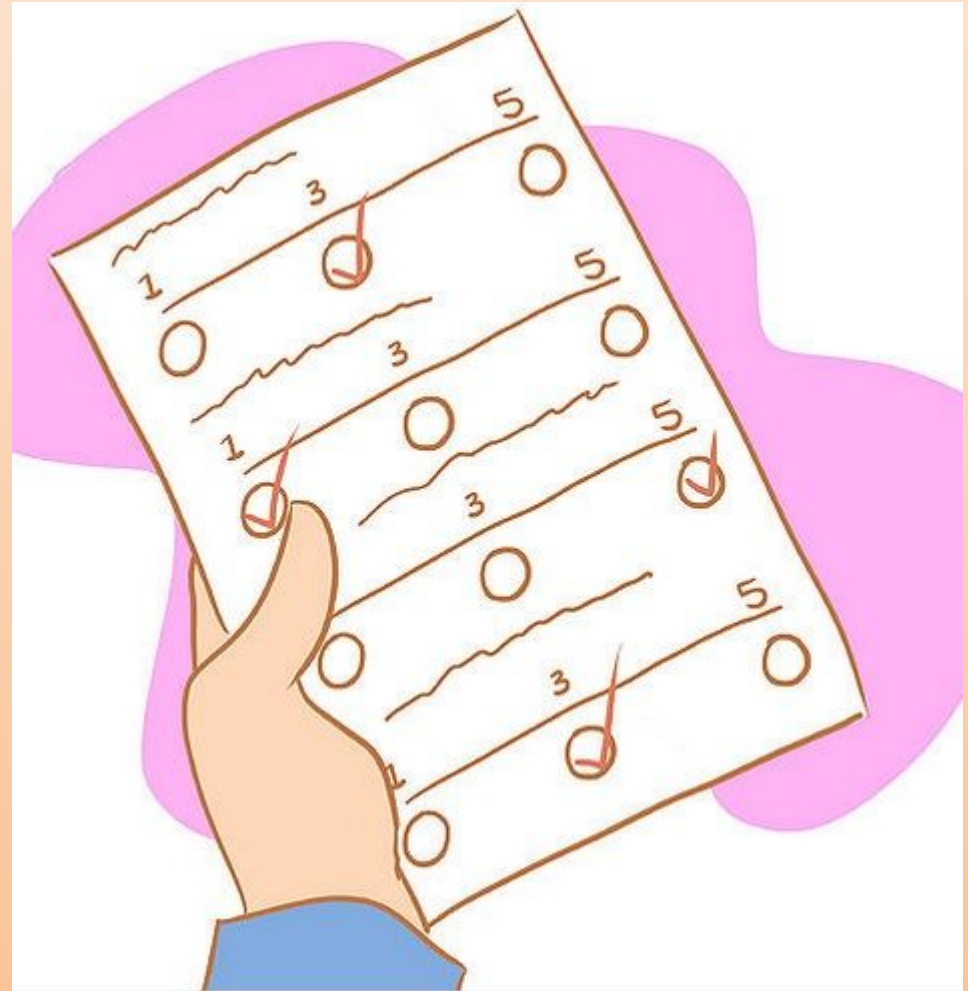
Виконала студентка 30 групи  
Мотузко Альона

**Анкетне опитування** – це особливий метод збору первинних даних про людину, її вподобання та смаки.

**Анкета** – це ряд запитань, на які опитуваний повинен дати відповідь

Анкета повинна:

- 1) Полегшити відповідь опитуваного
- 2) Дозволити легко провести аналіз
- 3) Сформулювати питання з урахуванням його впливу на відповідь опитуваного.



# Переваги та недоліки анкетного опитування

## *Переваги*

- Залучення невеликої кількості осіб, які його здійснюють;
- Можливість отримання інформацію про внутрішній стан споживача, мотиви купівлі;
- Оперативність;
- Доступність та легкість обробки інформації.



## *Недоліки*

- Залежність якості отримуваної інформації від сприйняття тексту анкети;
- Людина не хоче або не може відповідати на поставлені питання;
- Думка вибірки може не збігатися з думкою сукупності.



# Структура анкети

1. **Службове поле** – дата заповнення, регіон, ПІБ.
2. **Введення** – мета дослідження, інформація про те, хто його проводить.
3. **Тіло анкети** – основні питання.
4. **Класифікаційна частина** – інформація про основні соціально-економічні показники.



# Види анкетування

*За способом спілкування  
між дослідником і  
опитуваними*



*За місцем проведення*



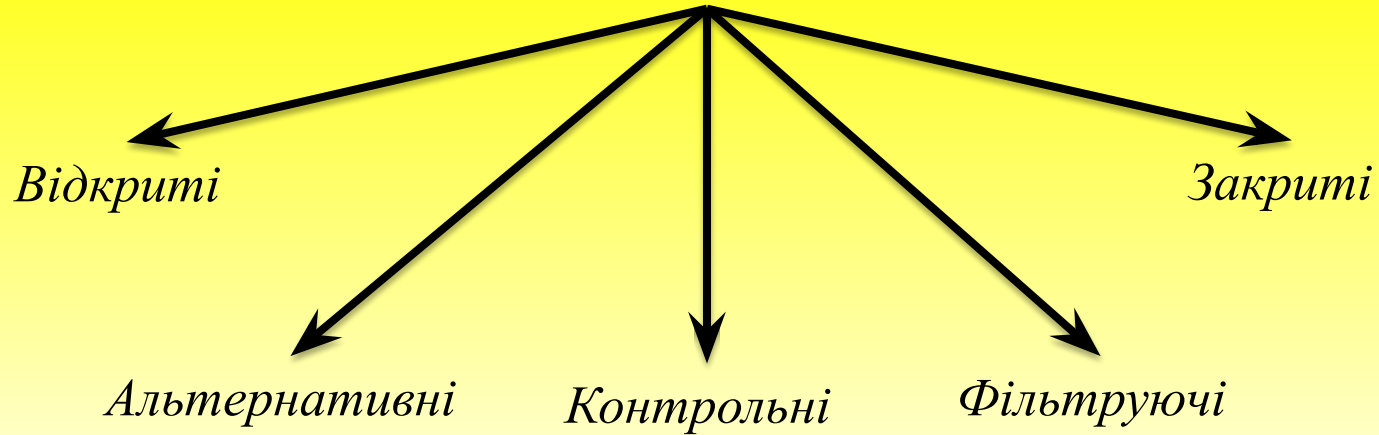
*За рівнем стандартизації*



*По повноті охоплення*



# Питання анкети



## Основні правила побудови запитань

1. Однозначність запитання
2. Однозначність понять
3. Стислість
4. Конкретність
5. Доступність



# Етапи складання анкет



# Аналіз результатів

- ✓ Отриману інформацію представити у вигляді таблиці;
- ✓ Розрахувати % співвідношення між варіантами відповідей;
- ✓ Проаналізувати отримані співвідношення;
- ✓ Виділити переваги споживачів шляхом побудови діаграми, які наочно відображають основні тенденції





# Приклад

## 1. Який смак соку Вам найбільше до вподоби?

1 Яблуневий	7	10%
2 Персиковий	14	20%
3 Грейпфрутовий	21	30%
4 Апельсиновий	14	20%
5 Виноградний	-	0%
6 Березовий	-	0%
7 Манговий	-	0%
8 Томатний	14	20%
Разом:	70	100%

*1 графік – існує широкий спектр смаків споживачів; споживачам подобається грейпфрутовий сік, що дає поштовх до збільшення партії виробництва;*



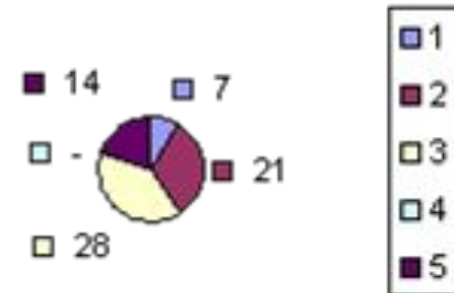
---

## 2.Скільки пакетів (1літр) в середньому Ви споживаєте на тиждень?

1. Менше 1 пакета	7	10%
2. 1-2 пакета	21	30%
3. 2 пакета	28	40%
4. 3 пакета	-	0%
5. більше 3 пакетів	14	20%
Разом:	70	100%

---

Розподіл опитуваних за кількістю пакетів соку



*2 графік – 40% опитуваних вживають 2 пакети соку, грубо кажучи оптимальне споживання пакетів коливається в межах 2.*

---

### 3. За якою ціною Ви б купували фруктові соки (скажімо 1 літр) частіше?

1. До 2 грн.	35	50%
2. 2-4 грн.	21	30%
3. Більше 4 грн.	7	10%
4. В залежності від того, на скільки я буду оцінювати в ньому потребу.	7	10%
5. Ціна для мене немає значення	0	0%
Разом:	70	100%

---

*З графік – споживачі не бажають багато витратити коштів на купівлю фруктових соків; ціна на сік є значним фактором для споживачів. Можливо, цьому є причина низької платоспроможності населення, зміна даного товару іншими товарами.*

Дякую за увагу!!!