

Weryfikacja przedstawionej w pracy tezy

część praktyczna pracy „Wpływ reklamy na proces decyzyjny konsumenta na podstawie firmy...”

6.1. Dobór metod badawczych i narzędzie badawcze

Do opisu doboru próby użyto pięciopunktowego schematu:

1. Zdefiniowanie populacji badanej.

Jednostką próby są klienci firmy HI TEC NUTRITION. Są to również ludzie uczęszczający do fitness klubów znajdujących się na terenie województwa warmińsko – mazurskiego.

Badanie zostało przeprowadzone w październiku 2004 r.

2. Wykaz populacji.

Za wykaz badanej populacji posłużyła lista osób odwiedzających fitness kluby w większych i mniejszych miejscowościach naszego województwa, którzy jednocześnie przynajmniej raz zakupili produkty przedstawionej firmy.

Jako, że ankieta miała formę anonimową nie możliwe jest wymienienie danych osobowych respondentów badania.

3. Określenie liczebności próby.

Badania przeprowadzono na 100 osobach, korzystających z suplementów i mających styczność z badana firmą.

4. Metody doboru próby do badań.

Metodą doboru próby była metoda losowa o doborze celowym.

5. Pobranie próby.

Narzędziem badawczym jest ankieta, która zaprezentowano w załączniku 1.

6.2. Pomiar zmiennych

Pomiarów przeprowadzono na podstawie ankiety.

W ankiecie wykorzystano pytania zamknięte, w tym alternatywne, typu „tak – nie” oraz kafeteryjne o różnych wariantach odpowiedzi. Oprócz wprowadzonych do ankiety powyższych rodzajów pytań, umieszczono również pytania metryczkowe, które umożliwiły zweryfikowanie otrzymanych danych.

Wszystkie ankiety zostały wypełnione w sposób prawidłowy. Przeprowadzono weryfikację formalną, w której dokonano sprawdzenia kompletności kwestionariuszy pod względem ilościowym i kompletności odpowiedzi w poszczególnych egzemplarzach.

Wszystkie surowe dane otrzymane w wyniku badań empirycznych, w tym przypadku w postaci ankiety, wymagają dalszego przetworzenia. Przetworzenie to związane jest ze zjawiskiem analizy danych.

6.3. Analiza danych

W rozdziale tym przedstawiono dane z ankiet w formie zestawień tabelarycznych i wykresów.

Do obliczania nie posłużono się metodami statystycznymi, gdyż nie jest to celem tej pracy. Zwrócono jednak szczególną uwagę na jedną z wielkości statystycznych jaka jest dominanta.

Dominantę można wyznaczyć na podstawie danych pochodzących z dowolnej skali pomiaru, a więc zarówno nominalnej jak i porządkowej, przedziałowej i ilorazowej. Dominanta występuje

najczęściej. Jest to wartość najwyższa, wśród wszystkich odpowiedzi. To przede wszystkim na jej podstawie będą wysuwane wnioski dotyczące badanej tezy.

Tabela, która przedstawiona jest w załączniku nr 2, zawiera pytania i odpowiedzi ankiety w wartościach bezwzględnych. Wykresy, przedstawione w załączniku nr 3 zawierają wyniki pytań metryczki wyrażone również wartościami bezwzględnych.

6.4. Prezentacja wyników i wniosków

Wnioski wyciągnięte z przeprowadzonych badań potwierdzają postawioną wcześniej hipotezę.

Aż 80% klientów firmy HI TEC NUTRITION pochodzi z miejscowości nie mniejszych niż 50 tys. mieszkańców, a nie większych niż 100 tys. mieszkańców.

Istotne jest również, że 20% osób kupujących suplementy dowiedziało się o istnieniu firmy HI TEC NUTRITION z prasy, a aż 40% osób z internetu. Dostatecznie duży odsetek, bo aż 20% osób badanych dowiedziało się o prezentowanej firmie od znajomych.

Znaczące jest także to, że 60% badanych klientów zna asortyment firmy HI TEC NUTRITION, a 50% wszystkich badanych klientów wybiera suplementy z grupy odżywek powodujących przyrost masy ciała.

Trzeba też zauważyć, że 80% osób zakupywało produkty opisywanej firmy więcej niż raz pomimo, że tylko 60% swoje zadowolenie z produktów określiło w skali od 1 do 5 na poziomie 4 lub 5.

Istotne jest również to, że 80% badanych klientów jest wieku do 24 lat. Wśród badanych osób nie był nikogo powyżej 46 roku życia. Może to być związane z tym, że ćwiczenia siłowe i kupowanie suplementów nie jest rozpowszechnione.

Znaczny odsetek tj. 60% badanych ludzi to osoby z

wykształceniem średnim i wyższym, a także będącymi pracownikami biurowymi.

Powyższe wyniki badań potwierdzają hipotezę stwierdzającą, że znaczącą rolę w rozpoznawaniu marki i wyborze produktów firmy HI TEC NUTRITION mają reklamy prasowe i internetowe, jak również istotną rolę odgrywa opinia znajomych.

ZAŁĄCZNIKI

Załącznik nr 1

KWESTIONARIUSZ ANKIETOWY

Szanowni Państwo ankieta skierowana jest do klientów firmy HI TEC NUTRITION. Uzyskane informacje będą wykorzystane do napisania pracy licencjackiej PWSZ w Elblągu. Odpowiedzi polegają na wpisaniu lub zakreśleniu właściwych odpowiedzi. Wypełnione kwestionariusze są anonimowe.

Pytanie 1.

Skąd dowiedział(a) się Pan(i) o ofercie firmy HI TEC NUTRITION?

1. Telewizja
2. Radio
3. Prasa
4. Internet
5. e) Od znajomych

Pytanie 2.

Czy asortyment oferowany przez HI TEC NITRITION jest Panu / Pani znany?

TAK

NIE

Pytanie 3.

Z której grupy suplementów oferowanych przez firmę HI TEC NUTRITION korzystał(-a) Pan /Pani?

1. Przyrost masy ciała
2. Przyrost siły i wytrzymałości
3. Przyrost wydolności ogólnej
4. Odchudzanie i wspomaganie diety
5. Wyśięk umysłowy i koncentracja

Pytanie 4.

Ile razy Pan /Pani zakupywał(ła) suplementy firmy HI TEC NUTRITION?

1. Jeden raz
2. Dwa raz
3. Trzy raz
4. Więcej niż trzy razy

Pytanie 5.

**Czy jest Pan /Pani zadowolony(na) z zakupionych produktów?
(określić w skali od 1-5)**

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Pytanie 6.

Czy do zakupu odżywek firmy HI TEC NUTRITION skłoniło Pana /Panią :

1. Osoba reklamująca produkt
2. Skład chemiczny suplementu

3. Przedstawione rezultaty badań i testów

4. namowa znajomych

METRYCZKA

1. Wiek:

- do 18 lat
- od 19 do 30 lat
- od 31 do 45 lat
- powyżej 46 lat

2. Płeć:

- męczyzna
- kobieta

3. Miejsce zamieszkania:

- wieś
- do 50 tys.
- od 50 tys. do 100 tys.
- powyżej 100 tys.

4. Wykształcenie:

- zawodowe
- średnie
- wyższe licencjackie
- wyższe magisterskie

5. Zajmowane stanowisko:

- pracownik biurowy
- pracownik fizyczny

Dziękuję za rzetelne i szczere wypełnienie ankiety.

Załącznik nr 2

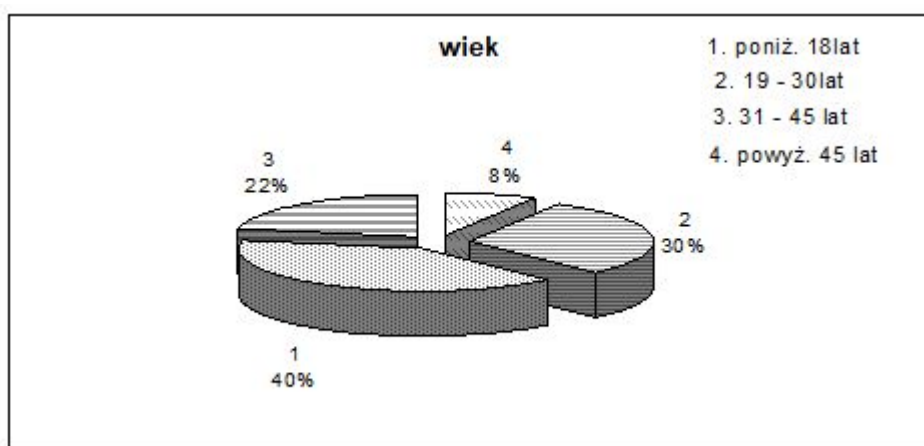
Tabela nr 1 przedstawia liczbę osób odpowiadających na poszczególne pytania kwestionariusza ankietowego.

Pytanie/ odpowiedzi	a	b	c	d	e	tak	nie
Pytanie 1	10 osób	10 osób	20 osób	40 osób	20 osób	X	X
Pytanie 2	X	X	X	X	X	60 osób	40 osób
Pytanie 3	50 osób	30 osób	10 osób	10 osób	osób	X	X
Pytanie 4	20 osób	30 osób	30 osób	20 osób	X	X	X
Pytanie 5	10 osób	10 osób	20 osób	30 osób	30 osób	X	X
Pytanie 6	20 osób	30 osób	20 osób	30 osób	X	X	X

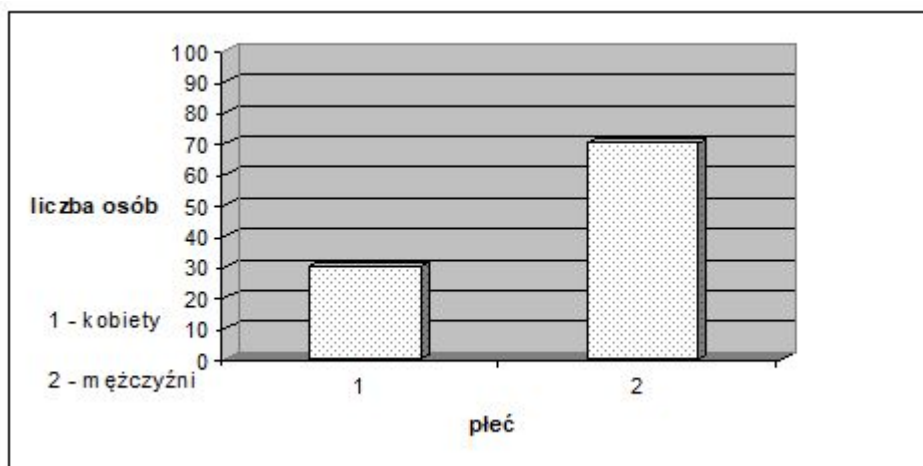
Załącznik nr 3

Wykresy przedstawiają wyniki osiągnięte z wypełnienia metryczki.

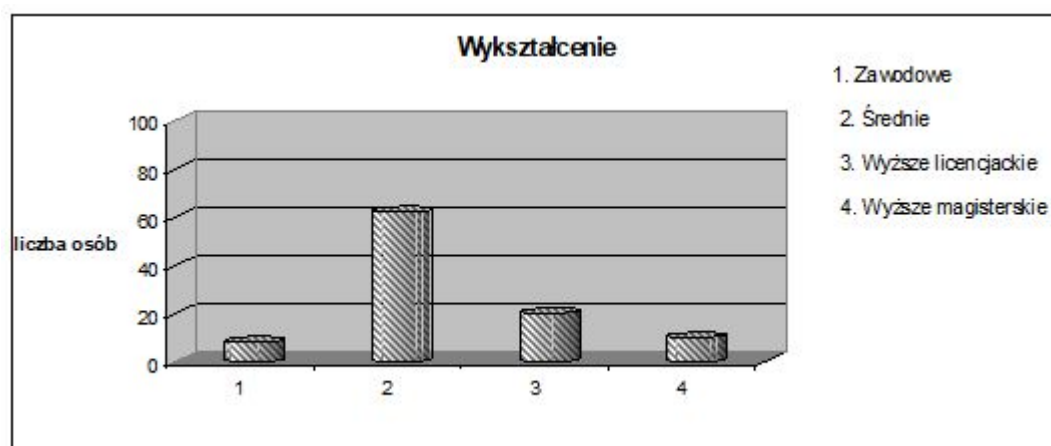
Wykres nr 1



Wykres nr 2



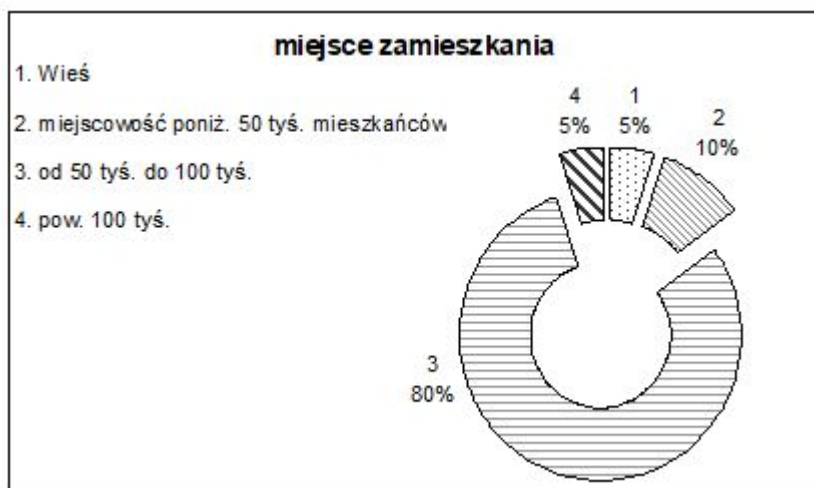
Wykres nr 3



Wykres nr 4



Wykres nr 5



Źródło: Opracowanie własne

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](#) - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.