



Tetradka.bg

МАРКЕТИНГОВИ ПРОУЧВАНИЯ • МЕБЕЛЕН ПАЗАР

Проучване на пазара на кухненски маси и столове

ОБЕКТИВЕН ПРОФИЛ

Обем: 14 стр. • ≈ 3 450 думи • оригинал: Пазарни данни главно от 2003–2007 г.

Оценка по 5 критерия с предварително обявени тегла

4.1/10

Подробен проект за пощенска анкета и сегментиране на пазара, но той смесва план за бъдещо изследване с привидно готови резултати. Няма проследима извадка, реални данни или библиография, а пазарната картина е от 2003–2007 г.

Оценката измерва текущото качество на файла, не потенциала на темата.

Съдържание на превюто

01	Профил на темата и оценъчен модел	3
02	Автентичен откъс от оригинала — 4 стр.	4-7
03	Оценъчна карта и проверими основания	8
04	Силни страни и критични слабости	9
05	Приоритети за актуализация	10
06	Препоръчана нова структура	11
07	12 работни промпта за подобрене	12-13
08	Как да използвате превюто и QR достъп	14

Тематична карта на оригинала

- Пазар на кухненски мебели
- Продуктова серия „Комфорт“
- Цели и хипотези
- Пощенска анкета
- Квотна извадка
- Скали за нагласи
- Сегментиране
- Изводи и препоръки

ВАЖНО

Превюто не удостоверява авторство и не заменя академична рецензия. То проверява видимата структура, логика, разчети и актуалност на предоставения файл.

Профил на темата

Точно заглавие Проучване на пазара на кухненски маси и столове

Категория Маркетингови проучвания • Мебелен пазар

Обем на оригинала 14 страници; $\approx$ 3 450 думи

Времева база Пазарни данни главно от 2003–2007 г.

Референтен № ref429

Обща оценка 4.1/10

Потенциал след редакция до 8.0/10

Как е изчислена оценката

Тегла: актуалност 20% • структура 20% • методологична точност 25% • източници 20% • оформление и приложимост 15%. Крайната оценка е претеглена, а не усреднена „по впечатление“.

ОБЕКТИВНА УГОВОРКА

Ниската актуалност не означава, че темата е безполезна. Тя означава, че файлът в сегашния си вид не бива да се използва без проверка, актуализация и корекции.

I. ТЕОРЕТИЧНА ЧАСТ

Проектантската дейност е една от най-важните за оцеляването и развитието на една Бизнес организация (БО). Проектирането на продукти е неограничен процес във времето, който по начало отнема много време. Компютрите обаче помагат за ускоряване на този процес. Тази помощ се класифицира в три основни направления: компютърно проектиране (CAD), компютърен инженеринг (CAE) и компютърна подготовка на производството (CAM).

Компютърното проектиране се извършва с CAD системи, които позволяват изготвяне на чертежи, които се изобразяват на монитора на компютъра. Чертането с тези системи се извършва с линии, дъги, овали, триъгълници, правоъгълници, многоъгълници, които са т.нар. примитиви. Чертането може да е двумерно или тримерно като по този начин примитивите могат да се разглеждат от различни гледни точки, могат да се мащабират или да се извършват най-различни друг операции по тях докато се получи чертежа на продукта. При достъп на системата до база данни проектирането може да се ускори, като се използват съхранени чертежи на готови продукти на предприятието.

След проектирането на изделия или детайли с CAD системите, идва ред на инженерите да извършат анализи върху тях с CAE системите за компютърен инженеринг. Анализите се извършват според свойствата на изделията: за якост, проводимост, надеждност и др. Системите CAE се прилагат на принципа на симулации, като се симулира поведението на изделието или датайла в реални условия.

CAM системите се използват за компютърна подготовка на производството, като обхваща методи за планиране, контролиране и изпълнение на производствената дейност. Тези методи са компютърно планиране на производствените процеси, компютърно програмиране на работи, компютърно планиране на производствените ресурси (MRP II) и др. Когато системите за компютърно проектиране се комбинират с тези за компютърна подготовка на производството се получават т.нар. CAD/CAM системи.

Факт е, че световният пазар на системи ориентирани към инженерната и конструкторска дейност през последните няколко години преживява истински бум. Няколко фактора допринасят за тази тенденция:

- достиженията в развитието на хардуерните технологии, в резултат на които 64-битовите многоядрени компютри станаха масово достъпни;
- възприемането и разпространението на 3D технологиите;
- интеграцията на средствата за компютърно проектиране, визуализация и управление на информацията, осигуряваща възможност да се предефинира ролята на CAD системите в предприятията.

В резултат от всичко изброено, въпреки че CAD/CAM индустрията се слави с известен консерватизъм, наблюдаваме значителни промени – дори по-малките предприятия напоследък инвестират активно в нови технологии.

По данни на JPR ("2008 CAD Report" от Jon Peddie Research), доставчиците на CAD софтуер в глобален мащаб са генерирали приходи от \$5,23 млрд. през 2007 г., постигайки впечатляващият ръст от 20% спрямо предходната година. Анализаторите предвиждат, че възходящото развитие на пазара ще продължи и през 2008-а. Прогнозираният ръст на приходите от CAD системи е 15% (схема 1).

Цена	3	2	1	0
Производител	3	2	1	0

Трета част - респондентите трябва да сравнят качествата на маси и столове “Комфорт” с тази, която имат у дома си. Сравнението се провежда по всички шест качества, познати от предходната част. Числените стойности, съответстващи на резултатите от сравненията, са приведени в табл. 2.

Табл. 2: Таблица с числените стойности, съответстващи на резултатите от сравненията

Качества на маси и столове “Комфорт”	Новите маси и столове са определено по-добри	Новите маси и столове са малко по-добри	Новите маси и столове са нито по-добри, нито по-лоши	Нашите маси и столове са малко по-добри	Нашите маси и столове са определено по-добри
От масивна дървесина	+2	+1	0	-1	-2
Удобство при стоене на столовете	+2	+1	0	-1	-2
Различни степени височина на масата	+2	+1	0	-1	-2
С допълнителен плот и възможности за удължаване	+2	+1	0	-1	-2
Цена	+2	+1	0	-1	-2
Производител	+2	+1	0	-1	-2

Четвърта част - на въпросника включва въпрос относно вероятността респондентите да закупят от новите маси и столове “Комфорт”. Скалата на отговорите се състои от категориите:

- "Напълно вероятно";
- "Вероятно";
- "Не може да прецени";
- "Невероятно";

Сегментационни бази	- Сегментационни критерии в рамките на базите честота в седмично измерение.
Употреба	- Редовност на употреба; - Време в денонощието на най-честа употреба; - Среден брой употреба и др.
Предпочитания	- Цена на кухненски маси и столове от масивна дървесина; - Производител; - Масивна дървесина или ПДЧ; - Държава производител.
Знания и опит	- Производители на кухненски маси и столове от масивна дървесина, които познава; - Производители на кухненски маси и столове от масивна дървесина, на които е бил клиент; - Полезни качества на масите и столовете и др.
Търсени ползи	- Физически ползи; - Психологически ползи; - Социални ползи и др.
Преданост	- Отхвърлени производители; - Епизодично употребявани маси и столове; - Обикновено употребявани маси и столове; - Най-често употребявана маси и столове; - Любими производители на маси и столове; - Марка заместител на най-често употребяваните
Нагласи	- Обща нагласа; - Към цената; - Към качеството; - Към външния вид; - Имидж.
Демография	- Пол; - Възраст; - Образование; - Семейно положение и др.
Иконом. състояние	- Имуществено състояние; - Доходи и др.
Социално положение	- Занятие; - Социална класа; - Вид на населеното място и др.
Психография и жизнен стил	- Жизнени ценности; - Нагласи; - Активности.
География	- Област;

Качеството на новата марка маси и столове “Комфорт” е:	определено по-добра (+2)	малко по-добра (+1)	нито по-добра, нито по-лоша (0)	малко по-лоша (-1)	определено по-лоша (-2)
Много важно (+3)	+6	+3	0	-3	-6
Важно (+2)	+4	+2	0	-2	-4
Маловажно(+1)	+2	+1	0	-1	-2
Без значение(0)	0	0	0	0	0

2. Претеглените сравнителни оценки по всички качества се обобщават с помощта на сумарна скала. По този начин всяко едно изследвано лице получава крайна оценка за сравнението между обичайно използваните от него маса и столове и новата серия “Комфорт” в интервала от -36 до +36 точки.

3. Определяне на изследваните лица, като потенциални или непотенциални потребители. Определянето на изследваните лица, като потенциални или непотенциални потребители на маси и столове от серията “Комфорт” става въз основа на сумарните им оценки и отговора на въпроса за вероятността да купят такива мебели (Табл. 8).

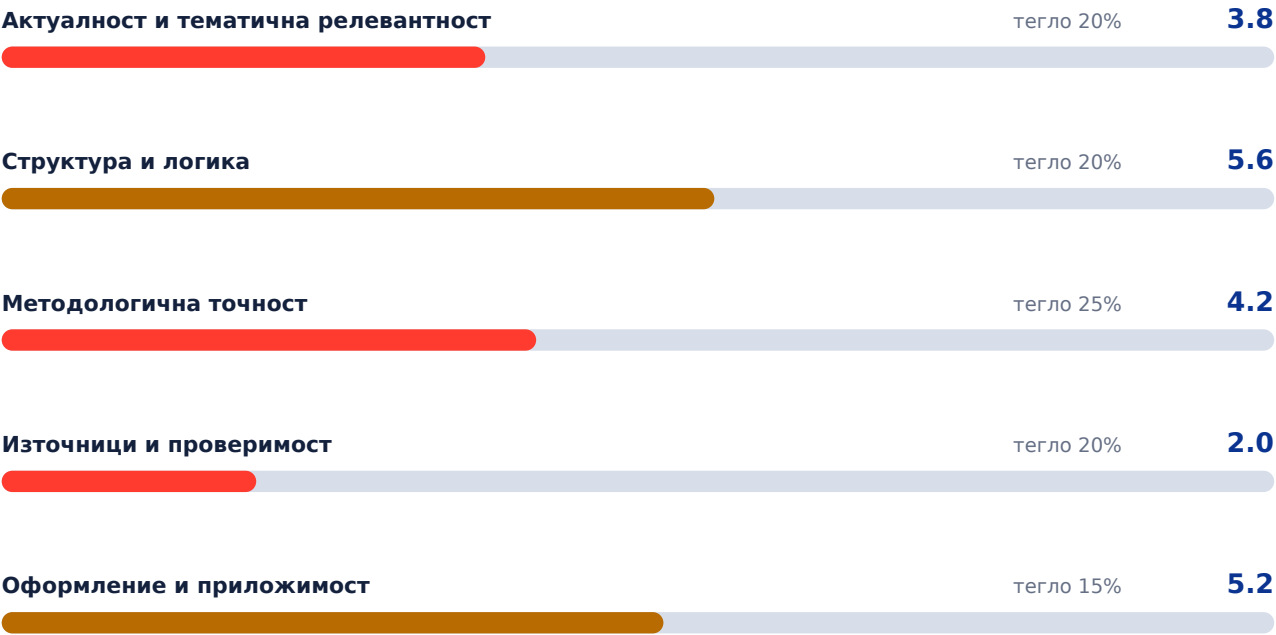
4. По-нататъшен анализ на характеристиките на сегментите. Така получените сегменти според нагласите за закупуване на новата серията “Комфорт” се подлагат на по-нататъшен детайлен анализ. Изследват се какви нагласи за закупуване се проявяват при априорните сегменти според трите посочени по-напред критерия, както и по други критерии.

Табл. 8: Схема за определяне на лица като потенциални или непотенциални потребители

Сумарната оценка на семейството е	Намерението на семейството за закупуване е:	Семейството трябва да бъде определено като:
(-36 до +5)	Без значение какво намерение е изразило	Непотенциален потребител
(+6 до +12)	Под “напълно вероятно да купи”	Непотенциален потребител
(+13 до +36)	Под “вероятно да купи”	Непотенциален потребител
(+6 до +12)	“Напълно вероятно да купи”	Потенциален потребител
(+13 до+36)	Вероятно да купи	Потенциален потребител

Оценъчна карта

0 = липсва / невярно • 5 = частично надеждно • 10 = отлично и проверимо



ПРЕТЕГЛЕНА ОБЩА ОЦЕНКА

4.1/10

Реалистичен потенциал след цялостна редакция: до 8.0/10

Потенциалът не е обещание; той предполага проверка на данните, формулите и източниците.

Силни страни

- Има последователни блокове за възложител, цели, въпросник, терен и анализ.
- Предлага ясни сравнителни скали и схема за претеглена оценка.
- Разглежда сегментирането като основа за продуктови и комуникационни решения.

Критични слабости

- Пазарните обеми, ръстове и конкурентни твърдения са стари и непроверими.
- Описана е квотна пощенска извадка, но липсват изчислен окончателен обем, рамка и реален отговор.
- Текстът говори едновременно за предстоящо събиране и за готови проценти 65%/35%.
- Кодирането е погрешно представено като защита от конкуренти, вместо като подготовка за анализ.
- Няма база данни, надеждност на скалите, статистическа неопределеност или библиография.

Приоритети за актуализация

1

ПРИОРИТЕТ

Разделяне на проект на изследване от реално проведено проучване.

2

ПРИОРИТЕТ

Нова пазарна база и ясно дефинирана генерална съвкупност.

3

ПОДОБРЕНИЕ

Вероятностен или аргументиран квотен дизайн с отчет на неотговорилите.

4

ПОДОБРЕНИЕ

Пилотно тестване и валидиране на въпросника.

5

ПОДОБРЕНИЕ

Прозрачен анализ с данни, доверителни интервали и ограничения.

Редът е по влияние върху надеждността, а не по лекота на изпълнение.

Препоръчана нова структура

Структура за преработване на оригинала в последователна и проверима академична разработка:

01 1. Управленски проблем

06 6. Пилотно проучване

02 2. Пазарен контекст

07 7. Теренна работа

03 3. Цели и хипотези

08 8. Анализ

04 4. Съвкупност и извадка

09 9. Сегменти и препоръки

05 5. Въпросник и скали

10 10. Ограничения и източници

КОНТРОЛНА ТОЧКА

Всеки числов извод трябва да има видима формула, източник или възпроизводима таблица. Всеки актуален факт трябва да има дата.

Работни промпти 1-6

01 Актуализирай размера, ръста и структурата на мебелния пазар.

02 Посочи първичния източник и година към всяко пазарно число.

03 Разграничи планирани действия от действително получени резултати.

04 Изчисли необходимия обем на извадката при зададена грешка и доверие.

05 Опиши рамката на извадката и квотите по региони и домакинства.

06 Разработи план за повишаване и измерване на процента отговорили.

Работни промпти 7-12

07 Проведи пилотно тестване на въпросника и отстрани двусмислият.

08 Провери надеждността на многопунктовите скали.

09 Създай кодова книга и коректна процедура за обработка.

10 Представи сегментите с размер, профил и доверителен интервал.

11 Добави етична информация и правила за личните данни.

12 Напиши препоръки само от реално наблюдаваните резултати.

Как да използвате превюто

- Започнете с критичните слабости и проверявайте всяка фактологична или числова промяна.
- Използвайте работните промпти последователно; добавяйте източник, дата и метод.
- След редакцията направете втори контрол на структура, данни, цитиране и оформление.

Помощ и абонаменти от Tetradka.bg

BASIC

25 €/мес.

- 15 кредита
- –10% за проект

PRO

50 €/мес.

- 30 кредита
- –10% за проект
- –20% доп. услуги
- приоритетен чат
- редакция до 20 стр.

PREMIUM

Индивидуален план — обхват и условия според проекта.



Абонаментът осигурява помощ и редакция; не представлява гаранция за академична оценка.

ФИНАЛНА БЕЛЕЖКА

Текущата оценка 4.1/10 е умишлено консервативна и се основава на видимите доказателства. Тя може да се повиши само след проверима корекция, а не само след преформатиране.