

Wykład:

Rodzaje badań marketingowych

Źródła informacji w działalności marketingowej

Wewnętrzne



pierwotne

wtórne

Przedsiębiorstwo

Zewnętrzne



pierwotne

wtórne

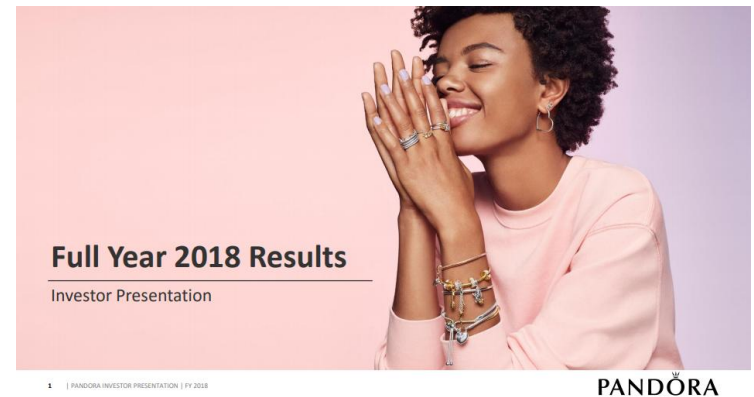
Rynek

Źródła wtórne

Dane wtórne	wewnętrzne		faktura sprzedaży, raporty agentów handlowych, rozliczenia kosztów handlowych
	zewnętrzne	publikowane	periodyki, źródła statystyczne, dokumentacja finansowa, skorowidze
		komercyjne	dane geodemograficzne, dane z badań panelowych, dane z inwentaryzacji sklepowej, dane z rejestracji skaningowej

Przydatne źródła wtórne

- ✓ Raporty roczne przedsiębiorstw
- ✓ Prezentacje dla inwestorów
- ✓ Raporty branżowe
- ✓ Prasa branżowa
- ✓ Raporty sektorowe banków
- ✓ Dane urzędów statystycznych
- ✓ Dane instytucji publicznych



Główni producenci przetworów mleczarskich w Polsce

Dane z zeznań podatkowych podatników,

o których mowa w art. 27b ustawy z dnia 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych (Dz. U. z 2018 r. poz. 1036) oraz

w ustawie z 24 listopada 2017 r. o zmianie ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych (Dz. U. poz. 2369)

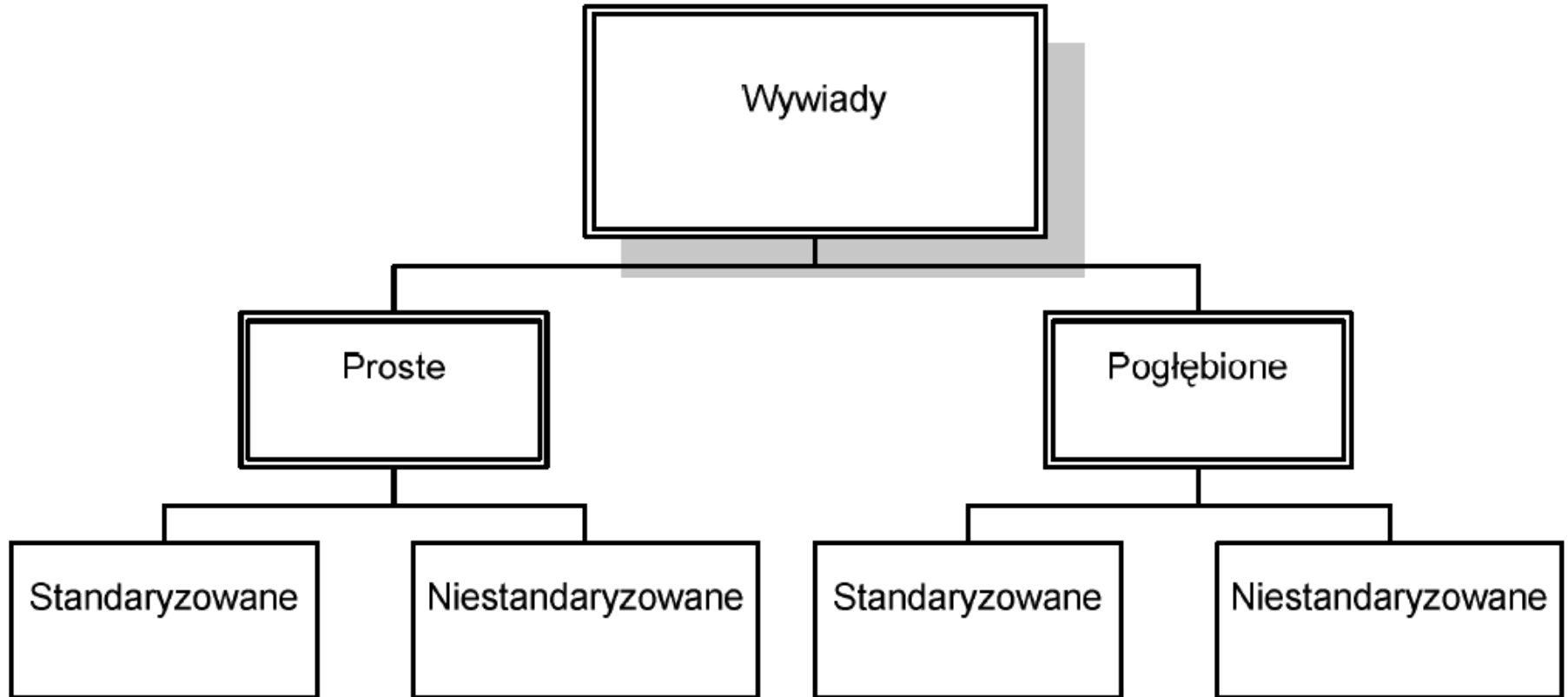
wg stanu na dzień 01.06.2018r.

Podatnicy podatku dochodowego od osób prawnych, u których wartość przychodu uzyskana w roku podatkowym przekroczyła równowartość 50 mln euro

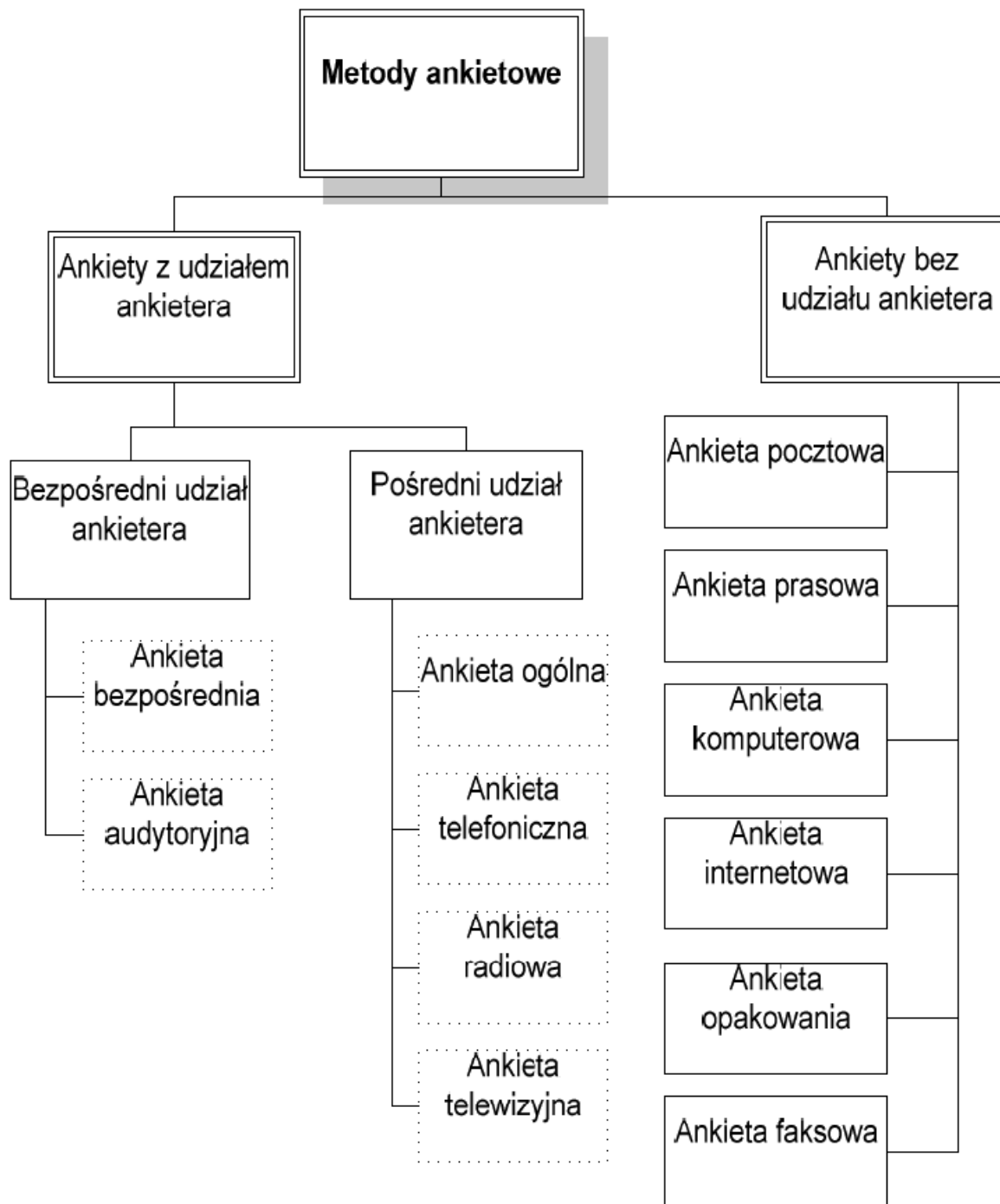
Lp.	Nazwa podatnika	Numer NIP	Za rok podatkowy		Przychód	Koszty uzyskania przychodu	Dochód	Strata	Podstawa opodatkowania	Podatek należny
			od	do						
			[w zł]							
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
105	SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA MLEKOVITA	7220002329	2017-01-01	2017-12-31	4 447 073 166	4 291 096 124	155 977 042		144 425 783	27 440 899
118	SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA 'MLEKPOL' W GRAJEWIE	7190000425	2017-01-01	2017-12-31	3 994 215 114	3 916 422 677	77 792 437		77 030 184	14 635 735
293	'OKRĘGOWA SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA W ŁOWICZU'	8340000049	2017-01-01	2017-12-31	1 638 895 518	1 637 013 488	1 882 030			
362	'DANONE' SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ	5270204471	2017-01-01	2017-12-31	1 405 878 567	1 289 503 902	116 374 664		67 309 740	12 788 851
599	LACTALIS POLSKA SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ	5211002843	2017-01-01	2017-12-31	887 683 902	866 292 297	21 391 605		21 391 605	4 064 405
824	HOCHLAND POLSKA SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ	5660013371	2017-01-01	2017-12-31	646 793 112	620 342 282	26 450 830		26 261 640	4 989 712
991	SPÓŁDZIELCZA MLECZARNIA 'SPOMLEK'	5380002604	2017-01-01	2017-12-31	556 188 844	552 420 130	3 768 714			
1180	POLMLEK GRUDZIĄDZ SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ	8762444308	2017-01-01	2017-12-31	460 785 885	440 981 890	19 803 995		8 707 745	1 654 472

Źródło: Ministerstwo Finansów, 2018.

Dane pierwotne - wywiady



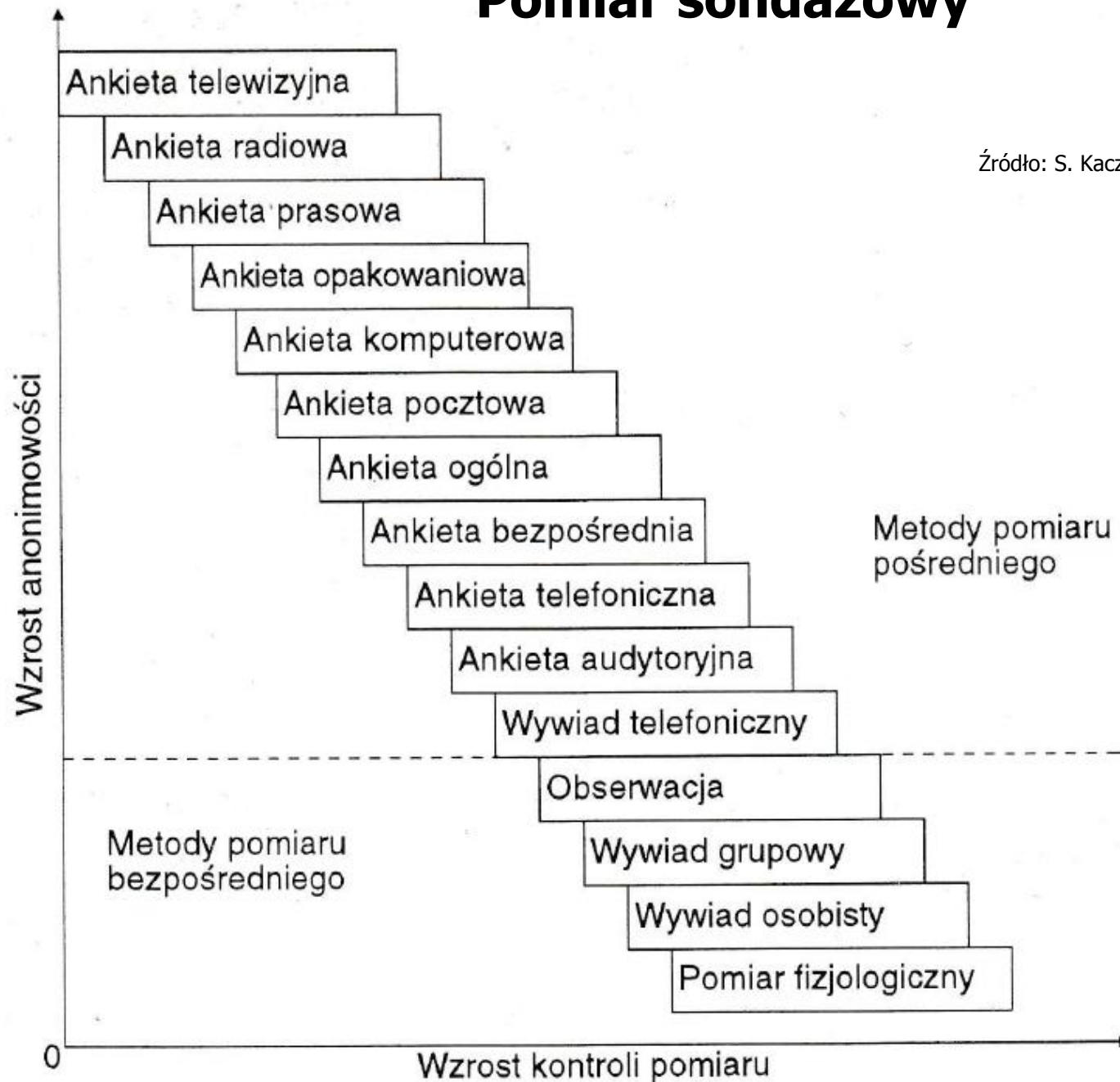
Metody ankietowe



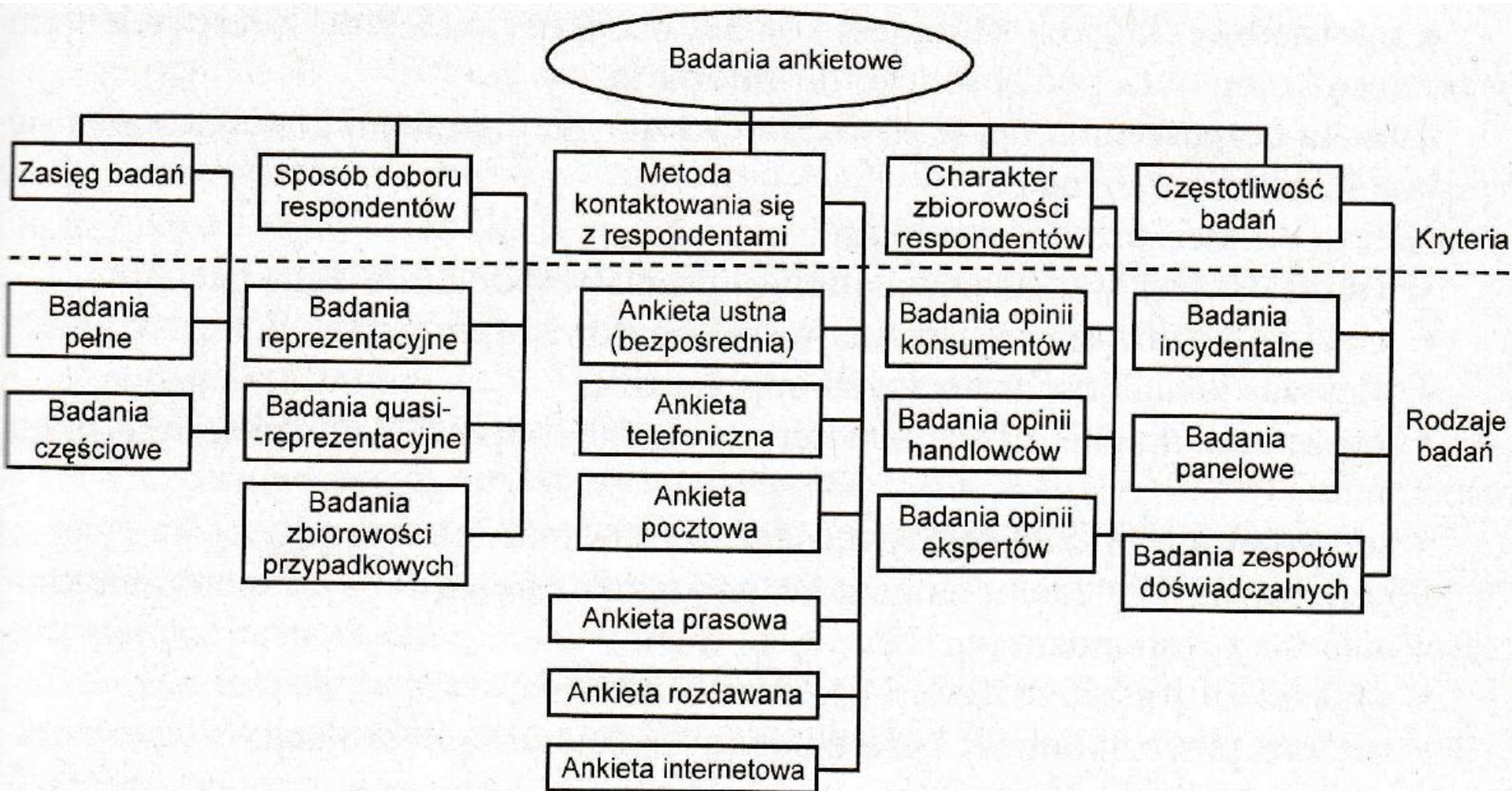
Źródło: S. Kaczmarczyk,
Badania marketingowe, 2003.

Pomiar sondażowy

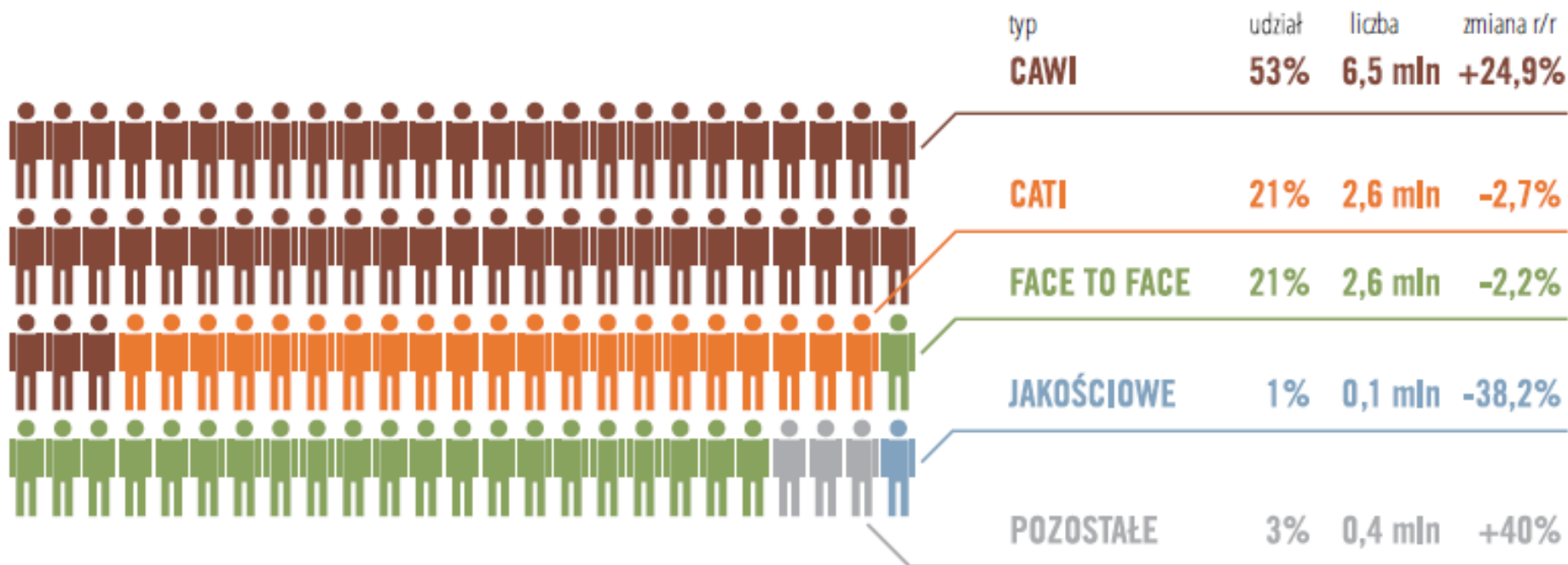
Źródło: S. Kaczmarczyk, 1999.



Klasyfikacja badań ankietowych

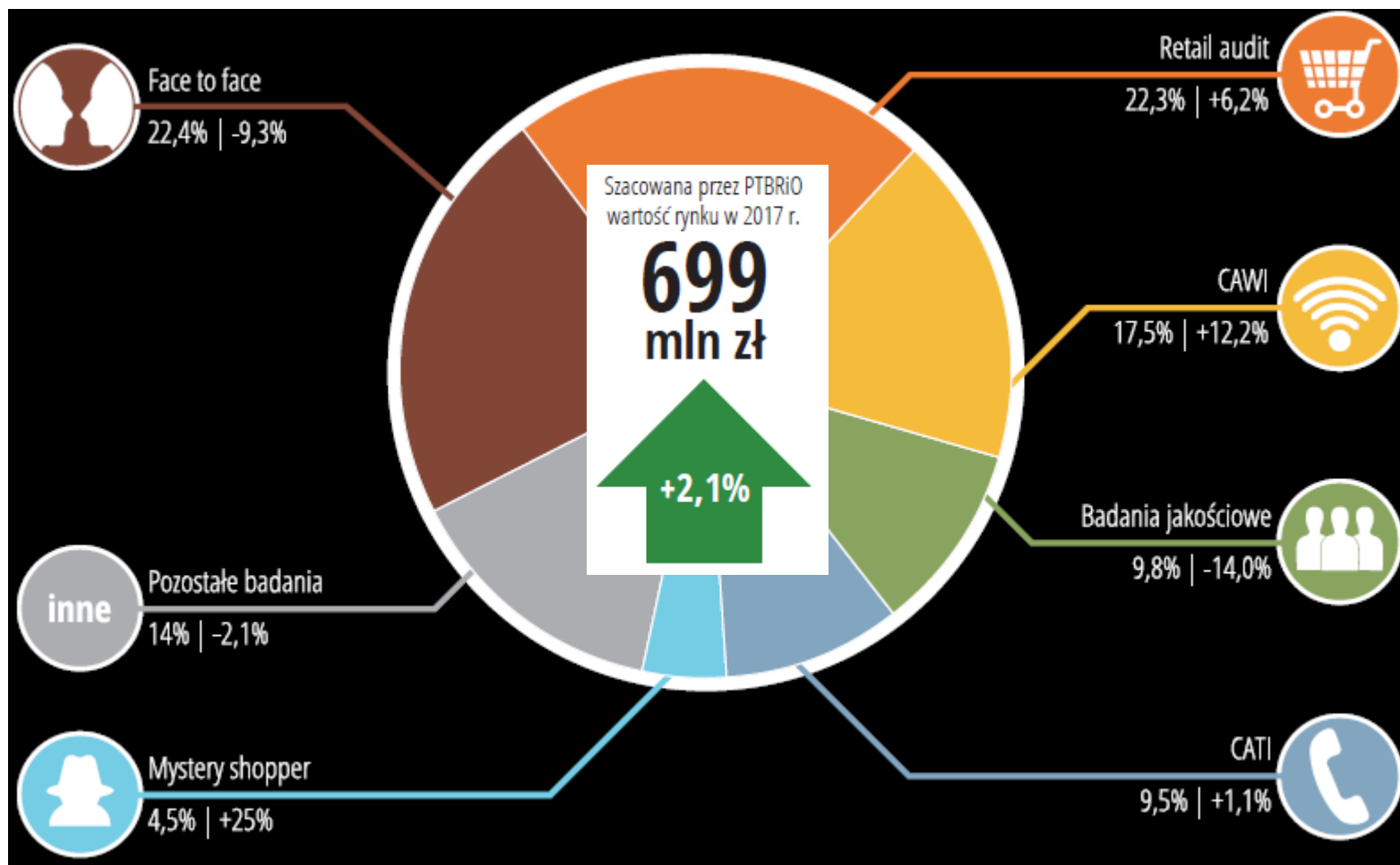


Badania marketingowe na źródłach pierwotnych - respondenci wg typu kontaktu / metod



Źródło: Rocznik PTBRiO, 2018/19.

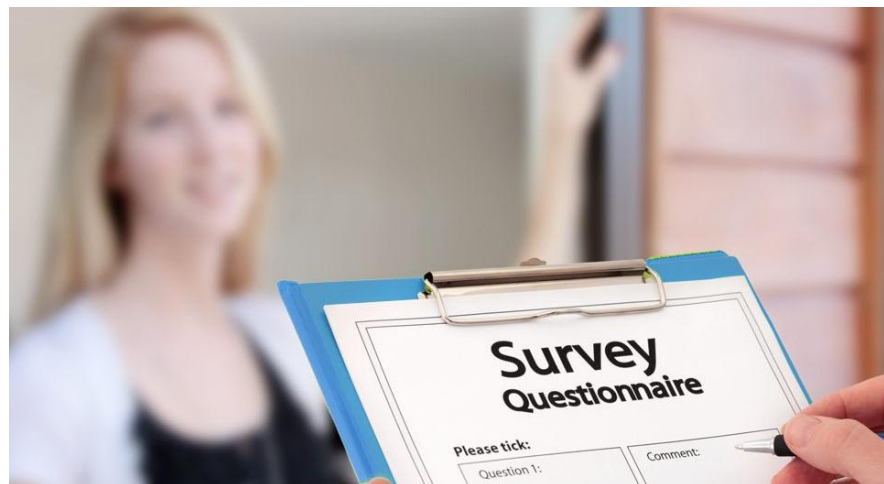
Wydatki na badania marketingowe – wg rodzaju badań



Metody badawcze ilościowe - face to face PAPI

PAPI (*Paper & Pen Personal Interview*) bezpośredni indywidualny wywiad kwestionariuszowy - metoda zbierania informacji w ilościowych badaniach rynku i opinii publicznej.

W badaniach realizowanych metodą PAPI wywiad z respondentem jest prowadzony osobiście, twarzą w twarz, a ankieter odczytuje pytania i notuje uzyskiwane odpowiedzi na kartce z formularzem.



Metody badawcze – Retail Audit

Badania *Retail Audit* – polegają na spisie cen detalicznych, zapasów towaru, wielkości sprzedaży, ekspozycji towarów na terenie placówek handlowych.



Metody badawcze ilościowe - CAWI

CAWI (*Computer-Assisted Web Interview*) - wspomagany komputerowo wywiad przy pomocy strony WWW; technika zbierania informacji w ilościowych badaniach rynku i opinii publicznej, w której respondent jest proszony o wypełnienie ankiety w formie elektronicznej.



Metody badawcze ilościowe - CATI

CATI (*Computer-assisted Telephone Interviewing*) - wspomagany komputerowo wywiad telefoniczny - metoda zbierania informacji w ilościowych badaniach rynku i opinii publicznej.

W badaniach realizowanych metodą CATI wywiad z respondentem jest prowadzony przez telefon, a ankieter odczytuje pytania i notuje uzyskiwane odpowiedzi, korzystając ze specjalnego skryptu komputerowego.



Metody badawcze - Mystery Shopping

Mystery Shopping (tajemniczy klient) - jedna z metod badania poziomu obsługi klienta polegająca na ocenie jakości usług poprzez wizyty w punktach sprzedaży i obsługi klienta.

Audytor „wciela” się w rolę klienta, a następnie przekazuje firmie badawczej swoje uwagi i obserwacje na temat funkcjonowania danej placówki (wyglądu, jakości obsługi, zakresu oferowanych świadczeń itp.).



Metody badawcze jakościowe - Focus Group

Zogniskowany wywiad grupowy (*Focus Group Interview*) - metoda badawcza wykorzystywana w badaniach jakościowych.

Dyskusja w ramach zogniskowanego wywiadu grupowego jest prowadzona przez moderatora. W badaniu bierze udział niewielka ilość osób - zwykle od 6 do 10 uczestników.



Metody badawcze jakościowe - IDI

IDI (*Individual In-depth Interview*) – wywiad pogłębiony polega na bezpośredniej rozmowie badacza (moderatora) z pojedynczym respondentem.

Badanie IDI ma na celu pogłębienie wiedzy o badanym zjawisku; pozwala m.in. na dotarcie do emocjonalnych i motywacyjnych wzorów zachowań nabywców.

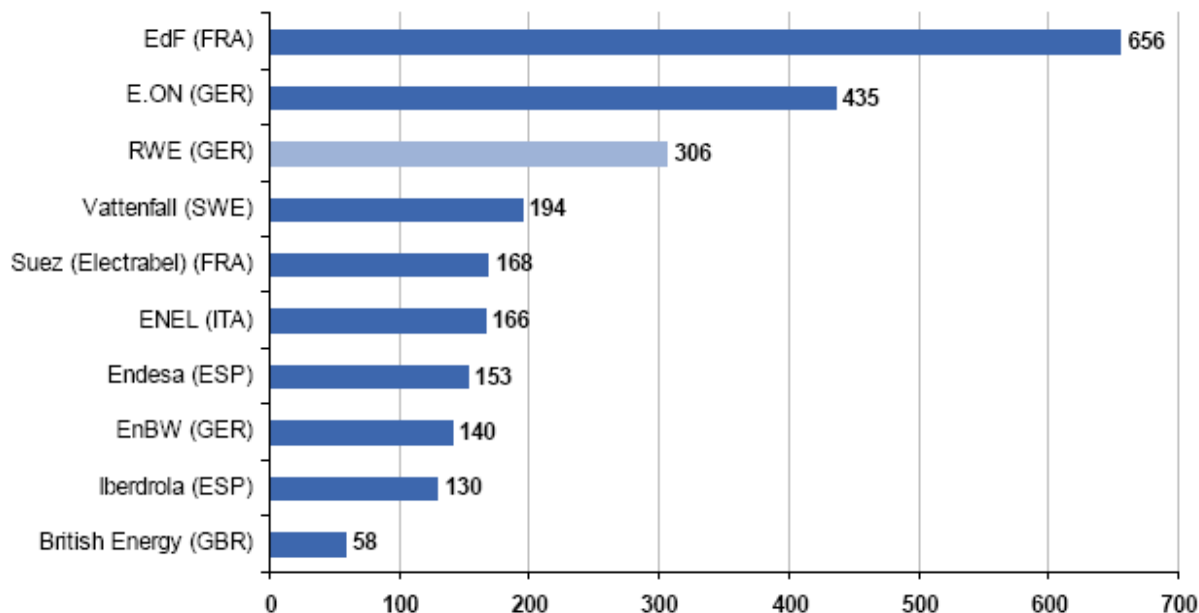


Główni gracze rynkowi

Market Data – Electricity – Supply

The Largest Electricity Companies in Europe (2007)

Consolidated electricity sales volume
in bn kWh^{*)}



*) Last completed fiscal year in each case. Net figures, excluding proprietary trading.

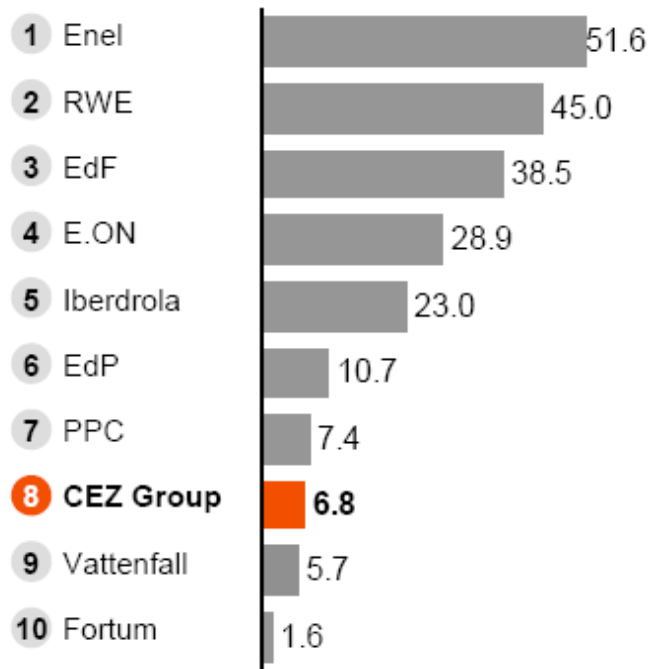
Source: RWE, August 2008.

Liderzy rynku wg liczby klientów i kapitalizacji giełdowej

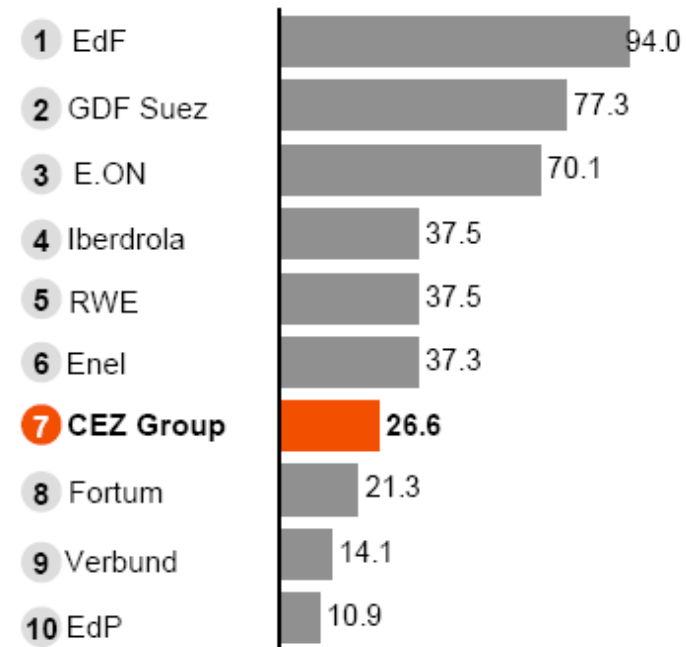


CEZ GROUP RANKS AMONG THE TOP 10 LARGESTS UTILITY COMPANIES IN EUROPE

Top 10 European power utilities
Number of customers, million



Top 10 European power utilities
Market capitalization, EUR bn, as of September 26, 2008



Taryfy cenowe

Standard

Our most popular tariff

- ✓ £100 annual discount when you take both electricity and gas and pay by monthly Direct Debit*
- ✓ Variety of payment options
- ✓ No standing charge
- ✓ No termination fee



Juice

Go green with npower Juice

- ✓ 100% renewable electricity
- ✓ No premium to pay
- ✓ Get up to £100 discount when you pay by Direct Debit*
- ✓ No standing charge
- ✓ No termination fee



ScottishPower Gas and Electricity Prices

for domestic customers

effective from 1st September 2008

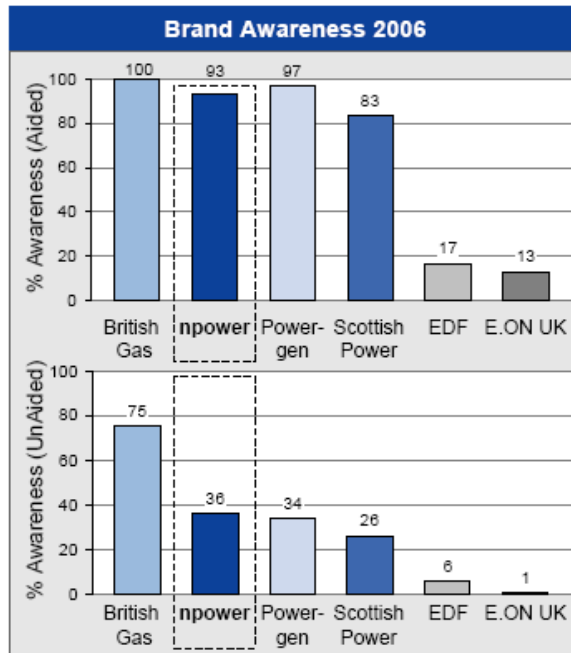
Standing Charge Options

Premier Plus Package - Pay monthly by Direct Debit or standing order

Electricity Prices			excluding VAT			including VAT		
Supply Area Code	Supply Area	Meter Type	Daily Service Charge	All/Day kWh	Night kWh	Daily Service Charge	All/Day kWh	Night kWh
10	Eastern	Single Rate	10.76p	11.046p	n/a	11.30p	11.598p	n/a
10	Eastern	Two Rate	13.07p	11.334p	5.923p	13.72p	11.901p	6.219p
11	East Midlands	Single Rate	13.70p	10.611p	n/a	14.39p	11.142p	n/a
11	East Midlands	Two Rate	14.86p	11.186p	5.434p	15.60p	11.745p	5.706p
12	London	Single Rate	13.39p	10.855p	n/a	14.06p	11.398p	n/a
12	London	Two Rate	16.26p	11.310p	4.834p	17.07p	11.876p	5.076p
13	Manweb	Domestic 'S'	12.23p	11.483p	n/a	12.84p	12.057p	n/a
13	Manweb	Economy 7	16.95p	12.195p	4.839p	17.80p	12.805p	5.081p
14	Midlands	Single Rate	12.74p	9.576p	n/a	13.38p	10.055p	n/a
14	Midlands	Two Rate	17.67p	10.069p	4.856p	18.55p	10.572p	5.099p

Wskaźniki marketingowe

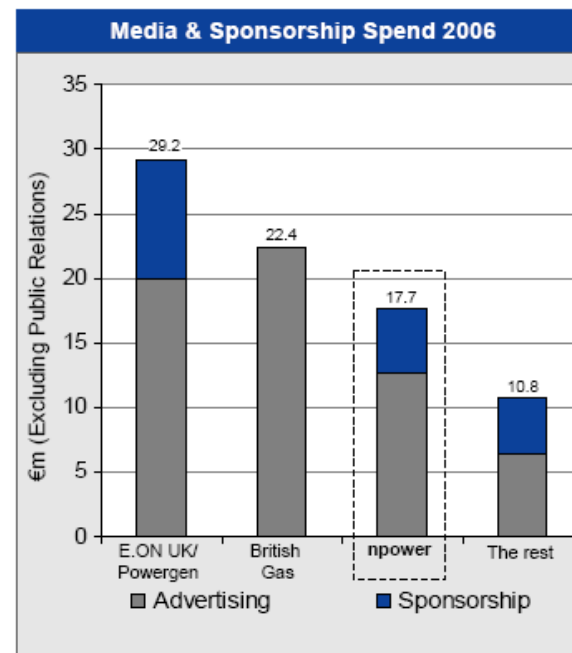
Brand building is not an indulgence ... we spend our money wisely



Source: Millward Brown (2006)

Our spend is lower than E.ON and British Gas ...

- Effective spend on brand provides competitive advantage over other Brands



Source: AC Nielsen & Vizeum Media Clout (2006)

... and yet our brand retains high awareness

- Brand awareness is continuing to rise in 2007



Kampanie promocyjne



Wyniki finansowe konkurentów

RWE Group Key performance indicators 2007



January – December

€ million

	2007	2006 ¹	change in %
External revenue	42,507	42,554	-0.1
Cash flows from operating activities	6,085	6,783	-10.3
EBITDA	7,902	7,172	+10.2
Operating result	6,520	5,681	+14.8
Non-operating result	-149	-330	+54.8
Financial result	-1,138	-1,814	+37.3
Income from discontinued operations	-274	1,442	-119.0
Net income	2,659	3,847	-30.9
Recurrent net income	2,977	2,466	+20.7
Earnings per share (EPS) (€)	4.73	6.84	-30.8
Recurrent EPS (€)	5.29	4.38	+20.8
Dividend per share (DPS) (€)	3.15	3.50 ²	-10.0 ²
Payout ratio	60%	80% ²	- ²

¹ Adjusted figures: see Annual Report page 60.

² Extraordinary payout ratio of 80% due to sale of Thames Water.