

المحاضرة العاشرة- كتابة التقرير النهائي

تقرير البحث التسويقي The Marketing Research report : هي اخر خطوة في

البحث التسويقي واهميتها تكمن في انها الهدف من اجراء البحث ونهاية عمل الباحث لتقديم خالصة العمال لتقديمها لمتخ ي القرار, وهو يقدم بصورة مكتوبة مصحوبا بتقديم شفوي من قبل الباحث لتوضيح ما يصعب شرحه في متن التقرير ولالجابة على السئلة التي ممكن ان يثيرها الشخصا المعنين به . اسباب كتابة التقرير هي- 1 : بعد انجاز واعتماده من قبل الدارة, فانها تحتفظ بشيء يوثق العمل المنجز فيكون كوثيقة تاريخية يمكن الرجوع اليه للحقا الغراض التقييم او الرقابة او الي شيء اخر- 2 . الخطوات السابقة لتقديم التقرير ال تكون مهمة ا لم تستكمل الخطوة الخيرة بتقديم التقرير وعرضها امام متخ ي القرار- 3 . تتوقف درجة قناعة مدراء التسويق على اساس عرض التقرير الجوانب اليجابية وبالتالي يتم تقييم الداء بناء على نتائج التقرير ومعالجات للموضوع المبحوث

4 - قرارات الدارة التسويقية تتحدد بناء على المنافع التي ستحصل عليها من فعالية التقرير المقدم لها وما تتلمسه من نتائج الحقمة بالخ بما ورد فيه من معالجات وحلول

5 - العمل البحثي يعتبر نشاطا غير ملموس وبالتالي كتابة التقرير بمثابة توثيق للدارة وجعله عمال ملموسا يمكن اعتماده مستقبال في بحوث اخرى بالجمال او بمجال مقارب لها . من الشروط الساسية في كتابة التقرير- 1 : ان يكون واضحا, وايجاز مضمون ومحتوى التقرير دون المساس بجوهر البحث- 2 . الاستمرارية بان تكون قرائته اشبه بقراءة القصة المترابطة الحداث والمشوقة ب ات الوقت- 3 . الموضوعية والحيادية اتجاه العرض وتسلسل مضامين البحث- 4 . عدم مبالغة الباحث في الطراء على ما قام به بالقول الصريح او التلميح . يتضمن تقديم التقرير عدة خطوات تبدأ من خال تحليل البيانات على ضوء مشكلة البحث, وبناء على ماتم اعتماده لتصميم البحث وما قام به فريق البحث من خطوات النجاه, ويتم تقديم التقرير عبر النتائج بشكل واضح وموضوعي, ويجب ان تكون التوصيات قابلة للتطبيق ومبتعدة عن التفسير المتشعب او المعقد, وان يكون الباحث مستعدا للنقاش واعطاء التفسيرات للنقاط, ثم اخيرا يتم اعادة تقييم البحث بناء على التغذية العكسية للتأكد من سالمة التقرير وصحته, واما استدعى المر عمل التعديالت فانه يتم لك . اعداد وكتابة التقرير writing and Prepration Reportتحتوى ما يلي- 1 :صفحة العنوان, page Title وهو عنوان التقرير المقدم وفق الصيغة

التقنية للبحث وتكون من اسم وعنوان الباحث واسم الطرف ال ي سيقدم له التقرير وتاريخه- 2 .
الخالصة, Summary يتم قرائته من قبل المدراء لضيق الوقت عندهم وتتضمن وصف المشكلة
والنتائج التي تم التوصل اليها والاستنتاجات والتوصيات- .تعريف المشكلة definition Problem
،تتضمن العناصر الساسية للمشكلة وبجانبا التسويقي والتاثير لاهداف المطلوب تحقيقها- 4 .
تصميم البحث, design Research تتضمن تفاصيل تنفي البحث والساليب المعتمدة النجازه
وخطوات جمع البيانات الولية والثانوية- 5 .تحليل البيانات, analysis Data الساس ال ي تبنى
عليه النتائج والتوصيات, ل لك يجب توصيف طريقة التحليل اكانت كمية او نوعية وايضا التقنيات
المستعملة, ويجب ان تعرض النتائج لمن يهمله المر حسب الساليب التالية :عرض وتحليل الجداول عبر
ما تحويه من ارقام وصور تحليلية ومن حالها يتم فهم المضمون •.الخطوط البيانية (المنحنيات) وتعبّر
عن مسار البيانات التي تمثل ظاهرة البحث •.المخطط الدائري, وتستخدم لتمييز الختالفات ما بين
الشيء المبحوث او الحصص في كل فقرة قياسا •بالفقرات الخرى وحسب النسبة المئوية .العمدة
البيانية, تعبر عن اشياء محددة تم قياسها فيما بينها يتم اعطاء ارقام مطلقة لاشياء التي تم •قياسها 6 .
-النتائج , Results ويقدم باشكال مختلفة اما حسب الشكل التحليلي المعتمد, او حسب الشكل
المعتمد في جمع البيانات او حسب الهداف الموضوعية, ويجب التركيز على الجانب الخالقي المعتمد
والمصدقية في عرض النتائج- 7 .المالحق, Appendices تتضمن كافة الجوانب التي تعبر عن توثيق
لخطوات البحث, والمراسلات والساليب البحثية لجمع البيانات, وتوصيف العينة المختارة وخصائصها
ومواقعها وكيفية الوصول اليها وعدد المقابلات , والفريق البحثي الجراء المقابلات وعمل التحليل واية
معلومات اخرى مفيدة للبحث .يتم استخدام العديد من الساليب الشفهية لتقديم البحث اما سمعية او
بصرية, وافضلها عن طريق الحاسوب على برنامج بور بوينت الن الباحث يستطيع ان يتحكم فيه في
العرض واسلوبه في تحقيق الفهم الدقيق للمشاركين في جلسة الحوار والمناقشة.
ومن أبرز المحتويات التي يجب تواجدها عند كتابة التقرير النهائي للبحث:
اجراءات جمع البيانات: ويوضح من خلالها الباحث طريقته في جمع البيانات والمعلومات، ومن أين
جمعها، وعدد افراد العينة الدراسية وخصائص هذه العينة.

- عرض البيانات والمعلومات في التقرير النهائي للبحث، وذلك باستخدام الطريقة التي تناسب مع البحث، كأن يتم ذلك على سبيل المثال عبر المخططات والخرائط أو عبر الرسوم البيانية أو الصور الفوتوغرافية أو أي شكل آخر.
- عرض الجداول ومحتوياتها.
- عرض البيانات الإحصائية باستخدام الأشكال (الرسم البياني).
- تحليل المعلومات والبيانات ثم القيام بعرض النتائج ومناقشتها.
- من أهم الأمور عند كتابة التقرير النهائي للبحث القيام بعملية التوثيق للدراسات السابقة التي استفاد منها الباحث، على أن يتم هذا التوثيق وفق إحدى الطرق المعروفة عالمياً، ومن الممكن أن يتم التوثيق في متن التقرير أو بقائمة المراجع والمصادر.

العوامل التي يجب مراعاتها عند إعداد التقرير النهائي للبحث التسويقي

1- التركيز على قراءة التقرير

يجب أن يراعي أن التقرير سيقدم إلى أفراد يعملون في الشركة وسيقومون بقراءته للاستفادة منه في اتخاذ القرارات التسويقية وغير التسويقية وبالتالي فإن مراعاة المستوى الوظيفي والعملي والمعرفي والخبرة لدى قراءة التقرير يعد من الأمور الهامة

2- توفير المعلومات المطلوبة

يجب أن يوفر التقرير المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات وأن يتم إعدادها بشكل يناسب حاجة متخذ القرار وفي هذا الصدد يجب أن يحتوي التقرير على القليل من المصطلحات الفنية المتخصصة التي قد يحتاج إلى تأويل وتفسير يضيع الكثير من الوقت ويحتاج إلى مزيد من الجهد ويؤدي إلى تشتت انتباه متخذ القرار عن المسائل الرئيسة التي يجب التركيز عليها

3- اكتمال التقرير مع الإيجاز

لا بد أن يغطي التقرير كافة جوانب البحث التسويقي معرض هذه الجوانب بإيجاز لأن عرض التقرير كاملاً مع التفصيل الكثير لكافة نقاطه وجوانبه لا يمكن قارئ التقرير من التركيز على الأفكار التي يحتوي عليها التقرير بل أن قارئ التقرير عندما يصل إلى نهاية التقرير قد لا يستطيع تحديد ماذا قرأ في بدايته وعليه فإنه لا بد من الإيجاز

4- دقة التقرير

تعتبر الدقة معياراً من معايير الجودة في تقرير البحث التسويقي ويقصد بالدقة في التقرير احتواؤه على معلومات صحيحة خالية من الأخطاء ولاشك في ان الواقع العلمي يشهد بوجود جوانب عدم دقة في الكثير من تقارير البحث التسويقي وترجع عدم الدقة في هذه التقارير الى الاسباب التالية :

* اخطاء في العمليات الحسابية مثل الجمع الطرح الضرب القسمة التي قد تكون مسؤولية الباحث التسويقي او بسبب اخطاء مطبعيه

* استخدام الجمل القصيرة بطريقة مخللة

* استخدام الجمل الطويلة بدون فواصل رغم ضرورة وجودها