

# **Лекція 11. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ТА ПРЕЗЕНТАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ.**

## **План**

1. Вимоги до складання звітів.
2. Структура звіту.
3. Порядок та форма презентації результатів.

## **Основні терміни і поняття**

Звіт. Точність. Рекомендації. Структура. Повнота. Зміст. Титульний аркуш. Основна частина. Додатки. Висновки. Замовник. Вступ. Таблиці. Наочний матеріал.

## **Тематичні тези**

### **1. Вимоги до складання звітів**

Основними вимоги до звіту:

- 1) Орієнтація на замовника, його потреби та проблеми;
- 2) повнота — представлення необхідної і достатньої інформації, яку потребує замовник чи потенційний читач;
- 3) точність — відповідальна обробка даних, логічність аргументації, вміла побудова фраз, грамотність;
- 4) ясність — чіткість організації звіту, логічна послідовність мислення, точність використання виразів і термінів, однозначність та зрозумілість мови;
- 5) виразність — акцентування головних результатів, вираження думок чітко і повно, без зайвих слів;
- 6) акуратність — дбайливість та охайність виконання.

### **2. Структура звіту**

Письмовий звіт може складатися з нижче вказаних частин:

- 1) Титульний аркуш. Тут указується тема звіту, назва організації, для якої він складений, та організації, що його представляє, дата складення звіту, можуть бути названі особи, для яких складено звіт і які його розробили.
- 2) Зміст. Перелік усіх розділів та параграфів із вказівкою на сторінки, де вони знаходяться у звіті.
- 3) Короткий огляд. Це найбільш важлива складова частина звіту, оскільки тут акцентується увага на всіх важливих моментах основної частини звіту. Тут має місце основна інформація, а також найбільш вагомі результати проведеного дослідження та рекомендації.

Структура короткого огляду може бути така:

- 1) Вступ (хто дав санкцію на проведення дослідження і з якою метою, якою проблемою або гіпотезою керувався дослідник);
- 2) найбільш суттєві відкриття чи результати;
- 3) висновки та рекомендації.

Вступ — інформація, необхідна читачеві для того, щоб належним чином оцінити обговорення теми в основній частині звіту. Тут також слід

пояснити терміни, які використані при складанні звіту, передісторію проведення даних досліджень, чітко визначити їх специфічні цілі.

Основна частина. Повинна містити детальні матеріали дослідження, його метод, результати та обмеження. До відома читачів необхідно довести, яким був проект дослідження і чому, які дані (первинні чи вторинні) були використані, як збирались первинні дані й визначалася вибірка.

### **3. Порядок та форма презентації результатів**

Результати досліджень повинні бути викладені детально з використанням відповідних таблиць, діаграм, рисунків. Обговорюючи обмеження, слід указати на міру точності розрахунків та можливості узагальнення одержаних результатів.

1) Висновки і рекомендації по кожному об'єкту дослідження чи проблеми.

2) Додатки — матеріали, які занадто складні, спеціалізовані або необов'язкові в основній частині звіту (копії опитувальних листків, форми реєстрації спостережень, карти для визначення вибірки, об'ємні таблиці, бібліографія тощо).

Часто замовники маркетингових досліджень бажають заслухати проміжні, а також фінальний звіти в усній формі. Принципові підходи до підготовки та представлення усних звітів аналогічні письмовим. Але існують і деякі особливості. При підготовці і поданні усного звіту про результати маркетингових досліджень слід дотримуватись таких вимог:

1. Знати замовника: рівень його технічної підготовки, міру заінтересованості в результаті дослідження тощо;

2. правильно організувати презентацію;

3. використовувати ефективні наочні засоби та ілюстрації.

При проведенні презентації усного звіту про результати маркетингових досліджень слід дотримуватись наступного:

1. Витримувати часові межі презентації;

2. витратити не більше половини відведеного часу на офіційну презентацію;

3. надавати достатньо часу для пояснення інформації, яка міститься в таблицях, діаграмах тощо;

4. резервувати час для відповідей на запитання та дискусії;

5. використовувати зрозумілі слова і фрази;

6. звернути увагу на дикцію.

У процесі підготовки ілюстративних матеріалів необхідно дотримуватись правил:

1. Таблиці та діаграми мають бути простими і зрозумілими, відбиваючими найважливіші результати проведених маркетингових досліджень;

2. наочні матеріали не повинні перевантажувати слухачів надлишком інформації;

3. техніка виконання наочних матеріалів повинна дозволяти користуватись ними всім присутнім;

4. поєднання кольорів має бути гармонійним;
5. час на подання матеріалів повинен бути розподілений пропорційно.

### **?Питання для самоконтролю**

1. В чому сутність вимог до звіту про результати маркетингових досліджень?
2. Який перелік частин звіту в їх логічній послідовності?
3. Що повинно бути відображено в частинах звіту:  
на титульному аркуші;  
у змісті;  
в короткому огляді;  
у вступі;  
в основній частині;  
у висновках та рекомендаціях?
4. В чому полягає необхідність подання такого розділу звіту, як короткий огляд?
5. Що виноситься в додатки до звіту?
6. В чому полягають основні правила підготовки і подання усного звіту?
7. Які правила ефективної презентації усного звіту?