

**CÔNG TRÌNH DỰ THI**  
**GIẢI THƯỞNG "SINH VIÊN NGHIÊN CỨU KHOA HỌC"**  
**NAM 2002**

*Tên công trình:*

**TRIỂN KHAI DỰ ÁN NGHIÊN CỨU  
MARKETING CHO BỘT GIẶT OMO**



**THUỘC NHÓM NGÀNH: KHOA HỌC XÃ HỘI 1C**

*Đà Nẵng, tháng 6 năm 2002*

# TÓM TẮT NỘI DUNG ĐỀ TÀI

- ❖ Thông tin đối với các doanh nghiệp hiện nay:
  - Thông tin là yếu tố đầu vào không thể thiếu trong quá trình ra quyết định.
  - Thông tin giúp doanh nghiệp nắm bắt thị trường, khách hàng, đối thủ.
  - Thông tin là chìa khoá cho mọi thành công.
- ❖ Thực trạng tìm kiếm thông tin ở các doanh nghiệp:
  - Nhu cầu thông tin rất cần thiết cho các doanh nghiệp hiện nay.
  - Các doanh nghiệp hiện nay chưa triển khai thu thập rộng rãi vì e ngại về: thời gian, chi phí, con người, cách thức tổ chức.
- ❖ Xuất phát từ tình hình thực tế, chúng tôi nghiên cứu, vận dụng khoa học nghiên cứu Marketing và đề xuất phương pháp triển khai nghiên cứu theo tiến trình:
  - Xác định vấn đề cần nghiên cứu.
  - Xác định loại thông tin cần thu thập.
  - Nhận diện nguồn gốc thông tin.
  - Quyết định các kỹ thuật thu thập thông tin.
  - Thu thập và xử lý thông tin.
  - Phân tích và diễn giải kết quả đã xử lý.
  - Trình bày và báo cáo kết quả cho người ra quyết định.
- ❖ Với hiện trạng sản phẩm OMO trên thị trường (doanh số giảm, cạnh tranh) chúng tôi nhận thấy có thể áp dụng tiến trình trên để thu thập thông tin, giải quyết vấn đề đang tồn tại đồng thời minh chứng cho lý luận về tiến trình triển khai nghiên cứu.
- ❖ Dự án nghiên cứu Marketing cho bột giặt OMO được triển khai theo tiến trình nêu trên:
  1. Xác định vấn đề:
    - phải chăng doanh số giảm là do khách hàng đánh giá thấp sản phẩm?
  2. Thông tin cần thu thập:
    - đánh giá của khách hàng về: giá bán, chất lượng, truyền thông, cổ động...
  3. Nhận diện nguồn gốc thông tin:
    - Người dân Đà Nẵng đã hoặc đang sử dụng OMO.
  4. Kỹ thuật thu thập:
    - Phỏng vấn cá nhân trực tiếp bằng bảng câu hỏi.
    - Chia nhóm phỏng vấn, chọn mẫu theo tiến trình.
  5. Thu thập và xử lý:
    - Hiệu chỉnh, mã hoá dữ liệu.
    - Nhập và xử lý bằng SPSS.
  6. Phân tích và diễn giải:
    - Phân tích thống kê mô tả.
    - Phân tích các mối tương quan.
  7. Trình bày và báo cáo:
    - Một số kết quả thu được.
    - Một số kiến nghị.
- ❖ Vận dụng tiến trình nghiên cứu:
  - Sinh viên có thể tự áp dụng tiến trình này cho việc học tập, nghiên cứu, tiếp cận thực tế
  - Các doanh nghiệp có thể áp dụng để tự triển khai nghiên cứu.
- ❖ Nhận xét:
  - Ưu điểm: tiết kiệm thời gian, chi phí, công sức, dễ tổ chức, dễ triển khai.
  - Tồn tại: cần sự hỗ trợ khi triển khai với qui mô lớn hơn và đòi hỏi phải có một hiểu biết nhất định.
  - Hướng phát triển: áp dụng cho nhiều sản phẩm khác, lĩnh vực khác với qui mô lớn hơn.

# MỤC LỤC

	Trang
GIỚI THIỆU.....	02
<b>Phần 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN</b>	
<b>I. LÝ LUẬN VỀ NGHIÊN CỨU MARKETING.....</b>	<b>03</b>
1. Sự cần thiết của nghiên cứu marketing.....	03
2. Nghiên cứu Marketing là gì?.....	03
3. Giá trị và giới hạn của nghiên cứu Marketing.....	03
4. Quy trình nghiên cứu Marketing tổng quát.....	04
<b>II. CƠ SỞ RA QUYẾT ĐỊNH.....</b>	<b>04</b>
1. Những ứng dụng của nghiên cứu Marketing.....	04
2. Vấn đề giữa nhà nghiên cứu và người ra quyết định.....	05
a) Đối với người sử dụng thông tin.....	05
b) Nhiệm vụ của nhà nghiên cứu.....	05
3. Tiến trình ra quyết định một vấn đề nghiên cứu.....	05
<b>Phần 2: YÊU CẦU THỰC TIỄN</b>	
<b>I. VAI TRÒ CỦA THÔNG TIN MARKETING.....</b>	<b>06</b>
1. Đối với các doanh nghiệp hiện tại.....	06
2. Đối với công ty UNILEVER.....	06
<b>II. VAI TRÒ CỦA NGHIÊN CỨU MARKETING TRONG TÌM KIẾM THÔNG TIN.....</b>	<b>07</b>
<b>III. HIỆN TRẠNG TRIỂN KHAI NGHIÊN CỨU TIẾP THỊ CỦA UNILEVER.....</b>	<b>08</b>
<b>IV. VẤN ĐỀ CỦA CÔNG TY UNILEVER.....</b>	<b>08</b>
1. Về thông tin Marketing.....	08
2. Về triển khai dự án nghiên cứu Marketing.....	08
<b>Phần 3: DỰ ÁN NGHIÊN CỨU MARKETING CHO BỘT GIẶT OMO</b>	
<b>I. XÁC ĐỊNH VẤN ĐỀ CẦN NGHIÊN CỨU.....</b>	<b>11</b>
1. Tình huống thực tế.....	11
2. Các vấn đề cần giải quyết.....	11
<b>II. XÁC ĐỊNH LOẠI THÔNG TIN CẦN THU THẬP.....</b>	<b>11</b>
<b>III. NHẬN DIỆN NGUỒN GỐC THÔNG TIN.....</b>	<b>12</b>
<b>IV. QUYẾT ĐỊNH CÁC KỸ THUẬT ĐỂ THU THẬP THÔNG TIN.....</b>	<b>16</b>
<b>V. THU THẬP VÀ XỬ LÝ THÔNG TIN.....</b>	<b>17</b>
1. Bảng câu hỏi.....	17
2. Bảng mã.....	21
3. Nhập và xử lý thông tin.....	25
<b>VI. PHÂN TÍCH VÀ DIỄN GIẢI CÁC DỮ LIỆU ĐÃ XỬ LÝ.....</b>	<b>25</b>
<b>VII. TRÌNH BÀY VÀ BÁO CÁO KẾT QUẢ.....</b>	<b>36</b>
<b>Phần 4: ĐÁNH GIÁ VÀ KẾT LUẬN</b>	
1. Những điều đã đạt được và những mặt còn hạn chế.....	38
2. Định hướng phát triển đề tài.....	38
3. Kết luận chung.....	39
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>40</b>
<b>PHỤ LỤC</b>	