



FREE ARTICLE

www.research-pmr.com

Jak z powodzeniem zrealizować projekt badawczy w kilku krajach Europy Środkowo-Wschodniej jednocześnie.

Autor: Kasia Soroczyńska

Lipiec 2007

Niniejszy artykuł adresowany jest do klientów końcowych i firm badawczych rozważających możliwość przeprowadzenia badań rynkowych w więcej niż jednym kraju regionu Europy Środkowo-Wschodniej. Twierdzimy, że współpraca z jedną doświadczoną firmą badawczą działającą w regionie i pełniącą funkcję jednego punktu kontaktowego to lepsza opcja niż kooperacja oddzielnie z podmiotami w każdym z krajów objętych badaniem.

Współpraca z poszczególnymi firmami oddzielnie w każdym z krajów

Obecnie wielu klientów zainteresowanych przeprowadzeniem międzynarodowych badań angażuje do takiego przedsięwzięcia oddzielne firmy badawcze w każdym z odnośnych krajów. Często są to również firmy zachodnioeuropejskie, które mają za zadanie przeprowadzenie projektu badawczego jednocześnie w kilku krajach Europy Środkowo-Wschodniej (CEE). Klienci przesyłają wytyczne i prośby o wycenę do kilku miejscowych firm badawczych w każdym z krajów. Następnie wyceny i oferty są analizowane, a końcu zadanie wykonania danej pracy w odnośnym kraju zlecane jest jednej firmie. Takie podejście powoduje szereg problemów, takich jak:

- Czasochłonność procesu komunikacji
- Nieporozumienia w trakcie procesu komunikacji
- Niewystarczająca wiedza na temat specyficznych warunków w Europie Środkowo-Wschodniej
- Różna jakość wyników
- Różny format wyników
- Trudności z synchronizacją czasową w trakcie realizacji projektu

Czasochłonność procesu komunikacji

Współpracując z kilkoma dostawcami usług badawczych klient musi utrzymywać stały kontakt z szeregiem osób. Skuteczna komunikacja ma kluczowe znaczenie przy realizacji międzynarodowych projektów badawczych w regionie CEE. Aby przekazywać wszystkie konieczne informacje do kilku osób na każdym etapie projektu klient zazwyczaj musi oddelegowania jedną osobę specjalnie do tego zadania, które pochłania większość jej czasu przeznaczzonego na pracę nad projektem.

Na każdym etapie projektu badawczego pojawiają się kwestie, które należy omówić z firmami wykonującymi usługę badawczą. Należą do nich np. specyfikacje i wymagania projektu, określenie próby badawczej, zaprojektowanie i/lub przetłumaczenie kwestionariuszy i przewodników wywiadu, stworzenie i skonsultowanie sposobów kodowania wyników, jakość i format danych i raportów. W trakcie realizacji projektu często pojawiają się niespodziewane problemy, które należy omówić z partnerami i niezwłocznie rozwiązać.

Nieporozumienia w trakcie procesu komunikacji

Im więcej osób uczestniczy w procesie komunikacji, tym większe prawdopodobieństwo, że w którymś momencie pojawią się problemy. W trakcie międzynarodowych projektów badawczych, informacje zwrotne od firmy w jednym kraju często skutkują koniecznością wprowadzenia zmian w podejściu metodologicznym we wszystkich krajach. Przykładowo, firma w jednym z krajów objętych badaniem może zgłosić, że któreś pytanie w kwestionariuszu należy poprawić lub że pewne terminy określone przez klienta nie przystają do warunków rynku lokalnego. Dostawcy usługi badawczej z wszystkich pozostałych krajów powinni natychmiast przeanalizować takie informacje i odpowiednio na nie zareagować. Jeżeli jest już za późno, lub jeżeli poszczególne strony nie do końca rozumieją problem, może dojść do tego, że wyniki końcowe otrzymane od poszczególnych firm będą niemożliwe do porównania, lub będą niskiej jakości.

Niewystarczająca znajomość specyficznych warunków Europy Środkowo-Wschodniej

Teoretycznie poszczególne firmy badawcze dysponują rozległą wiedzą na temat specyficznych warunków rynku ich kraju. Jednak realizacja projektów badawczych w regionie CEE zazwyczaj wymaga zaangażowania osoby/zespołu znającego w wystarczającym stopniu wszystkie kraje objęte badaniem, tak aby można było uzyskać szerszy obraz i skutecznie koordynować pracę poszczególnych partnerów. Spółki i firmy badawcze realizujące projekty badawcze w regionach, w których nie prowadzą normalnej działalności, często takiej wiedzy nie mają. Skutkiem tego może być niska jakość wyników takich projektów.

Różna jakość wyników

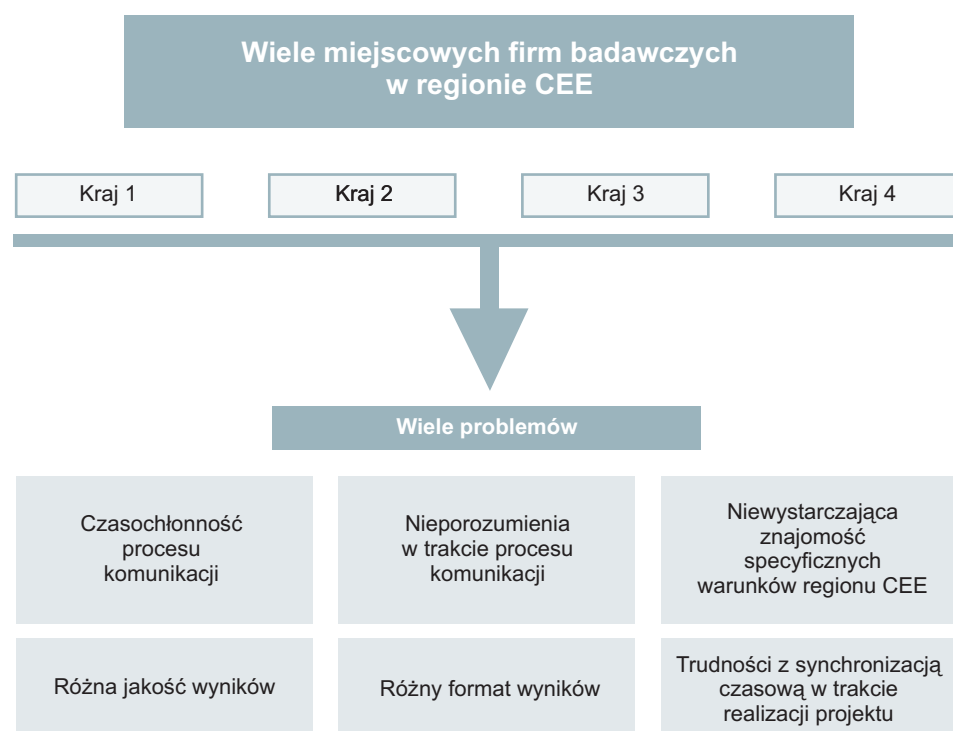
Kwestią zasadniczą przy większości międzynarodowych projektów badawczych jest uzyskanie w każdym kraju wyników, które można porównać. Bez względu na to czy przeprowadzamy badanie ilościowe, jakościowe czy też analizę istniejących źródeł informacji, ważne jest aby wszystkie firmy dostarczające usługę badawczą stosowały tę samą metodologię lub, jeżeli to niemożliwe, aby wszelkie rozbieżności wynikające z zaistniałych różnic zostały opisane i uwzględnione przy interpretacji wyników. Problemy pojawiające się w procesie komunikacji oraz niewystarczająca znajomość warunków lokalnych w regionie CEE może skutkować nieświadomością kwestii właściwych dla różnych metodologii, a w konsekwencji niską jakością uzyskanych danych.

Różny format wyników

Na koniec międzynarodowego projektu badawczego, gdy poszczególne firmy badawcze z każdego kraju dostarczą zebrane wyniki, klient może otrzymać dane lub raporty w wielu różnych formatach. Nawet jeżeli na początku projektu format zamówionych danych został dokładnie określony, często zdarza się, że pliki z danymi lub raporty nie są sporządzone zgodnie z tymi wytycznymi. Wówczas klient ponownie zmuszony jest poinformować partnerów o tych rozbieżnościach i poprosić o dokonanie stosownych zmian w formacie dostarczonych danych. Zajmuje to rzecz jasna trochę czasu i może w konsekwencji rodzić problemy, zwłaszcza gdy terminy określone w harmonogramie projektu są bardzo krótkie.

Trudności z synchronizacją czasową w trakcie realizacji projektu

Przy realizacji projektu badawczego w kilku krajach ważną dla klienta kwestią jest uzyskanie wszystkich wyników w tym samym czasie. Terminy są zwykle napięte i opóźnienie ze strony jednej z firm często oznacza opóźnienie całego projektu. Aby mieć pewność, że wszyscy poszczególni partnerzy krajowi terminowo dostarczą odnośne wyniki, trzeba często uzyskiwać informacje o aktualnym postępie prac badawczych oraz natychmiast reagować na problemy mogące opóźnić cały proces.



Źródło: PMR Research, 2010

www.pmrpublications.com

Współpraca z jedną doświadczoną firmą badawczą w regionie CEE

W porównaniu z współpracą z różnymi firmami lokalnymi, wybór jednego partnera w regionie CEE i traktowanie go jako jedyne punktu kontaktowego w sprawach związanych z międzynarodowym projektem badawczym przynosi wiele korzyści. Takie podejście pomaga rozwiązać wiele z problemów opisanych powyżej.

Mniejsza czasochłonność procesu komunikacji

Klient kontaktuje się wyłącznie z jedną firmą, a nie z szeregiem firm wykonujących usługę badawczą, co pozwala zaoszczędzić czas przeznaczony na komunikację w sprawach związanych z projektem badawczym.

Efektywny proces komunikacji

Współpraca z jedną firmą posiadającą doświadczenie w koordynacji międzynarodowych projektów badawczych w regionie CEE zmniejsza ryzyko nieporozumień w procesie komunikacji. Firma ta dba o natychmiastową reakcję na informacje o jakichkolwiek problemach w którymś z krajów oraz o to, aby ewentualne rozwiązania wprowadzane były również w pozostałych krajach.

Dobra znajomość lokalnych warunków w regionie CEE

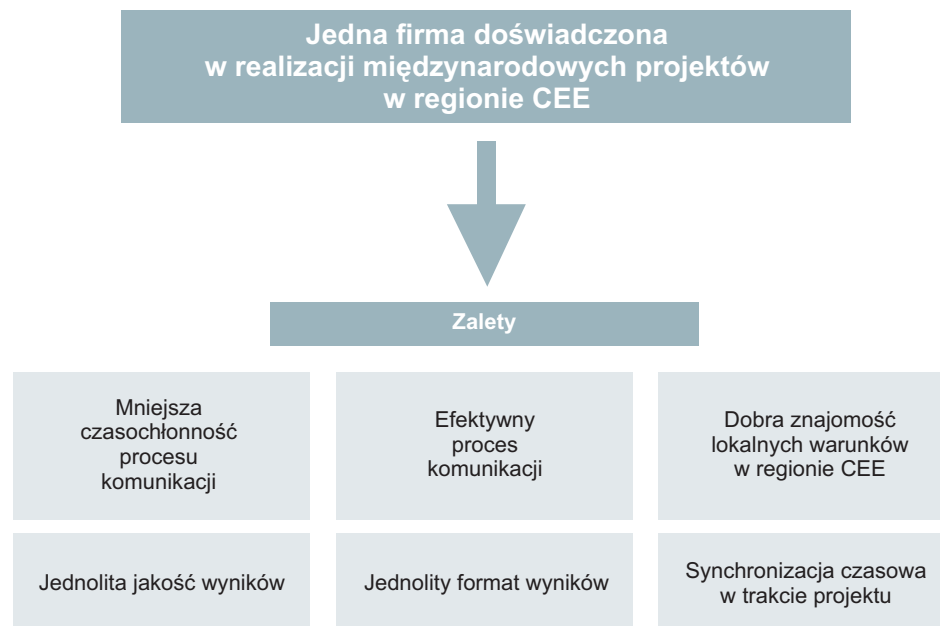
Firma doświadczona w koordynacji międzynarodowych projektów w Europie Środkowo-Wschodniej często dysponuje wystarczającą wiedzą na temat lokalnych warunków na każdym z odpowiednich rynków. Firma ta zna szerszy obraz sytuacji i jest w stanie skutecznie koordynować pracę poszczególnych uczestników projektu.

Jednolita jakość wyników

Jednym z najważniejszych zadań firmy będącej jedynym punktem kontaktowym przy projektach międzynarodowych jest zapewnienie, aby przekazane klientowi wyniki projektu były odpowiednio wysokiej i jednolitej jakości we wszystkich odnośnych krajach. To właśnie ta firma ponosi odpowiedzialność za porównanie, ocenę i ewentualną poprawę jakości tych wyników.

Jednolity format wyników

Jakość przekazywanych wyników ma kluczowe znaczenie, ale dla klienta liczy się również ich format. Firma funkcjonująca jako jeden punkt kontaktowy zapewnia, aby dane pochodzące z różnych krajów przekazywane były klientowi w tym samym formacie, ponieważ bardzo to ułatwia ich dalszą analizę.



Źródło: PMR Research, 2010

www.pmrpublications.com



Czynniki ryzyka i negatywne aspekty związane z korzystaniem z jednego punktu kontaktowego

Korzystanie z jednego punktu kontaktowego nie sprawia, że jak za dotknięciem czarodziejskiej różdżki znikają wszelkie trudności związane z prowadzeniem międzynarodowych projektów badawczych, ale stwarza sytuację, gdzie to doświadczona firma badawcza (a nie klient) odpowiada za rozwiązywanie wszelkich pojawiających się problemów.

Jakie są negatywne skutki takiego podejścia? Można powiedzieć, że firma badawcza z siedzibą w jednym kraju CEE nie będzie dysponować wystarczająco bogatą wiedzą na temat warunków na poszczególnych rynkach lokalnych regionu. Może tak się zdarzyć, jednak firma doświadczona w prowadzeniu międzynarodowych projektów potrafi również świetnie komunikować się z lokalnymi podwykonawcami i w ten sposób zapewnić, aby różnice pomiędzy poszczególnymi krajami uwzględnione były zarówno na etapie specyfikacji projektu, jak i w trakcie jego realizacji.

Inną ewentualną trudnością wynikającą z zaangażowania jednej firmy badawczej jest to, że koszt dla klienta może być wyższy niż gdyby zdecydował się na bezpośrednią współpracę z kilkoma zagranicznymi agencjami. Jest to jednak prawdą jedynie do pewnego stopnia. Sama cena może faktycznie być wyższa, ale klient otrzymuje korzyści w postaci oszczędności na koordynacji projektu i komunikacji, co również przekłada się na niższe koszty. Podsumowując, współpraca z jedną firmą stanowiącą punkt kontaktowy to rozwiązanie efektywne kosztowo.

Jakie cechy powinna mieć firma badawcza pełniąca funkcję jednego punktu kontaktowego?

Z punktu widzenia klienta firma badawcza, którą zamierza zaangażować do przeprowadzenia międzynarodowego projektu i która ma pełnić funkcję jednego punktu kontaktowego dla klienta, powinna posiadać pewien zbiór cech.

Firma ta musi kierować się najwyższymi standardami w zakresie komunikacji. Powinna na bieżąco przekazywać klientowi sprawozdania z postępów projektu. Powinna regularnie przysyłać klientowi aktualne informacje o projekcie i wszelkie dodatkowe wiadomości. Wszelkie kwestie problematyczne powinna zgłaszać niezwłocznie, a na pytania lub prośby klienta powinna reagować możliwie jak najszybciej. Jeśli chodzi o komunikację, inicjatywa powinna leżeć po stronie firmy badawczej. Jej zadaniem jest przewidywanie możliwych zagrożeń dla projektu i informowanie o nich klienta na tyle wcześnie, aby można było na nie w odpowiednim czasie zareagować.

Inna ważna cecha to doświadczenie w realizacji międzynarodowych projektów badawczych. Bez względu na to co jest przedmiotem badania, problemy, które mogą się pojawić podczas projektów prowadzonych jednocześnie w kilku krajach, są podobne. Doświadczona firma badawcza potrafi przedsięwziąć odpowiednie środki zaradcze i zapobiec pojawieniu się problemów.

Jeżeli firma badawcza spełnia wymogi, o których mowa powyżej, projekt powinien przebiegać bez zakłóceń, a prawdopodobieństwo satysfakcji klienta z rezultatów tej współpracy będzie bardzo wysokie.

Informacja o PMR

PMR Publications (www.pmrpublications.com)

wydaje wysokiej jakości publikacje biznesowe przeznaczone dla firm działających w Polsce, pozostałych krajach Europy Środkowo-Wschodniej oraz na innych rynkach rozwijających się. Opracowania PMR Publications analizują klimat inwestycyjny w regionie, a w szczególności sytuację w branży budowlanej, farmaceutycznej, IT i telekomunikacyjnej oraz handlu detalicznego. Oferta PMR Publications obejmuje płatne i bezpłatne newslettery branżowe, internetowe serwisy informacyjne oraz raporty analityczne. Informacje o Polsce i krajach Europy Środkowo-Wschodniej można uzyskać na stronach www.polishmarket.com i www.ceemarket.com oraz portalach poświęconych sektorowi budowlanemu (www.constructionpoland.com, www.constructionrussia.com, www.constructionukraine.com), branży IT i telekomunikacja (www.itandtelecompoland.com, www.cceitandtelecom.com, www.ictrussia.com), handlu detalicznego (www.retailpoland.com, www.ceeretail.com, www.russiaretail.com) oraz farmaceutycznej (www.pharmapoland.com, www.ceepharma.com).

PMR Research (www.research-pmr.com)

jest wyspecjalizowanym działem firmy PMR świadczącym usługi badania rynku na indywidualne zlecenie klientów. Świadczone przez PMR Research usługi obejmują pełen wachlarz metodologii ilościowych i jakościowych, w tym badania satysfakcji klientów, świadomości marki, wizerunku firm i produktów, analizy segmentacyjne i inne. PMR Research oferuje także przygotowywanie specjalistycznych analiz branżowych, badania online oraz tworzenie marketingowych baz danych. Usługi PMR Research są dostępne w ponad 20 krajach Europy Środkowej i Wschodniej.



PMR Consulting (www.pmrconsulting.com)

jest wyspecjalizowanym działem PMR, który oferuje szeroki zakres usług konsultingowych na rzecz firm zainteresowanych inwestycjami w Europie Środkowo-Wschodniej. Typowe projekty realizowane przez PMR Consulting obejmują świadczenie usług badania otoczenia konkurencyjnego (competitive intelligence), doradztwo strategiczne oraz konsulting na potrzeby realizacji bezpośrednich inwestycji zagranicznych oraz transakcji fuzji i przejęć. Dzięki zespołowi konsultantów pochodzących z całej Europy Wschodniej, PMR Consulting oferuje swoim klientom szeroki zakres kompleksowych usług o charakterze regionalnym, jak również usługi konsultingowe dotyczące poszczególnych krajów.

Dane kontaktowe PMR

Dział obsługi klientów

tel.: /48/ 12 618 90 30

fax: /48/ 12 618 90 08

e-mail: moreinfo@pmrcorporate.com

Marketing

tel.: /48/ 12 618 90 20

e-mail: marketing@pmrcorporate.com

www.pmrpublications.com