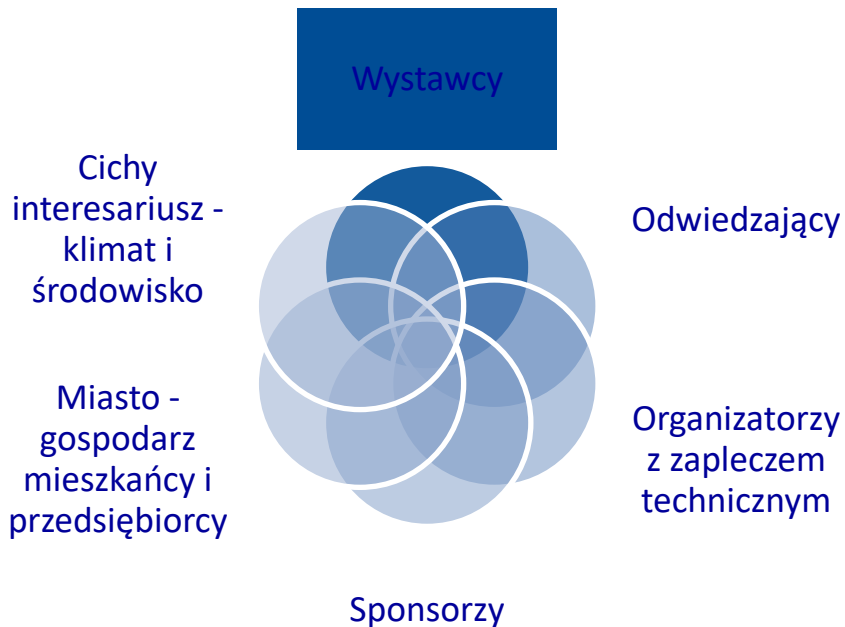


ROZUMIENIE I MODELOWANIE ZACHOWAŃ WYSTAWCÓW KONCEPCJA BADANIA

Gdańsk, lipiec 2023r.

INTERESARIUSZE WYDARZEŃ TARGOWYCH





PROBLEM I PYTANIA BADAWCZE

Jak długookresowo zwiększać sprzedaż przedsiębiorstw targowych?

Jak zwiększyć liczbę wystawców (sponsorów i gości)?

Jak zwiększyć jednostkowy przychód?

Dlaczego się wystawiają lub nie?

Za co są skłonni zapłacić?

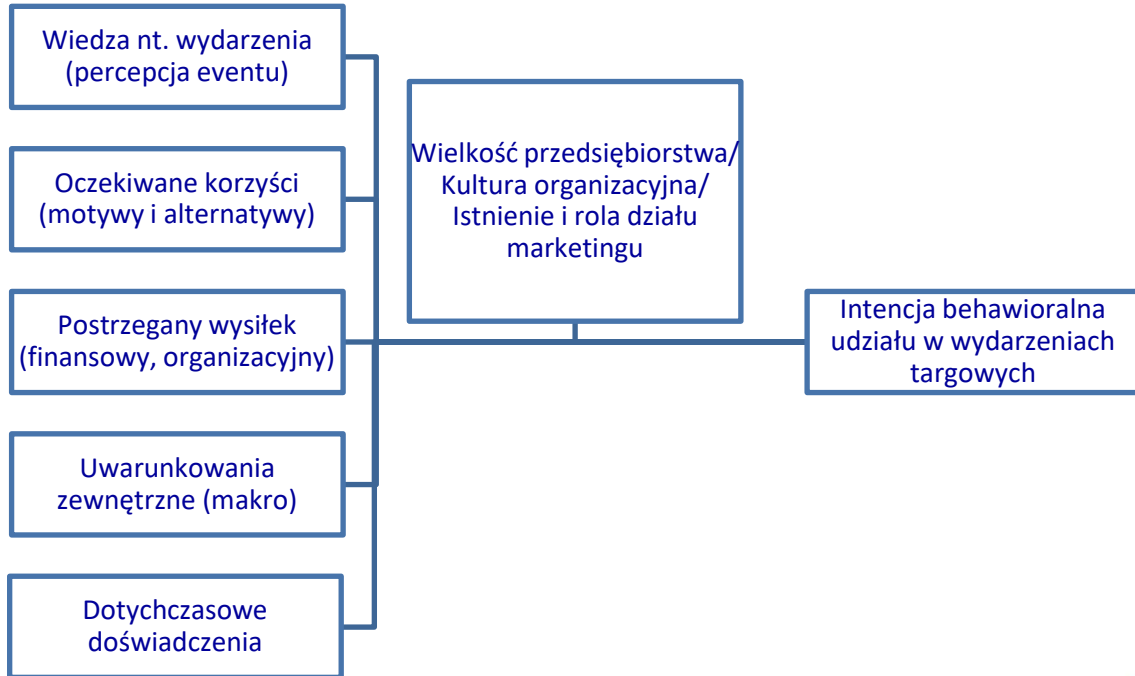
Co jest dla nich ważne?

Na jakie bodźce reagują najlepiej?

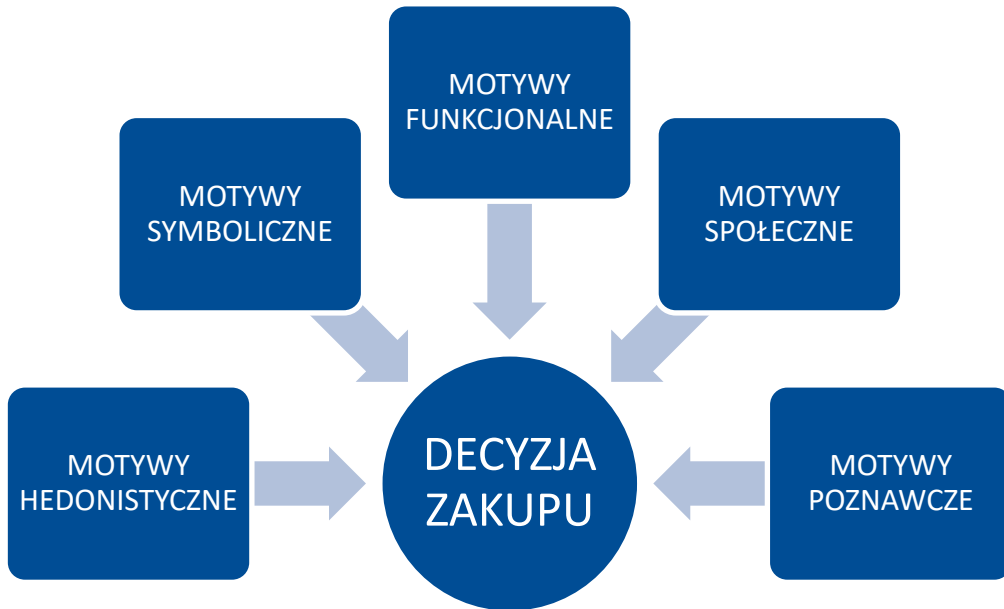
DLACZEGO SIĘ WYSTAWIAJĄ LUB NIE? ILE WAŻĄ RÓŻNE CZYNNIKI?



MODEL INTENCJI BEHAWIORALNEJ (udziału w wydarzeniu targowym)



MOTYWY KSZTAŁTUJĄCE DECYZJE ZAKUPOWE

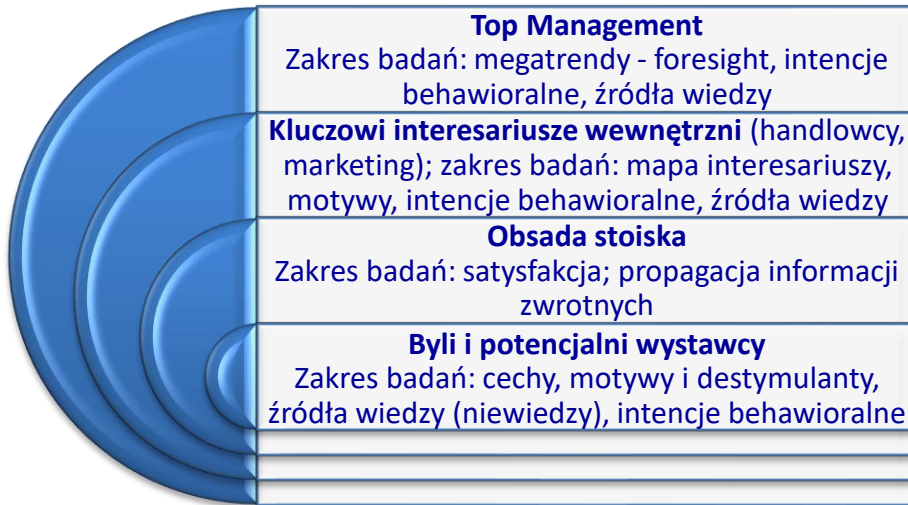


UCZESTNICY PROCESU ZAKUPU



WYZWANIA I CELE PROCESU BADAWCZEGO

- KOGO BADAĆ I W JAKIM ZAKRESIE?
- JAK DO NIEGO DOTRZEĆ ?
- JAK UZYSKAĆ WIARYGODNĄ INFORMACJĘ ?



PROJEKT BADAŃ- FORESIGHT AI

- Foresight AI - wykorzystanie sztucznej inteligencji w doskonaleniu metod predykcji rozwoju branży turystyki wypoczynkowej i biznesowej - projekt złożony do NCN (OPUS-25)
- Budżet c.a. 700kPLN
- Czas trwania 3 lata
- Metody: IDI, delficka, nadzorowane i nienadzorowane uczenie maszynowe, netografia z wykorzystaniem Chat GPT-4, itp.





PLANY BADAWCZE NA ROK 2023

WYBRANE CELE BADAŃ:

- Wypracowanie narzędzi/metod, umożliwiających badanie i porównywanie różnych wydarzeń.
- Identyfikacja kluczowych zmiennych kształtujących intencje behawioralne udziału w wydarzeniach - badanie eksploracyjne.
- Identyfikacja motywów uczestnictwa w różnego typu wydarzeniach – opracowanie narzędzia do pomiaru w różnych grupach uczestników.
- Identyfikacja czynników kształtujących poziom satysfakcji wystawców (gości?) – koncepcja pomiaru dla różnych grup interesariuszy.
- Propagacja informacji i opinii nt. wydarzenia – opracowanie koncepcji pomiaru.
- Mapowanie uczestników procesu podejmowania decyzji zakupowych (o udziale w wydarzeniu).
- Identyfikacja i klasyfikacja zmiennych segmentacyjnych opisujących.
- Identyfikacja i klasyfikacja wydarzeń w kontekście, zaspokajanych potrzeb, zasięgu oddziaływania.



PLANY BADAWCZE NA ROK 2023

TRZY PROJEKTY PROCEDOWANE RÓWNOLEGLE:

- MOTYWY UCZESTNICTWA W RÓŻNYCH KATEGORIACH WYDARZEŃ
- INTENCJE BEHAWIORALNE WYSTAWCÓW/ODWIEDZAJĄCYCH
- CZYNNIKI KSZTAŁTUJĄCE POZIOM SATYSTAKCJI WYSTAWCÓW (GOŚCI?)

DZIAŁANIA:

- Kwerenda literatury.
- Badania eksploracyjne (IDI, analiza dostępnych danych wtórnych).
- Opracowanie planu(-ów) badania.
- Stworzenie długiej listy czynników (np. motywów).
- Badanie wstępne - eliminacja zmiennych wysoce skorelowanych.
- Opracowanie narzędzia pomiarowego.
- Zbieranie danych pierwotnych (część).
- Analiza i opracowanie wyników i ewaluacja metody.

SPOSÓB PREZENTACJI WYNIKÓW:

- Raport / prezentacja typu pptx.



PLANY BADAWCZE NA ROK 2023

BUDŻET:

Zakładając możliwość wykorzystania wybranych informacji zebranych w toku badań, dla celów publikacji naukowych (wersja optymistyczna):

- Kwerenda literatury, identyfikacja i wstępna analiza dostępnych danych wtórnych, analizy heurystyczne – identyfikacja motywów, czynników kształtujących satysfakcję, opracowanie planu badań i pierwszej wersji kwestionariuszy, 4 osoby x 4 mies. = 24kPLN (brutto/brutto)
- Pozyskanie danych wtórnych: GUS – 5kPLN
- Zbieranie danych pierwotnych – 10kPLN (próba nielosowa)
- Opracowanie wyników i prezentacji – 6kPLN
- Koszty pośrednie 5kPLN.



PYTANIA I WĄTPLIWOŚCI

KOGO BADAMY W PIERWSZEJ KOLEJNOŚCI: wystawców czy odwiedzających ?

WARUNKI UDOSTĘNIANIA WYNIKÓW BADAŃ – komu, w jakim zakresie, na jakich zasadach?

JAKIE DANE interesują "wszystkich" i mogą być prezentowane w jednolitej formie?

OPEN DATA – granice danych współdzielonych, prywatnych i publicznych.

BADANIA TERENOWE – jakie zasoby może udostępnić PIPT: wsparcie w dotarciu do badanych, zbieranie danych w poszczególnych ośrodkach, wsparcie w realizacji wywiadów CATI?



Dziękuję za uwagę