

# Мотивація у бізнес дослідженнях

Ашу Конрад  
Карстен Зорніг



STATISTICS  
DENMARK

# Стратегії із зниження навантаження

---

- Знизити фактичне навантаження
  - сприйняте навантаження може не знизитись
- Спростити анкети та процеси збору даних
  - зростаючий попит на дані
- Заохотити підприємства до співпраці
  - попрацювати, щоб змінити негативне сприйняття



# Позитивні та негативні стимули

---

Негативні стимули – “тиск”

- Статутні запитання - законодавство
- Штрафи за відсутність відповіді
  - тривіально для великих підприємств
  - серйозні витрати для малих підприємств
- Переслідування серійних злочинців
  - потребує багато часу і витрат
  - не запорука перемоги

# Позитивні стимули

---

- Менш відчутні ніж негативні стимули
- Ми не можемо призначити фінансову нагороду
- Спрощення анкет
  - Зниження обсягу (заміна даних, підстановка)
  - спрощення запитань
  - покращення дизайну
  - “Канікули від досліджень”
- Зробити доступними відповідні звіти – посилання на найновіші результати – відповідно до галузей

# Зміна сприйняття

---

Зв'язок – ключ к успіху

- Тримати зв'язок із зацікавленими сторонами
  - презентувати нові розробки, узгоджувати дії, отримувати зворотний зв'язок від постачальників даних
- Громадські семінари на вибрані теми
- Опублікування статей– тематичне
- Використання маркетингових даних та літератури
- Використання соціальних зв'язків

