

Отчёт
По проведённому маркетинговому исследованию относительно
определения отношения жителей города Москвы к людям с
психическими заболеваниями.

Цель проведения:

Определение отношения жителей города Москвы к людям с психическими заболеваниями.

Метод проведения:

По методу личного интервью (личное приглашение для ответа на вопросы), среднее время опроса одного респондента составило 10 минут.

География проведения опросов:

г. Москва, главные улицы: Цветной бульвар, ул. Пречистенка, Улица 1905 года, ул. Новослободская, Ленинский проспект.

Количество анкет:

За время проведения маркетингового исследования в общей сложности было опрошено 100 респондентов (по 20 респондентов в каждой точке опроса).

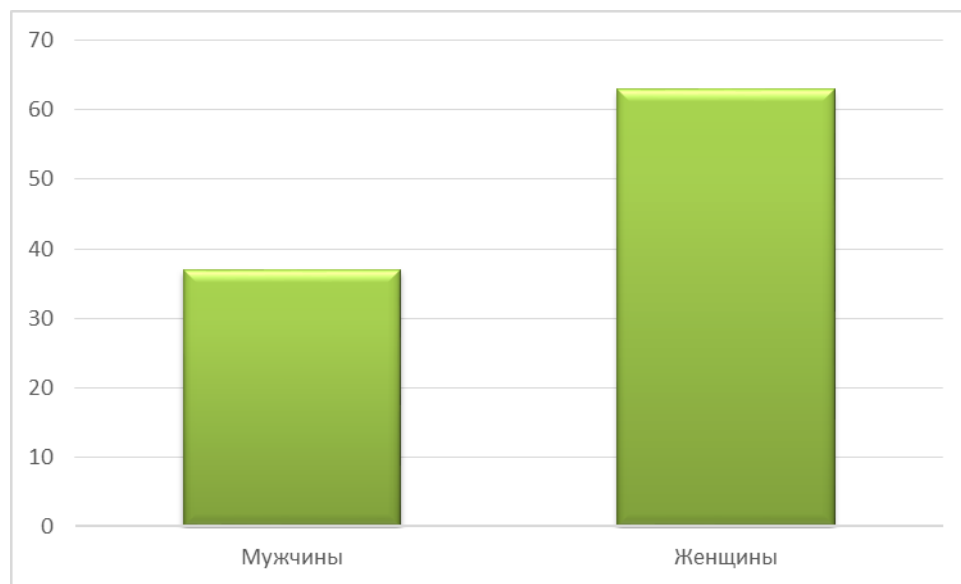
Выборка:

Мужчины и женщины от 18 до 60 лет (100 человек).

Сроки проведения:

С 2 июня по 3 июня 2016 года.

1. Укажите пол респондентов (самостоятельно):



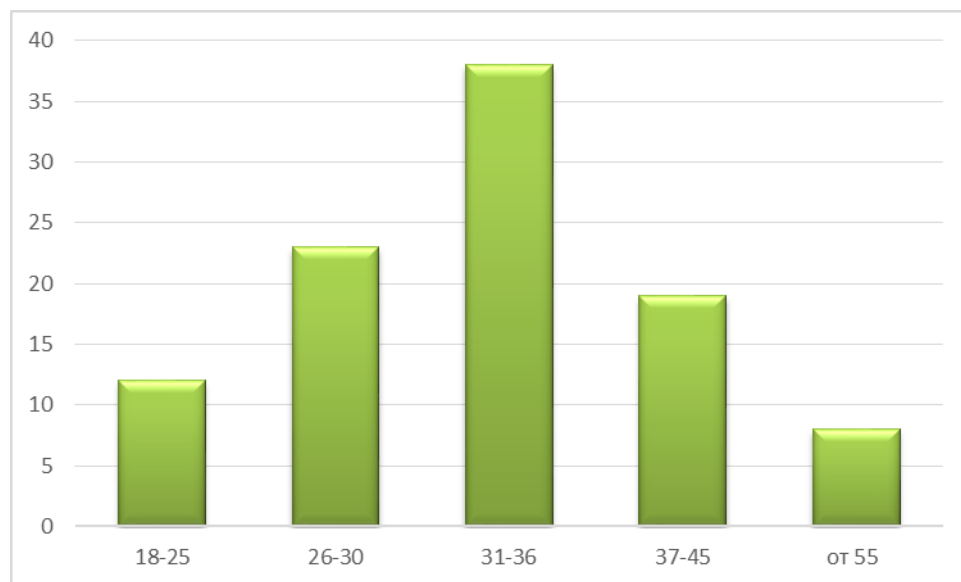
Выводы:

Укажите пол респондентов (самостоятельно):

- Женский- **63%** респондентов (63 респондента);
- Мужской- **37%** респондентов (37 респондентов).

По условиям проведения маркетингового исследования для достоверности данных необходимо было опросить мужчин и женщин в произвольном соотношении от общего количества интервью.

2. Укажите возраст респондентов:



Выводы:

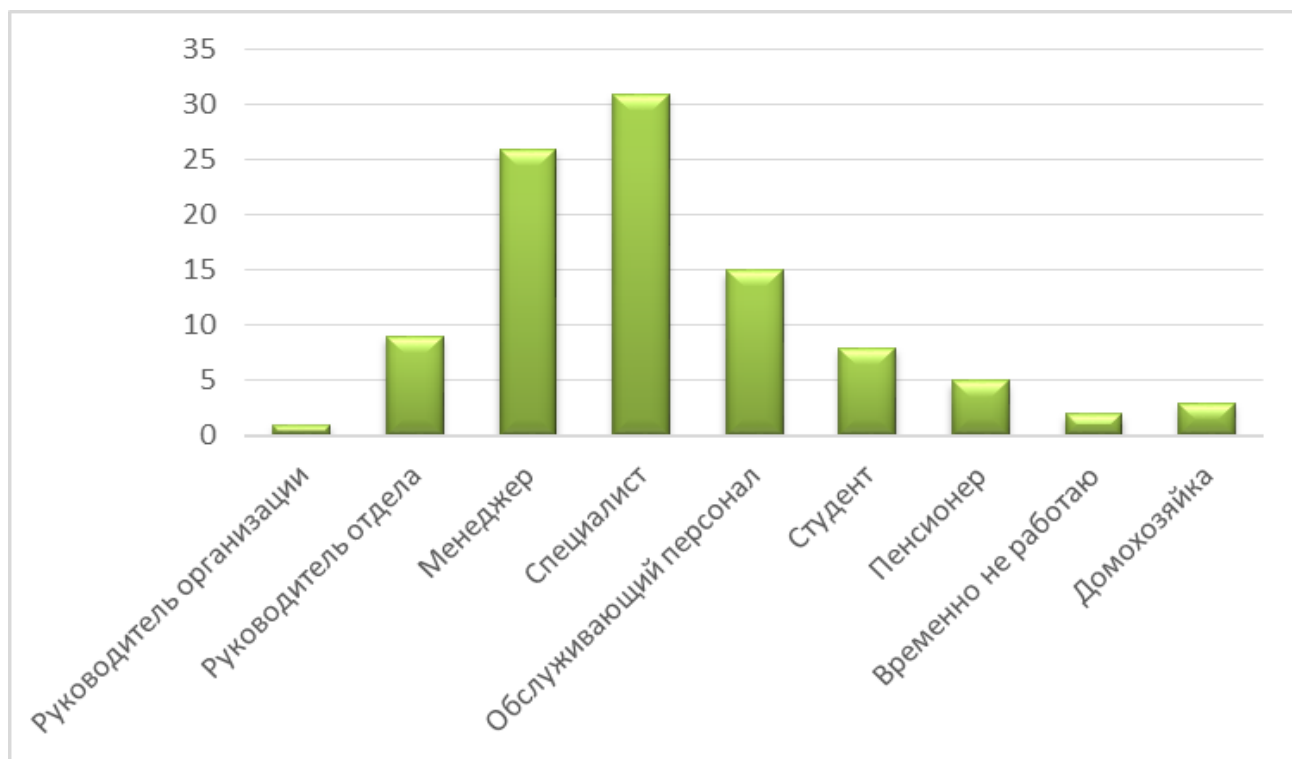
Укажите возраст респондентов:

- От 18 до 25 лет- **12%** респондентов (12 респондентов);
- От 26 до 30 лет- **23%** респондентов (23 респондента);
- От 31 до 36 лет- **38%** респондентов (38 респондентов);
- От 37 до 45 лет- **19%** респондентов (19 респондентов);
- От 55 лет и выше - **8%** респондентов (8 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**38%**) опрошенных респондентов находятся в возрасте от 31 до 36 лет.

По возрастной квоте респондентов требования по процентному соотношению количества опрошенных респондентов, относящихся к каждой отдельной возрастной категории выдвинуты, не были.

3. Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род занятий?



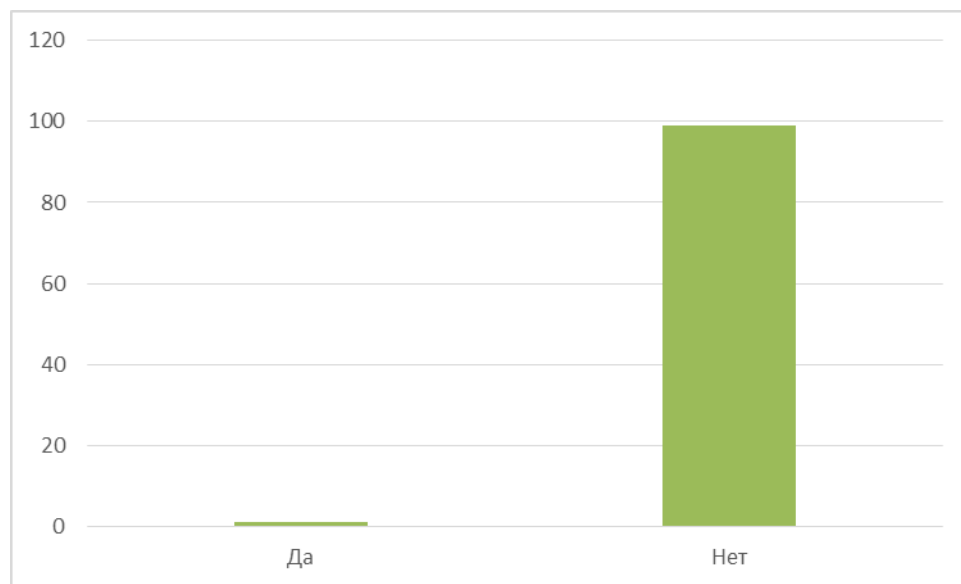
Выводы:

Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род занятий?

- Руководитель организации - **1%** респондентов (1 респондент);
- Руководитель отдела – **9%** респондентов (9 респондентов);
- Менеджер – **26%** респондентов (26 респондентов);
- Специалист – **31%** респондентов (31 респондент);
- Обслуживающий персонал – **15%** респондентов (15 респондентов);
- Студент- **8%** респондентов (8 респондентов);
- Пенсионер – **5%** респондентов (5 респондентов);
- Временно не работаю – **2%** респондентов (2 респондента);
- Домохозяйка – **3%** респондентов (3 респондента).

По результатам маркетингового исследования большинство (**31%**) из опрошенных респондентов ответили, что работают специалистами.

4. Скажите, пожалуйста, есть ли в Вашей семье инвалиды с психическими заболеваниями?



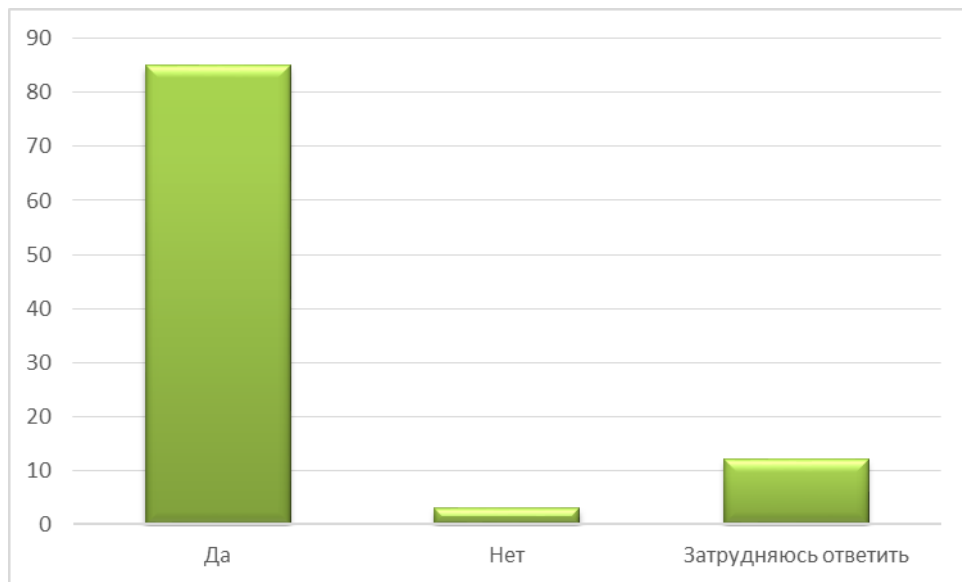
Выводы:

Скажите, пожалуйста, есть ли в Вашей семье инвалиды с психическими заболеваниями?

- Да - **1%** респондентов (1 респондент);
- Нет - **99%** респондентов (99 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**99%**) из опрошенных респондентов ответили, что в семье нет инвалидов с психическими заболеваниями.

5. Скажите, пожалуйста, знаете ли Вы, что умственная отсталость, болезнь Дауна, олигофрения относятся к психическим заболеваниям?



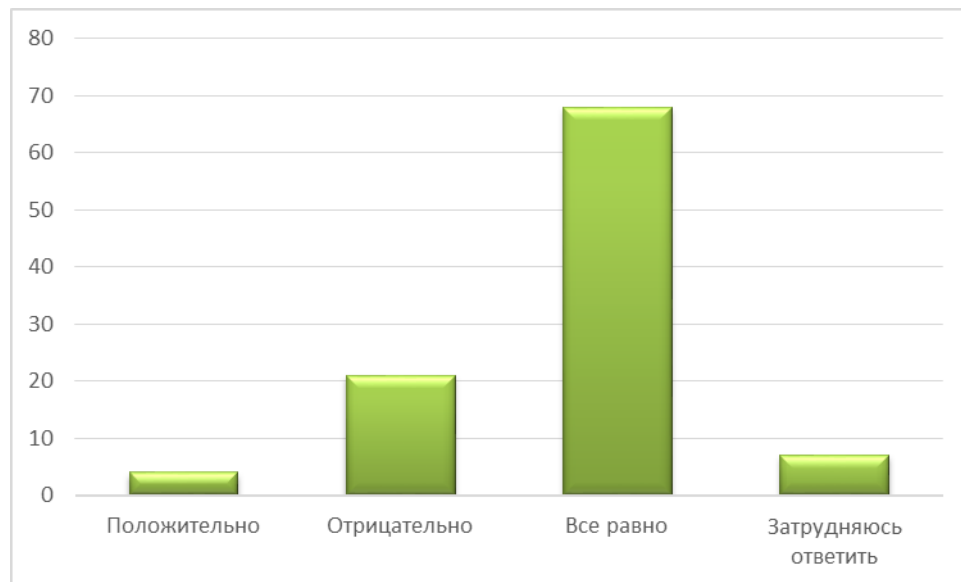
Выводы:

Скажите, пожалуйста, знаете ли Вы, что умственная отсталость, болезнь Дауна, олигофрения относятся к психическим заболеваниям?

- Да - **85%** респондентов (85 респондентов);
- Нет - **3%** респондентов (3 респондента);
- Затрудняюсь ответить – **12%** респондентов (12 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**85%**) из опрошенных респондентов ответили, что да знают, что умственная отсталость, болезнь Дауна, олигофрения относятся к психическим заболеваниям.

6. Скажите, как бы Вы отнеслись, если в Вашей фирме/организации работали инвалиды с психическими заболеваниями?



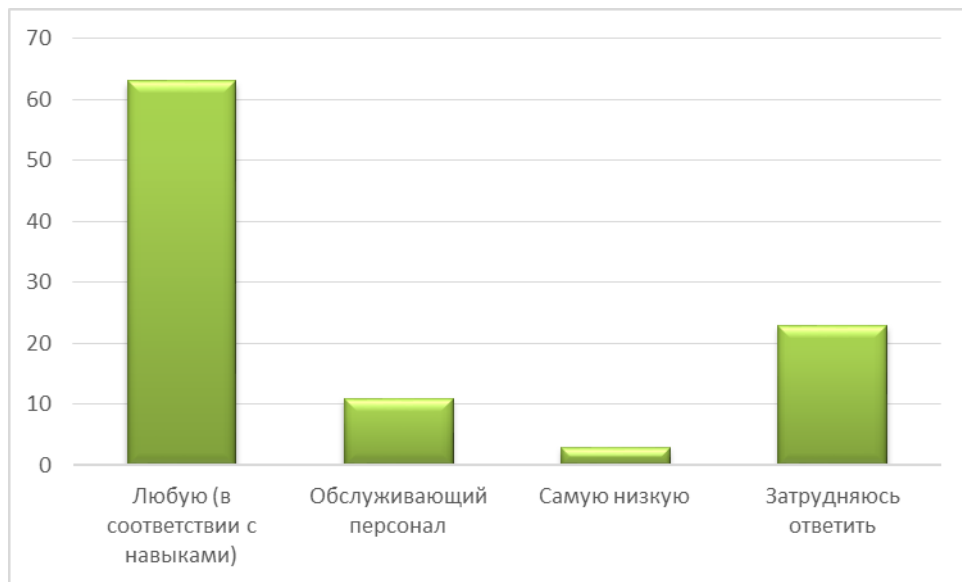
Выводы:

Скажите, как бы Вы отнеслись, если в Вашей фирме/организации работали инвалиды с психическими заболеваниями?

- Положительно - **4%** респондентов (4 респондента);
- Отрицательно - **21%** респондентов (21 респондент);
- Все равно - **68%** респондентов (68 респондентов);
- Затрудняюсь ответить - **7%** респондентов (7 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**68%**) из опрошенных респондентов ответили, что им все равно будут ли в их фирме/организации работать инвалиды с психическими заболеваниями.

7. Скажите, какую должность такие люди могли бы занимать?



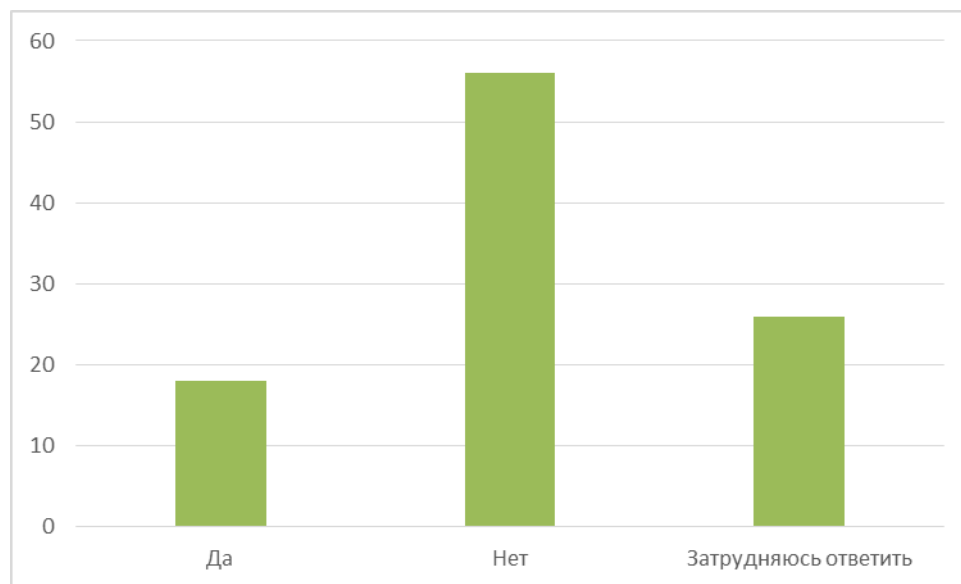
Выводы:

Скажите, какую должность такие люди могли бы занимать?

- Любую (в соответствии с навыками) - **63%** респондентов (63 респондента);
- Обслуживающий персонал - **11%** респондентов (11 респондентов);
- Самую низкую - **3%** респондентов (3 респондента);
- Затрудняюсь ответить - **23%** респондентов (23 респондента).

По результатам маркетингового исследования большинство (**63%**) из опрошенных респондентов ответили, что инвалиды с психическими заболеваниями могут занимать любую должность в соответствии с навыками.

8. Скажите, пожалуйста, боитесь ли Вы общаться с такими людьми?



Выводы:

Скажите, пожалуйста, боитесь ли Вы общаться с такими людьми?

- Да - **18%** респондентов (18 респондентов);
- Нет - **56%** респондентов (56 респондентов);
- Затрудняюсь ответить - **26%** респондентов (26 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**56%**) из опрошенных респондентов ответили, что нет не боятся общаться с инвалидами с психическими заболеваниями.

Выводы:

По результатам маркетингового исследования можно сделать выводы, что большинство из опрошенных респондентов — это люди зрелого возраста, люди с высшим образованием, люди по роду занятий являющиеся специалистами в разных областях.

Большинство из опрошенных респондентов не имеют в семье инвалидов с психическими заболеваниями, но знают, что умственная отсталость, болезнь Дауна, олигофрения относятся к психическим заболеваниям.

Большинство из опрошенных респондентов ответили, что им все равно будут ли в их фирме/организации работать инвалиды с психическими заболеваниями. И что такие люди могут занимать любую должность в соответствии с навыками.

Большинство из опрошенных респондентов не боятся общаться с людьми с психическими заболеваниями.

Выборка респондентов, участвующих в опросе

При подготовке к проведению маркетингового исследования (личное интервью), сотрудниками маркетингового агентства ZOOM MARKET была предложена выборка в 100 личных интервью. Данная выборка исходя из цели исследования считается репрезентативной и мнений 100 респондентов достаточно для того чтобы результаты исследования считались достоверными.

При проведении исследования большое внимание уделялось местам опроса. Опрос проводился: г. Москва, главные улицы: Цветной бульвар, ул. Пречистенка, Улица 1905 года, ул. Новослободская, Ленинский проспект.

Данные маркетингового исследования можно считать достоверными и учитывая цель исследования выборку можно отнести к репрезентативной и в данном случае мнений 100 респондентов достаточно для того чтобы получить ответы на заданные вопросы в исследовании и использовать полученные данные.

Краткая справка об маркетинговом агентстве ZOOM MARKET

Маркетинговое агентство ZOOM MARKET было основано в 2008 году на базе департамента маркетинга крупного отечественного холдинга.

Основной специализацией маркетингового агентства является проведение социологических и маркетинговых исследований.

За время существования агентства было проведено более 200 исследовательских проектов более чем для 80 компаний.

Среди клиентов маркетингового агентства ZOOM MARKET: OGGI (с августа 2010 года OODJI), ОРАНТА страхование, ТД АЙСБЕРРИ, ФГ БКС, Окна роста, TERVOLINA, Сафари кофе, ГК КиН и многие другие!

Благодарим Вас за выбор нашего агентства!

Надеемся на плодотворное долгосрочное сотрудничество!

Маркетинговое агентство «ZOOM MARKET»

(495) 960-90-89

www.mazm.ru

market@mazm.ru