

مقدمه ناستد



به نام خدا

در آغاز هر کسب و کار جدید، یکی از مهم‌ترین گام‌ها، تجزیه و تحلیل دقیق بازار است که پایه اصلی برنامه‌بازاریابی را تشکیل می‌دهد. تحقیق در بازار یا بازار پژوهی، برای موفقیت کسب و کار بسیار ضروری و حیاتی است، اما به نظر می‌رسد که بسیاری از سرمایه‌گذاران و کارآفرینان در مواجهه با آن، با مشکلات عدیده‌ای روبرو می‌شوند. شاید به بیان ساده بتوان گفت که بازار پژوهی باید پاسخ‌های مناسبی برای این قبیل پرسش‌ها پیدا کند: آیا تقاضا برای محصولات و خدمات من وجود دارد؟ چه کسی آنها را می‌خرد؟ چه قیمتی بابت آن حاضرند که پرداخت کنند؟ مشتریان من در کجا هستند و اصولاً چه تعدادی را تشکیل می‌دهند؟ آیا بازار اشباع شده است؟ رقبای من چه کسانی هستند؟ مشتریان در چه شرایطی حاضرند که خرید از من را به سایر رقبا ترجیح دهند؟ آینده‌حوزه کسب و کار من چه شرایطی را خواهد داشت؟

بدیهی است که همه سرمایه‌گذاران و کارآفرینان تمایل دارند که پاسخ این سوال‌ها را از

قبل بدانند و سپس براساس آن برنامه‌ریزی کنند. اما چگونه و با چه روش‌هایی می‌توان بر این مهم فائق آمد.

کتاب حاضر تلاش دارد تا به بیان ساده، ضمن معرفی روش‌ها و تکنیک‌های مناسب، راه‌های دستیابی به پاسخ برای پرسش‌های متداول بازار پژوهی را برای خوانندگان تشریح نماید. انتشارات سرآمد، امید فراوان دارد تا با نشر این کتاب، گام موثری برای معرفی شیوه‌های نوین در عرصه مدیریت، برداشته باشد.

سید مسعود همایونفر
رئیس موسسه مطالعات بهره‌وری و منابع انسانی
اردیبهشت ۱۳۹۰

