**Markedsanalyse, som samspil mellem afsætning og matematik**

Forløbet omhandler markedsanalyse af købsadfærden ved køb af økologiske dagligvarer. I forløbet fokuseres på Markedsanalyse i faget Afsætning (HHX) med inddragelse af statistik fra Matematik. Forventet omfang for forløbet er 10 afsætningslektioner[[1]](#footnote-1) (60 min).

Den økologiske dagsorden fylder stadig mere og danskernes forbrug af og holdninger til økologi er relevant ud fra et afsætningsmæssigt synspunkt. I forløbet tager eleverne udgangspunkt i tidligere desk research om økologi (se forløbet ’Efterspørgselsforhold og metode’). Forløbet kan gennemføres som et separat forløb, men fordelen ved at koble desk research med field research er, at eleverne har et bedre grundlag for at opstille relevante undersøgelsesspørgsmål. Formålet er, at eleverne skal indsamle, bearbejde og analysere data.

**1. Planlægning/overvejelser**

Holdet skal i forløbet undersøge forbrugernes købsadfærd ved køb af økologiske dagligvarer. Dette gøres ved at foretage en markedsanalyse. Det er en forudsætning for forløbet, at holdet har gennemgået købsadfærd på konsumentmarkedet.

Forløbet introduceres ved, at underviseren præsenterer eleverne for central teori omkring primær dataindsamling. Herefter bygges forløbet op efter de faser, der skal udføres for at planlægge og gennemføre en markedsanalyse (se under pkt. 2 Forløbets opbygning). I dette forløb fokuseres på kvantitativ analyse.

Holdet skal udarbejde undersøgelsesspørgsmål og hypoteser med udgangspunkt i den viden, som de har fra tidligere desk research. Spørgsmålene bør tage udgangspunkt i afsætningsøkonomiske problemstillinger, fx køberoller og beslutningsprocessen, købemotiver, de 4 p’er eller lignende. Det er vigtigt, at eleverne vejledes til at stille spørgsmål, som de realistisk kan besvare ud fra en undersøgelse blandt skolens elever eller i lokalområdet. Baggrundskarakteristika om respondenterne giver gode muligheder for at foretage forskellige statistiske tests. Vær opmærksom på hvilke forudsætninger, der er for statistisk analyse af data, når eleverne formulerer spørgsmålene.

Mange statistiske tests kræver en vis mængde data. Derfor anbefales, at klassen udarbejder et fælles spørgeskema og indsamler data i fællesskab, så der er flest muligt respondenter at analysere på. Det er vigtigt, at eleverne forholder sig til stikprøveudvælgelse, fejlkilder, validitet og repræsentativitet både inden dataindsamlingen og i analysefasen.

Efter indsamling af data skal eleverne i gang med at besvare undersøgelsesspørgsmål og teste hypoteser. Hvis holdet har udarbejdet mange undersøgelsesspørgsmål og hypoteser, kan det være en fordel at fordele forskellige emner blandt grupperne. Eleverne bør starte med deskriptiv statistik (frekvenstabeller, diagrammer, statistiske deskriptorer mv.) og derefter udvide analysen til forklaring af sammenhænge i data ved brug af pivottabeller, test for uafhængighed, regression og goodness-of-fit (repræsentativitet). Eleverne skal fortolke resultaterne i henhold til de afsætningsfaglige problemstillinger.

Når eleverne har testet hypoteser og svaret på undersøgelsesspørgsmål vil det bidrage til forløbet, at eleverne sammenholder egne resultater med de informationer, de har fundet gennem desk research. Her lægges op til diskussion af eventuelle forskelle således, at eleverne forholder sig kritisk til analyseresultaterne.

**2. Forløbets opbygning**

Forløbet er opbygget som samspil mellem afsætning og matematik. Det vil derfor være hensigtsmæssigt at underviserne i de to fag koordinerer indholdet af lektionerne i perioden, hvor forløbet gennemføres.

**Indledende del**

Teori om kvantitativ metode i afsætning (1 lektion)

Teori om statistik i matematik

**Analyserende del – Markedsanalyseprocessen**

Fase 1: Formål med analyse (Afsætning 1 lektion)

Formål med analysen

Undersøgelsesspørgsmål og hypoteser

Fase 2: Undersøgelsesdesign (Afsætning ca. 2 lektioner)

Datakilder

Kvantitative metoder

Udformning af spørgeskema

Fase 3: Dataindsamling (Afsætning 1 lektion)

Udvælgelse af respondenter (stikprøveplan)

Indsamlingsmetode (af tidshensyn er det en fordel at eleverne indsamler data elektronisk)

Fase 4: Præsentation (Afsætning og Matematik 4 lektioner + elevtid)

Databehandling (Matematik og Afsætning)

Konklusioner (Afsætning)

Fejlkilder (Afsætning)

Udarbejdelse af rapport/præsentation (Matematik/Afsætning)

**Afsluttende del – Evaluering (Afsætning 1 lektion + elevtid)**

Præsentationer af plancher.

Individuel skriftlig aflevering

**3. Evaluering**

Det afsluttende produkt for forløbet kan enten være en minirapport, eller en fremlæggelse. Hvis eleverne arbejder i grupper med forskellige undersøgelsesspørgsmål og hypoteser kan eleverne i tillæg til rapporten udarbejde en planche som opsummerer de vigtigste og mest interessante resultater fra markedsanalysen.

Efter præsentationerne skal eleverne individuelt udarbejde et notat, som beskriver hvad en specifik virksomhed kan bruge resultaterne fra markedsanalysen til. Eleverne skal forholde sig til, hvad de fundne resultater kan bidrage med set fra virksomhedens synspunkt. Det er vigtigt, at eleverne ikke kun forholder sig til det de selv har arbejde med, men til hele holdets resultater.

*Udarbejdet af Camilla Bak Kristensen fra SCU-Skanderborg-Odder center for Uddannelse*

1. Derudover kommer matematiklektioner. Lektionerne med gruppearbejde kan fordeles mellem de to fag, som det er hensigtsmæssigt. [↑](#footnote-ref-1)