



## Nghiên cứu thị trường: Nhiều cơ hội cho phụ nữ năng động?

*Trương Vũ Thùy Loan*

Nghiên cứu thị trường là một ngành hẹp, nếu so với các nghề khác như kinh doanh, marketing, tài chính-kế toán hay nhân sự; tuy nhiên nghề này mở ra rất nhiều cơ hội sự nghiệp và trải nghiệm cuộc sống phong phú.

Thế nào là nghiên cứu thị trường? Đây là công việc tìm hiểu xu hướng tiêu dùng, thị trường và môi trường kinh doanh nói chung có sử dụng các công cụ nghiên cứu khoa học. Thực hiện một báo cáo nghiên cứu thị trường cần qua các giai đoạn: thu thập thông tin (qua hình thức phỏng vấn dùng bảng hỏi hoặc thảo luận nhóm), xử lý số liệu, phân tích và viết báo cáo. Nghiên cứu thị trường giúp người làm kinh doanh (chủ doanh nghiệp, marketers) hiểu thấu đáo về đối tượng khách hàng mình đang phục vụ (nhu cầu, nguyện vọng, thói quen tiêu dùng), cơ hội và rủi ro tiềm ẩn trong các chiến dịch quảng cáo, marketing hay các kế hoạch kinh doanh. Nói chung, nghiên cứu thị trường có vai trò định hướng ra quyết định kinh doanh. Vì vậy, hầu như ngành nghề kinh doanh nào cũng có nhu cầu làm nghiên cứu thị trường. Trên thị trường hiện nay có khoảng 15 công ty nghiên cứu thị trường bao gồm công ty nước ngoài và Việt Nam, một số tên như: ACORN, Cimigo, FTA, Promind, Nielsen, Trường Đoàn, TNS, ... (sắp theo ABC).

Cũng như một số ngành kinh doanh khác, nghiên cứu thị trường cũng phải tuân thủ những yêu cầu thực hành để đảm bảo chất lượng sản phẩm (ở đây là báo cáo nghiên cứu nghiên cứu thị trường) và đạo đức kinh doanh. Phổ biến nhất hiện nay là Hướng dẫn thực hành tiếp thị và nghiên cứu (ESOMAR Code of Conduct) của tổ chức ESOMAR, Hiệp hội nghiên cứu thị trường quốc tế. Ngoài ra, ISO 20252:2006 là tiêu chuẩn chất lượng ngành nghiên cứu thị trường. Hiện nay chưa có nhiều công ty nghiên cứu thị trường trên thế giới đạt được chứng nhận này; ở Việt Nam FTA là công ty nghiên cứu thị trường duy nhất được chứng nhận tiêu chuẩn ISO 20252:2006 bởi Viện Tiêu chuẩn Anh (British Standard Institute).

Mặc dù là ngành hẹp nhưng các bạn có khá nhiều lựa chọn nghề nghiệp trong ngành nghiên cứu thị trường. Bắt đầu từ vị trí phỏng vấn viên, bạn có thể phát triển lên các vị trí giám sát và quản lý đội ngũ phỏng vấn viên hoặc nhân viên nghiên cứu. Ngoài ra bạn còn có thể tham gia những công việc khác như: nhập liệu và xử lý dữ liệu hay kiểm tra chất lượng đáp viên.

Như vậy, tại sao nghề nghiên cứu thị trường lại phù hợp với phụ nữ vì theo quan sát của người viết, nữ chiếm 70% nhân sự trong ngành nghiên cứu thị trường? Một điều đặc biệt về ngành nghiên cứu thị trường là ngành này không "chê" nhân sự bao giờ. Có thể bạn chưa phải là chuyên viên hay nhân viên văn phòng chuyên nghiệp, hay bạn mới là sinh viên đại học, học sinh cấp 3 hay bà nội trợ, hoặc bạn chỉ có vài tiếng đồng hồ một tuần nhưng nếu

*Chị Phan Ngọc Đan Thanh, trưởng phòng nghiên cứu của công ty NCTT FTA (07 năm kinh nghiệm):*  
Để thành công, điều đầu tiên là phải yêu thích công việc. Vì chỉ có niềm đam mê thật sự mới giúp mình vượt qua áp lực hoàn thành cùng lúc nhiều dự án đúng tiến độ và chất lượng. Mình luôn phải tìm hiểu và phân tích những vấn đề khách hàng đang gặp phải. Công việc phân tích dữ liệu đòi hỏi tính cẩn thận và nhạy bén để có thể đưa ra nhận định, kết luận, khuyến cáo sâu sắc giúp ích cho khách hàng. Và dĩ nhiên, chăm sóc khách hàng là khâu quan trọng. Họ tìm đến nghiên cứu thị trường vì bản khoản về dự án kinh doanh, nên mình phải nhanh chóng đáp ứng nhu cầu thông tin và giải thích cặn kẽ để họ yên tâm.  
Nghề nghiên cứu thị trường giúp bồi dưỡng mình trở nên tinh tế và tự tin hơn trong giao tiếp; bên cạnh đó tạo cho mình thói quen xem xét kỹ lưỡng và quyết đoán hơn trong cuộc sống.



bạn có thể trò chuyện vui vẻ với người khác và tích cực làm việc là bạn sẽ có nhiều cơ may thành công trong nấc thang đầu tiên: phòng vấn viên. Phòng vấn viên là người thay mặt công ty tiếp xúc với đáp viên (thường là người tiêu dùng), trò chuyện với đáp viên theo bảng hỏi để thu thập thông tin hoặc mời đáp viên tham gia thảo luận nhóm. Phòng vấn viên cần nhanh nhạy nắm bắt tâm lý đồng thời lời cuốn đáp viên chia sẻ trải nghiệm của họ về một sản phẩm hay mẫu quảng cáo, v...v.... Phòng vấn viên phải tuyệt đối trung thực trong khi tuyển chọn đáp viên đúng tiêu chí nghiên cứu và ghi nhận ý kiến của đáp viên. Cơ hội tham gia công việc phân tích và báo cáo nghiên cứu (nhân viên/chuyên viên nghiên cứu thị trường) thật sự rộng mở với các bạn có óc quan sát, hứng thú tìm tòi những mảng màu đa dạng của cuộc sống và năng động nắm bắt xu hướng xã hội. Cộng thêm khả năng giao tiếp tốt, linh động ứng xử với các tầng lớp xã hội, đáp ứng nhanh nhu cầu thông tin của khách hàng, bạn hoàn toàn có cơ hội thành công vượt trội trong ngành nghiên cứu thị trường. Rõ ràng phụ nữ có ưu thế bởi vì họ là những người tinh tế, khéo giao tiếp. Phụ nữ cũng có những khả năng và tố chất cần thiết khác như: quan sát, phân tích, cẩn thận; một số viết bài rất tốt.

Nhưng nói như vậy không có nghĩa là nghề nghiên cứu thị trường sẵn sàng trải thảm hoa hồng cho mọi người. Ngoài những tố chất nêu trên nghề này đòi hỏi bạn phải chịu khó tìm tòi, học hỏi nhất là khi bạn được yêu cầu nghiên cứu trong lĩnh vực mà bạn chưa có nhiều kinh nghiệm. Thêm vào đó, khách hàng (thường là các marketers) luôn mong muốn bạn hoàn thành báo cáo trong thời gian nhanh nhất, đưa ra những ý kiến xác đáng, tin cậy giúp họ ra quyết định chính xác. Đây là điều quan trọng nhất.

Với nghề nghiên cứu thị trường, phụ nữ trẻ có cơ hội trải nghiệm nhiều ngành kinh doanh khác nhau, tiếp xúc với nhiều đối tượng trong quá trình làm nghiên cứu. Đây là nền tảng để họ bồi dưỡng kiến thức xã hội, mối quan hệ rộng và kinh nghiệm sống bên cạnh đạt được thu nhập cao. Khởi đầu từ ngành nghiên cứu thị trường, họ có thể cân nhắc, lựa chọn những nghề khác. Hiểu biết vững chắc (thông qua công việc nghiên cứu thị trường) là cơ sở để phụ nữ làm nghiên cứu thị trường gạt hái thành công khi quyết định theo đuổi một con đường nghề nghiệp khác ví dụ như kinh doanh, marketing hoặc PR.