

Kvantitatív kutatás – mire figyeljünk?

Majláth Melinda PhD.

Jánosy Ferenc Szakkollégium- TDK felkészítő előadások sorozat, 2016. február
Óbudai Egyetem



Tartalom

- Kutatási kérdés
- Mintaválasztás
- Kérdésfeltevés
- Elemzés

Majláth Melinda PhD

Kutatási kérdés ≠ kérdőív kérdés

Ön szerint az emberek gyakrabban látogatnának a Gammába, ha lennének promóciós ajánlatok?

Szélesebb skálájú üzletportfólióval lehetne-e az embereket az áruházba csábítani?

Ön szerint jobb főmegközelítési megközelíthetőség esetén több embert vonzana a Gamma áruház?

1. táblázat

Példa rosszul megfogalmazott kérdésekre és válasz kategóriákra 1. – kutatási kérdés kérdőív kérdés helyett. Forrás: <http://www.kerdoivem.hu/survey3>; saját szerkesztés

Majláth Melinda PhD

Kutatási kérdés ≠ kérdőív kérdés

Kutatási kérdés	Kérdőív kérdés
Ön szerint az emberek gyakrabban látogatnának a Gammába, ha lennének promóciós ajánlatok?	Kérem, jelölje erőfokozati skálán, hogy az alábbi lehetőségek mennyire vonzóak az Ön számára – az 1-es jelentése: egyáltalán nem vonzó, az 5-os jelentése nagyon vonzó
	a. 500 Ft-os kupon, mely betérve vásárlásokra váltható be az előfizetésre/délre
	egyáltalán nem vonzó 1 2 3 4 5 nagyon vonzó
	b. 1000 Ft-os kupon, amely a ruházati üzletekben váltható be
	egyáltalán nem vonzó 1 2 3 4 5 nagyon vonzó
	c. minden harmadik szett látogatás 50%-os jegyárkedvezményrel tölthető igénybe
	egyáltalán nem vonzó 1 2 3 4 5 nagyon vonzó
	d. ha egy hétig nem legyártott 10.000 Ft-ért vásárol az üzletben, akkor ingyenesen vehető meg a ruha (1 hetes gőzkezelési nyaralás a nyaralás)
	egyáltalán nem vonzó 1 2 3 4 5 nagyon vonzó

Majláth Melinda PhD

Kutatási kérdés ≠ kérdőív kérdés

Szélesebb skálájú üzletportfólióval lehetne-e az embereket az áruházba csábítani?

Az alábbi üzletek közül melyik keltene fel az érdeklődését, melyiket látogatná, ha megállásos lenne a Gamma üzletláncban? Kérem, értékelje az alábbi erőfokozati skálán az üzletfajták vonzerjét: 1 biztosan nem látogatnám meg, 5 biztosan meglátogatnám!

	biztosan nem látogatnám meg	biztosan meglátogatnám
a. Regio játékbolt	1 2 3 4 5	
b. Ezerfüves gyógynövény bolt	1 2 3 4 5	
c. CLEAN Ruházati üzlet	1 2 3 4 5	

Majláth Melinda PhD

Mintavétel kihívásai

- Minta összetétel
- Minta – véletlenszerű vagy nem véletlenszerű
- Minta nagyság

Majláth Melinda PhD

Reprezentatív minta

- A minta alapján a sokaságra kivethető eredményeket ad

"Az Ipsos kutatásaiban kétfélcpsős, arányosan rétegzett, véletlenszerűen kiválasztott 1000 személyt tartalmazó valószínűségi mintákkal dolgoznak. A minta alapsokasága a Magyarországon élő, magyar állampolgárságú, jelenleg 18 éves és idősebb korú népesség. Az 1000 fős minták Magyarország településhálózatát arányosan reprezentálják, 120-130 mintavételi egységgel. A mintába kerülő személyek összetételi aránya a legfontosabb társadalmi-demográfiai mutatók szerint (nemek, életkori csoportok, iskolai végzettség, lakóhelytípus) megfelel a teljes választókorú népesség összetételének."¹⁷

Majláth Melinda PhD

Mintavétel

- Reprezentatív minta

-Ha az internethasználók jelentik az alapsokaságot,

-vagy ha a kisgyermekes, egyedülálló szülők, akkor a reprezentatív minta kritériumai,

a definiálásához használt változók teljesen mások lesznek, viszont ebben az esetben is érvényesnek kell lennie annak a megállapításnak, hogy a megkérdezésbe bevont mondjuk 500 ember adatai a sokaságra - meghatározott konfidencia-intervallum figyelembevételével - kivethetők.

- Kvótás mintavétel:

Az is lehet célja egy kutatásnak például, hogy összehasonlítsa a

- terméket nem használók, a terméket ritkán használók és a terméket gyakran használók véleményeit, vagy az általuk észlelt márkaműködés különbségeit.

- Ilyenkor inkább a kvótás mintavételnek van értelme, azaz mindkét használati csoportból Vesszünk meghatározott elemszámú véletlen mintát és ezeket összehasonlítjuk.

Majláth Melinda PhD

Kerülendő!

- Ismerősök megkérdezése a Facebook-ra kitért kérdőívvel – NE!
- Online kérdőívnél a kitöltők személye nem kontrollálható! – azt a piacutató cégek online panelek alkalmazásával szűrik ki.
- Hálóba minta – ha csak nem speciális a téma és a kutatási alanyok elérhetősége

Majláth Melinda PhD

Válaszadás ösztönzés

- Személyes/online megkérdezésnél – kis ajándék, sorszámon való részvétel...

Majláth Melinda PhD

Következtetések levonása-kivettése

- A minta összetételén múlik, hogy a kutatás eredményeiből lehetséges-e a sokaságra vonatkozó következtetések levonása
- Az nem eredmény hogy Gipsz Jakab Facebook ismerőseinek 82%-a szereti a csokifagyit – ez nem fogja érdekelni a cukroszódákat....

Majláth Melinda PhD

Alternatívák megfogalmazásának szempontjai

6. Hogyan értékeli a kiállítást?

- | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| A, Új információkra tettem szert | B, Felelevenítette eddigi tudásomat |
| C, Nem jutottam új információkhoz | D, Nem érdekelt |

7. Ön szerint milyen a kiállítás szakmai színvonala?

- | | |
|--------------|-------------|
| A, Megfelelő | C, Kisebítő |
| B, Kiváló | D, Gyenge |

Majláth Melinda PhD

Alternatívák megfogalmazásának szempontjai

6. Összesíthet hogyan értékelte a létesítésközpontot, ha maximum 100 pontot adhatna az értékelésére? _____ pont

"Kérem, értékelje a létesítésközpont alábbi jellemzőit a saját bizonyos mértékű skáláján! A skála két végpontján egymással ellentétes jelzőket lehet, kérem jelölje X-szel, hogy melyik felel ki inkább az Ön véleményét!"

információszegény	-----	információszorgó
unalmas	-----	érdekes
szegényes	-----	modern
könnyen befogadható	-----	nehézsen befogadható
egyértelmű	-----	válszerű

5 Táblázat
A létesítésközpont értékelésére javasolt helyen kérelmezni és válaszolagatni.
(forrás: saját szerkesztés)

Majláth Melinda PhD

- ki akarunk-e kényszeríteni valamilyen döntést, véleményét a válaszadóból, vagy meghagyjuk számára a "nem tudom" válaszlehetőséget.
- Ez a diszkrét skálák esetében azt jelenti, hogy meghagyjuk a semleges értéket (pl. 7 fokú skála esetében -3 és 3 közötti értékek mellett a 0-t is) vagy ennek hiányában 6 fokú skálát adunk meg és így a válaszadónak el kell döntenie, hogy a skála pozitív vagy a negatív felében jelöli a véleményét.

Majláth Melinda PhD

Nyitott kérdések

- Ha például egy kutatás azt vizsgálja, hogy miért innak az emberek a neten termékekről kommentet, akkor olyan válaszokat kaphatunk, hogy "miért segíteni szeretnék másoknak", "másnak könnyebb legyen dönteni", "nehogy én is megvessek és csalódom", "szeretem megosztani a véleményem", "a feleségem mondta, hogy írjak az oldalra véleményét", "szeretem a jó tapasztalataimat megosztani", "nagyon elégedett voltam a termékkel", "nem voltam a termék", "egyáltalán nem olyan a termék, mint amit hirdettek róla", "jó kármi magamból a termékkel való elégedetlenségem, mivel a reklamációmát nem kezelték", "háttha olvassák a gyártók is és változtatnak majd" stb.
- Látható, hogy az élő- és írott beszéd változatossága rengeleg eltérőnek tűnő választ eredményez, de ezek sokszínűsége mögötti tartalmilag már kevesebb a különbség, így a hasonlókat érdemes együli kezelni. Azonban kibővítés szempontjából lehet a kódot az összevont összefoglaló kategóriákba: negatív vagy pozitív tapasztalatot oszt meg inkább, mások felé irányul a szándék, vagy magát szeretné megnyugtítani stb.
- Ez a kódolás igen időigényes és szakértelmet igénylő munka.
- Ezért sokkal jobb, ha egy pilot study-ban vagy fókuszcsoportban megpróbáljuk összegyűjteni a tipikus válaszokat és a kérdőívben ezeket már előre válaszlehetőségeként szerepeltetjük, meghagyva az egyéb... és egyéb... válaszlehetőséget az arról esetleg eltérő válaszok kifejtésére. Ez sokkal gyorsabb, hatékonyabb megoldás a nyitott kérdések alkalmazása helyett.

Majláth Melinda PhD

Válaszkategóriák rossz meghatározása

1. Mit gondol Ön az atomerőművek működéséről?

A, Szükséges és hasznos	B, Szükséges, de káros
C, Nem szükséges	D, Nem szükséges és káros

2. Mennyire tartja biztonságosnak a Paksi Atomerőmű Zrt üzemeltetését?

A, Teljes mértékben	B, Biztonságos, erről van információ
C, Nem biztonságos	D, Nincs elegendő információ

6 Táblázat
Példa rosszul megfogalmazott kérdésekre és válaszkategóriákra III. – átdolgozott és többdimenziós válaszkategóriák (forrás: saját szerkesztés)

Majláth Melinda PhD

Példa rossz kérdésfeltevésre

1.a Kérem, értékelje és jelölje az alábbi skálán X-szel, hogy Ön szerint az atomerőmű működése Magyarországon milyen mértékben szükséges?

teljesen szükségtelen ----- nagy mértékben szükséges

1.b Kérem értékelje és jelölje az alábbi skálán X-szel az atomerőmű környezeti hatását az Ön véleménye szerint!

környezetbarát ----- környezetbarát

7 Táblázat
Helyes kérdésfeltevés és válaszkategóriák (forrás: saját szerkesztés)

Majláth Melinda PhD

11. Mely rész tettzett Önnek a legjobban?

A, Kiállítás	C, Egyéb....
B, Üzemi terület	D, Mindégyk

12. Mely rész nem tettzett Önnek?

.....

8 Táblázat
Példa rosszul megfogalmazott kérdésekre és válaszkategóriákra IV. – több kérdés összesítésére információvesztéssel jár (forrás: saját szerkesztés)

Majláth Melinda PhD

11. Kérem jelölje az alábbi élelmiszert skálán, hogy a létezéséért mennyire fontosak Önnek!

egyáltalán nem fontos					nagyon fontos
1	2	3	4	5	
kávé	1	2	3	4	5
szóda	1	2	3	4	5
burgerek	1	2	3	4	5

12. Amennyiben az előző kérdésre a létezéséért egy értéket 1-es vagy 2-es értéket adott meg, tehát ezek egyáltalán vagy inkább nem fontosak Önnek, kérem írja ki, hogy miért is volt az ilye!

kávé: _____
szóda: _____
burgerek: _____

9. Táblázat
Helyi kávéfőztes és kávéfőző (forrás: saját kutatásom)

Példa rossz kérdésfeltevésre

Az alábbi tényezők mennyire fontosak Önnek az egy adott márkájú elektromos vásárlásánál?

	Nagyon Fontos	Fontos	Nem annyira fontos	Nem fontos
Csomagolása				
Házatartók				
Márkanév				
Mérete				
Termék ára				
Termék íze				
Termék reklámja				

4. Ábra
Példa rosszul megfogalmazott kérdésekre és válaszlehetőségekre VI. – helytelen kérdésfeltevés (forrás: saját kutatásom)

- A kérdés túl általános, hiszen az élelmiszer kategória nagyon sokfajta terméket takar, amelyeknél nagyon eltérő lehet a vásárlásnál fontosnak tartott termékjellemzők káre.
- Egy zömle esetében pl. a csomagolás nem fontos, márkánál nem beszélhetünk, és az árnak óvatosan volna miatt! (Itt százalékosan nagyon különböző értékek is csak viszonylag kis értéket képviselnek (egy 50%-os áremelés csak 8-10 Ft-os többletköltséget okoz), viszont rendszeresen vásárolják, mivel alapvető élelmiszer.
- Egy ajándéknak szánt csokoládészeszerhöz ezzel szemben a csomagolás és a márkánév kiemelten fontos attribútum, esetlegesen vásárolják és a vásárlási kockázat (társadalmi és pénzügyi) nagyobb. Ezért ennél a kérdésnek csak egy konkrét termék esetén lenne értelme.
- Ráadásul az emberek általában sztereotipizálják a vásárlási döntéseiket, így az ár és a funkcionális tulajdonságok nagyobb súlytal, az impulzus és érzelmi tényezők a reklám befolyásoló szerepe pedig jellemzően kisebb súlytal fog szerepelni a ténylegeshez képest.

Majláth Melinda PhD

Elemzés

- Az alkalmazható módszer jellege függ az adat típusától (nominális-ordinális-intervallum-arány skála)
- NEM CSAK megosztási viszonyszám
- Kereszt-tábla – szignifikancia vizsgálat
- Átlag, szórás – különbségek szignifikancia vizsgálata elengedhetetlen

Majláth Melinda PhD

Összegezd az eredményeket

Attribute	Non-environmentally friendly respondents (n=52)	Environmentally friendly respondents (n=93)
Price	55	44
Type of binding and number of pages	23	22
Pattern of paper	9	13
Cover	6	14
Environmental friendliness	6	8
Total sample	50	23

Sample size: Environmentally friendly respondents: n=93, Non-environmentally friendly respondents: n=52

Figure 2
The relative importance of product attributes

Mutass rá a lényegre

Group	Mean	Median
Non-environmentally friendly respondents (n=93)	6.37%	4.04%
Environmentally friendly respondents (n=52)	13.56%	8.00%

Sample size: Environmentally friendly respondents: n=93, Non-environmentally friendly respondents: n=52

Figure 3
Distribution of the relative importance of environmental friendliness in the sample

Hasonlíts össze csoportokat!

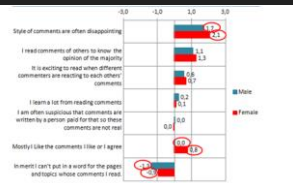
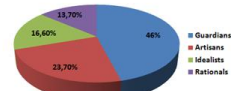


Figure 5
The average level of agreement by different attitude statements toward comment reading - by gender groups (results show significant difference at p<0.05 level)

Majláth Melinda PhD

Egyértelmű legyen hogy a százalékos adat hány ember véleményét/hovatartozását takarja!



Total sample: 992-respondents (self-reported data)
Figure 1
Distribution of personalities in the total sample (%)

Majláth Melinda PhD