

# Mintavétel a gyakorlatban


Tóth Gergely  
ELTE-TÁTK, Doktori iskola  
Statisztika tanszék

# Hol találkozhatunk mintavétellel

## • Közvéleménykutatások

- *A XY Intézet 2011. október 17-19. között, 500 fő telefonos megkérdezésével, országos, a felnőtt lakosságra reprezentatív mintán készített véleménykutatást a hét aktuális kérdéseiről.*
- *De: „A kutatás adatfelvétele 2011. november 10-15. között zajlott” ....(?)*

## • Piackutatások

- *Négyből három karácsonyfa alatt lesz csak ajándék - derül ki az Olcsobbat.hu és az Ipsos karácsonyi reprezentatív kutatásából, melyet az ár-összehasonlító oldal 2007 óta végez rendszeresen a magyar felnőttek körében.*  (<http://www.mediapiac.com>)

## • „Tudományos” cikkek – Brit tudósok

- *„Brit kutatók a 2006-os világbajnokság után azt mutatták ki, hogy a stadionokban, illetve otthon a képernyő előtt a normálisnál jóval több volt a szívprobléma. A kölni tudósok a négy évvel ezelőtti eseteket egy reprezentatív minta alapján újból megvizsgálták.”* ([index.hu/tudomany/brittudosok/?p=7](http://index.hu/tudomany/brittudosok/?p=7))

# Hol találkozhatunk mintavétellel

- **Tanulmányi évek alatt ?**
  - Szakirodalom
  - Beadandó dolgozatok
  - Stb.
  
- **Döntési szituációkban:**
  - Kiktől fogadjuk meg a tanácsot?
  - Mik az elfogadás szempontjai?

Marketing „tudománya”: A józan ész tudománya...


A társadalomtudományi kutatás alapja is a józan ész

DE vannak alapok, amelyek hiánya kárívó! ☹

# Közvélemény és piackutatási mintavétel a gyakorlatban I.

- **I. Szituáció: beadandó dolgozat**
  - **Valós?**
  - **Pl.: egyetemen belül hallgatók megkérdezése**
  - **Hogyan építenénk fel?**
    - Alapsokaság
    - Mintavételi keret
    - Mintatagok
  - **Minek a függvénye?**
    - **Függ: a témaválasztástól? Példa?**
    - **Függ a megfogalmazni kívánt állításoktól? Példa?**
    - **Függ a kérdés módszerétől? (mik lehetnek adott szituációban?)**
      - **Idő, pénz, erőforrás, stb...**

# Közvélemény és piackutatási mintavétel a gyakorlatban II.

- **II. Szituáció: Szakdolgozathoz kutatás tervezése**
  - Valós téma?
  - Kutatási terv 
  - Mintavétel elemei
    - Alapsokaság
    - Mintavételi keret
    - Mintatagok
  - Minek a függvénye?
    - Függ: a témaválasztástól? Példa?
    - Függ a megfogalmazni kívánt állításoktól? Példa?
    - Függ a kérdezés módszerétől? (mik lehetnek adott szituációban?)

# Közvélemény és piackutatási mintavétel a gyakorlatban III.

- **III. Szituáció: szakmai gyakorlat**
  - **Valós?**
  - **Pl.: marketinggel foglalkozó cég – üdítő ismertség**
  - **Hogyan építenénk fel egy kutatást?**
    - Alapsokaság
    - Mintavételi keret
    - Mintatagok
  - **Minek a függvénye a minta?**
    - **Függ:a témaválasztástól? Példa?**
    - **Függ a megfogalmazni kívánt állításoktól? Példa?**
    - **Függ a kérdezés módszerétől? (mik lehetnek adott szituációban?)**
      - **Idő, pénz, erőforrás, stb...**

# Közvélemény és piackutatási mintavétel a gyakorlatban IV.

- **IV. Szituáció: Telefonos piac- / közvélemény-kutatás**
- **Cél definiálása**
  - ~ Várt állítások megfogalmazása
- **Hogyan kezdenénk neki?**
  - Alapsokaság  $\Leftrightarrow$  Hívatalos?
  - Mintavételi keret  $\Leftrightarrow$  Hívatalos?
  - Mintatagok kiválasztása  $\Leftrightarrow$  Hívatalos?
  - Hiba  $\Leftrightarrow$  Hívatalos?
- **Hogyan szerveznénk meg a munkát? Call Center?**
- **Telefonkönyvek?**
- **Problémák...**
  - kvóta, válaszmegtagadás, időzóna hatás, stb.

# Közvélemény és piackutatási mintavétel a gyakorlatban IV.

- IV. Szituáció: Telefonos piac- / közvélemény-kutatás

Elvi minta ↔ Megvalósult minta

## ? Ugyanaz ?

- Mire jó *egy* ilyen minta?
  - Pontos előrejelzés? ❌
  - Pontos arányok? ❌
- Mire jó *több* ilyen minta?
  - Valóság megsejtésére ✅
  - Hosszú távú trendek megfigyelésére ✅



# Közvélemény és piackutatási mintavétel a gyakorlatban V.

- **V. Szituáció: Online kutatás**
  - Alapsokaság
  - Mintavételi keret
  - Mintatagok
  
- **Kikről fogalmazhatók meg állításokat?**
- **Hiba nagysága?**
  - **Statisztikai értelemben nehezen kezelhető problémakör**
  
- **Gyors és olcsó:**
  - **Tesztelés**

# Közvélemény és piackutatási mintavétel a gyakorlatban VI.

- **VI. Szituáció: személyes piac- / közvélemény-kutatás**
  - Alapsokaság  $\Leftrightarrow$  *Hivatalos?*
  - Mintavételi keret  $\Leftrightarrow$  *Hivatalos?*
  - Mintatagok kiválasztása
- **Hogyan szerveznénk meg a munkát országosan?**
- **Problémák:**
  - **Címnyilvántartó  $\Rightarrow$  rétegzetten (nem, kor)**
    - Idő, pénz, hibák
  - **Szisztematikus elutasítás  $\Rightarrow$  mintatorzulás**
    - Időzóna – kérdés ideje
    - Nehezen elérhető alanyok
    - Stb.

# Közvélemény és piackutatási mintavétel a gyakorlatban VI.

- VI. Szituáció: személyes piac- / közvélemény-kutatás

# Közvélemény és piackutatási mintavétel a gyakorlatban VI.

- VI. Szituáció: személyes piac- / közvélemény-kutatás

Elvi minta ↔ Megvalósult minta

**? Ugyanaz ?**

# Közvélemény és piackutatási mintavétel a gyakorlatban VI.

- VI. Szituáció: személyes piac- / közvélemény-kutatás

Elvi minta ↔ Megvalósult minta

**? Ugyanaz ?**

- Mire jó egy ilyen mintából származó adatbázis?

# Közvélemény és piackutatási mintavétel a gyakorlatban VI.

- VI. Szituáció: személyes piac- / közvélemény-kutatás

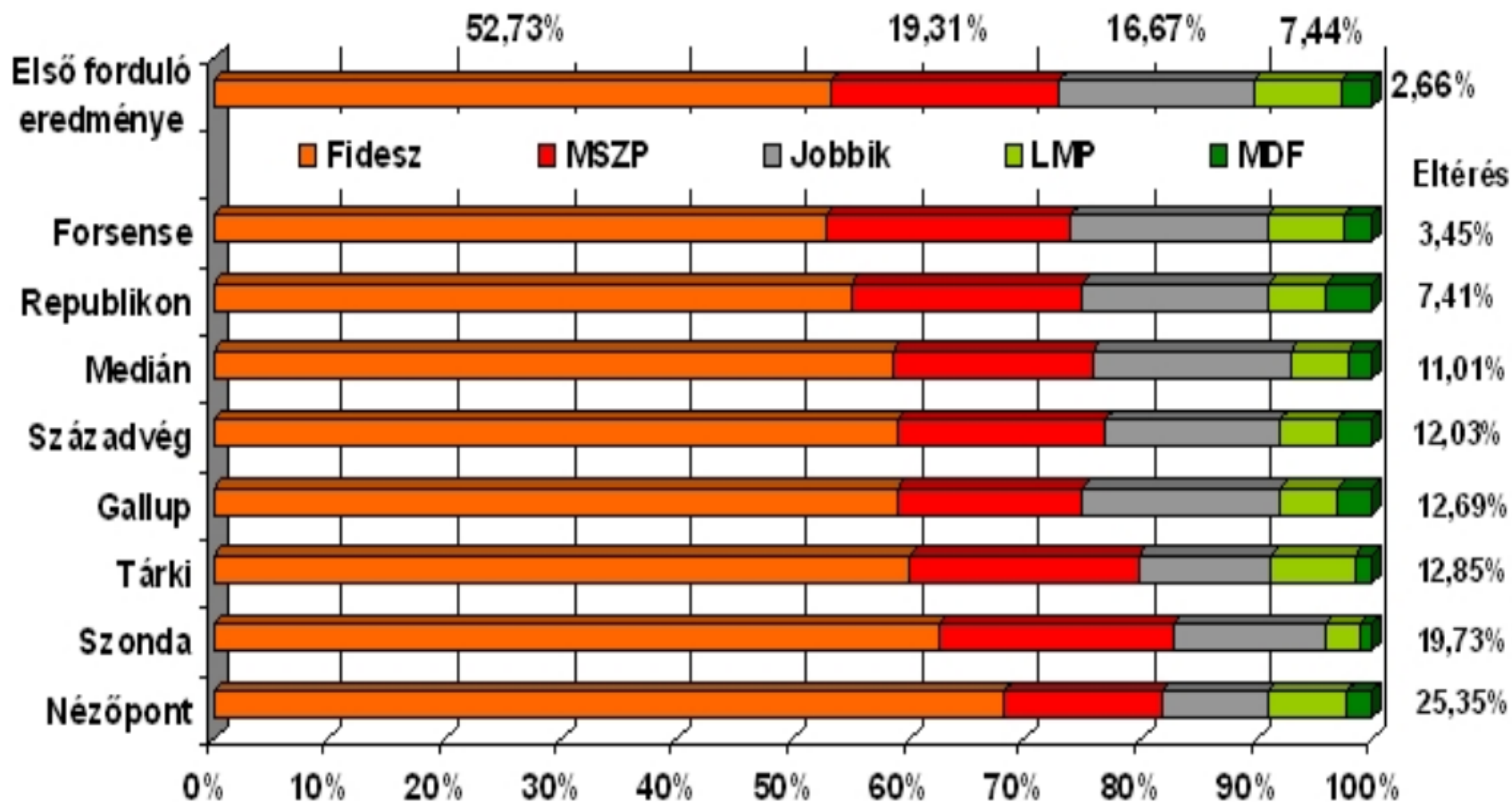
Elvi minta ↔ Megvalósult minta

## ? Ugyanaz ?

- Mire jó egy ilyen mintából származó adatbázis?

*Egy gyakorlott kutató számára sok mindenre, de valószínűleg nagyobbak a várakozások, mint amennyit valójában nyújtani képes!*

# EMLÉKEZTETŐ



Forrás: spss.hu

KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!

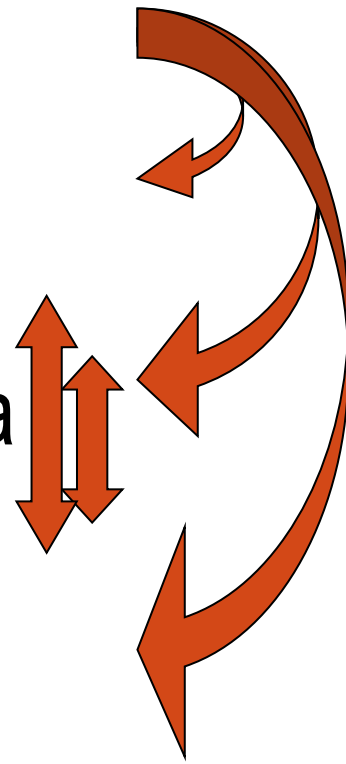
Tóth Gergely  
toth.gergo@gmail.com



# Kutatás tervezése

1. Kutatás céljának tisztázása
2. Konceptualizálás
3. Operacionalizálás
4. Kutatási módszer kiválasztása
5. Vizsgálati populáció
6. Mintaválasztás
7. Megfigyelés (adatgyűjtés)
8. Adatfeldolgozás (számítógép)
9. Elemzés

Visszahatás!



<http://www.mediapiac.com/marketing/piac/Negybol-csak-harom-karacsonyfa-alatt-lesz-ajandek/6931/>

„**Négyből három** karácsonyfa alatt lesz csak ajándék - derül ki az olcsobbat.hu és az Ipsos karácsonyi reprezentatív kutatásából, melyet az ár-összehasonlító oldal 2007 óta végez rendszeresen a magyar felnőttek körében.” ...

„**A megkérdezettek kétharmada** 30 ezer forint alatt költ majd ajándékokra, ez **2 százalékponttal** nagyobb arány, mint 2010-ben. Ez azt mutatja, hogy valamivel kevesebb pénzük van az embereknek idén karácsonyi ajándékot venni. 86 százalék néz spórolós ünnepek elé: 42 százalék kisebb értékű ajándékokat keres, harmaduk utánajár, hogy a kinézett ajándékot hol kapja meg a legolcsóbban, míg az emberek negyede akcióban szerzi be a meglepetéseket. Miközben az ajándékokon spórolunk, a hasunkon egyáltalán nem: 100-ból mindössze 7 megkérdezett tervez takarékos karácsonyi menüt.”