

ПРИЧИННО-НАСЛІДКОВЕ МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ: ЕКСПЕРИМЕНТ

ПРИЧИННО-НАСЛІДКОВИЙ, КАУЗАЛЬНИЙ, ПРИЧИННИЙ ЗВ'ЯЗОК.

ЯКЩО ВІДБУТТЯ ПОДІЇ X ЗБІЛЬШУЄ ЙМОВІРНІСТЬ ВІДБУТТЯ ПОДІЇ У, ТО МІЖ НИМИ ІСНУЄ ПРИЧИННО-НАСЛІДКОВИЙ (ПРИЧИННИЙ, КАУЗАЛЬНИЙ) ЗВ'ЯЗОК.

НЕОБХІДНІ УМОВИ ІСНУВАННЯ

ПРИЧИННО-НАСЛІДКОВИЙ ЗВ'ЯЗОК МОЖЕ ІСНУВАТИ, ЯКЩО:

- *ІСНУЄ СУПУТНЯ ВАРІАЦІЯ*
- *МАЄ МІСЦЕ ПЕВНИЙ ПОРЯДОК НАСТАННЯ ПОДІЙ У ЧАСІ*
- *ВІДСУТНІЙ ВПЛИВ ІНШИХ ПРИЧИННИХ ФАКТОРІВ*

***СУПУТНЯ ВАРІАЦІЯ** - УМОВА ІСНУВАННЯ ПРИЧИННО-НАСЛІДКОВОГО ЗВ'ЯЗКУ, ЩО ВИМАГАЄ, ЩОБ СТУПІНЬ СПІЛЬНОГО НАСТАННЯ АБО СПІЛЬНОЇ ВАРІАЦІЇ ПОДІЇ-ПРИЧИННИ X І ПОДІЇ-НАСЛІДКУ $У$ ПРОГНОЗУВАЛАСЯ ВИХІДНОЮ ГІПОТЕЗОЮ ПРО НАЯВНІСТЬ ПРИЧИННОГО ЗВ'ЯЗКУ*

ПРИЧИННО-НАСЛІДКОВЕ МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

ПОРЯДОК НАСТАННЯ ПОДІЙ У ЧАСІ - УМОВА, ЗГІДНО ЯКОЇ НАСТАННЯ ПОДІЇ-ПРИЧИНИ X ПОВИННО ВІДБУТИСЯ ДО АБО ОДНОЧАСНО З НАСТАННЯМ І ПОДІЇ-НАСЛІДКУ $У$, тобто настання події $У$ не може бути причиною події X , якщо вона відбулася після події $У$

Одна і та ж сама змінна може бути ОДНОЧАСНО І ПРИЧИНОЮ І НАСЛІДКОМ!

ВІДСУТНІСТЬ ІНШИХ ПРИЧИННИХ ФАКТОРІВ - УМОВА, ЗГІДНО ЯКОЇ ТІЛЬКИ ОДИН ФАКТОР МОЖЕ РОЗГЛЯДАТИСЯ В ЯКОСТІ ПРИЧИНИ

ОСНОВНІ ТЕРМІНИ

НЕЗАЛЕЖНІ ЗМІННІ - ЗМІННІ, ЯКИМИ МАНІПУЛЮЄ ДОСЛІДНИК, І РЕЗУЛЬТАТ ВІД ВПЛИВУ ЯКИХ ПІДЛЯГАЄ ВИМІРЮВАННЮ І СПІВСТАВЛЕННЮ

ОДИНИЦІ СПОСТЕРЕЖЕННЯ - ЛЮДИ, ОРГАНІЗАЦІЇ АБО ІНШІ ОБ'ЄКТИ, РЕАКЦІЯ ЯКИХ НА НЕЗАЛЕЖНІ ФАКТОРИ ПІДЛЯГАЄ ДОСЛІДЖЕННЮ

ЗАЛЕЖНІ ЗМІННІ - ФАКТОРИ АБО ПОКАЗНИКИ, ЗА ДОПОМОГОЮ ЯКИХ ВИМІРЮЄТЬСЯ ВПЛИВ БАЗИСНИХ ФАКТОРІВ НА ОДИНИЦЮ СПОСТЕРЕЖЕННЯ

ПОБІЧНІ ЗМІННІ - ВСІ ІНШІ ФАКТОРИ, КРІМ НЕЗАЛЕЖНИХ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА РЕАКЦІЮ ОДИНИЦІ СПОСТЕРЕЖЕННЯ

ЕКСПЕРИМЕНТ - КЕРОВАНИЙ ПРОЦЕС ЗМІНИ ОДНІЄЇ АБО КІЛЬКОХ НЕЗАЛЕЖНИХ ЗМІННИХ ДЛЯ ВИМІРЮВАННЯ ЇХ ВПЛИВУ НА ОДНУ АБО КІЛЬКА ЗАЛЕЖНИХ ЗМІННИХ ПРИ УМОВІ ВИКЛЮЧЕННЯ ВПЛИВУ ПОБІЧНИХ ФАКТОРІВ

ПЛАН ЕКСПЕРИМЕНТУ - КОМПЛЕКС ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНИХ ПРОЦЕДУР ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ:

ОБ'ЄКТІВ СПОСТЕРЕЖЕННЯ ТА РОЗДІЛЕННЯ ЇХ НА ОДНОРІДНІ ПІДГРУПИ;

НЕЗАЛЕЖНИХ ЗМІННИХ;

ЗАЛЕЖНИХ ЗМІННИХ;

МЕТОДІВ ВИКЛЮЧЕННЯ ВПЛИВУ ПОБІЧНИХ ФАКТОРІВ;

СПЕЦІАЛЬНІ ПОЗНАЧЕННЯ

- X** - **ВПЛИВ НА ГРУПУ ОДИНИЦЬ СПОСТЕРЕЖЕННЯ ПЕВНИХ НЕЗАЛЕЖНИХ ЗМІННИХ, РЕЗУЛЬТАТ ЯКОГО СЛІД ВСТАНОВИТИ**
- O** - **ПРОЦЕС СПОСТЕРЕЖЕННЯ АБО ВИМІРЮВАННЯ ЗАЛЕЖНОЇ ЗМІННОЇ ДЛЯ ОДИНИЦЬ СПОСТЕРЕЖЕННЯ АБО ЇХ ГРУП**
- R** - **ВИПАДКОВИЙ РОЗПОДІЛ ОДИНИЦЬ СПОСТЕРЕЖЕННЯ АБО ЇХ ГРУП ПО ОКРЕМИХ ВИБІРКАХ**

ПРАВИЛА

- РОЗТАШУВАННЯ ЗЛІВА НАПРАВО ОЗНАЧАЄ РУХ У ЧАСІ**
- ГОРИЗОНТАЛЬНЕ РОЗТАШУВАННЯ СИМВОЛІВ ОЗНАЧАЄ ЇХ НАЛЕЖНІСТЬ ДО ОДНІЄЇ ВИБІРКИ**
- ВЕРТИКАЛЬНЕ РОЗТАШУВАННЯ СИМВОЛІВ ОЗНАЧАЄ, ЩО ВОНИ ВІДНОСЯТЬСЯ ДО ПОДІЙ АБО ПРОЦЕСІВ, ЩО ВІДБУВАЮТЬСЯ ОДНОЧАСНО**

ДОСТОВІРНІСТЬ ЕКСПЕРИМЕНТУ

ВНУТРІШНЯ ДОСТОВІРНІСТЬ - МІРА ТОЧНОСТІ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕКСПЕРИМЕНТУ, ЩО ВИЗНАЧАЄ ЧИ ДІЙСНО ЗМІНА НЕЗАЛЕЖНИХ ЗМІННИХ ВИКЛИКАЛА ЗМІНУ ЗАЛЕЖНИХ ЗМІННИХ

ЗОВНІШНЯ ДОСТОВІРНІСТЬ - ВИЗНАЧЕННЯ МОЖЛИВОСТІ УЗАГАЛЬНЕННЯ ПРИЧИННО-НАСЛІДКОВОЇ ЗАЛЕЖНОСТІ, ЩО ВИЯВЛЕНА У ПРОЦЕСІ ЕКСПЕРИМЕНТУ, тобто, чи можна висновки, що зроблені на основі експерименту, розповсюдити на більш широке коло елементів, і якщо так, то на які саме групи населення, часові періоди, сукупності, незалежні та залежні змінні.

ПОБІЧНІ ЗМІННІ (ФАКТОРИ)

ІСТОРИЧНІ ФАКТОРИ - специфічні події, зовнішні по відношенню до експерименту, однак відбуваються одночасно з ним

ФАКТОРИ ЗРІЛОСТІ - побічні фактори, що пов'язані зі змінами, які відбуваються в самих одиницях спостереження протягом часу, який триває експеримент

ЕФЕКТИ ТЕСТУВАННЯ - вплив самого процесу тестування на результат.

ОСНОВНИЙ ЕФЕКТ ТЕСТУВАННЯ - вплив попереднього спостереження на результати наступного спостереження.

ІТЕРАКТИВНИЙ ЕФЕКТ ТЕСТУВАННЯ - вплив попереднього спостереження на результати наступного спостереження.

ПОБІЧНІ ЗМІННІ (ФАКТОРИ)

ІНСТРУМЕНТАРІЙ - побічний фактор, що викликає зміни в способах оцінки і в діях самих дослідників.

СТАТИСТИЧНА РЕГРЕСІЯ - побічний фактор, що никає у випадку, коли одиниці спостереження з крайніми значеннями показників наближаються до середніх значень в процесі експерименту.

ВІДХИЛЕННЯ ВИБІРКИ (похибка вибірки) - побічний фактор, що виникає у випадку невірному визначення складу групи одиниць спостереження для оцінки дії незалежної змінної.

ВИБУТТЯ - побічний фактор, що пов'язаний з вибуванням частини одиниць спостереження під час експерименту.

КОНТРОЛЬ ПОБІЧНИХ ФАКТОРІВ

СПОТВОРЮЮЧІ ФАКТОРИ - синонім побічних факторів. Якщо їх не контролювати, то вони, впливаючи на незалежні змінні, можуть суттєво викривити результати експерименту.

ВИПАДКОВИЙ ВІДБІР - метод контролю побічних факторів, що включає випадковий відбір одиниць спостереження в групі для проведення експерименту на основі використання випадкових чисел. Варіанти незалежних змінних або умови для окремих груп визначаються також випадковим чином.

Випадковий відбір – пріоритетний метод забезпечення рівнозначності експериментальних груп. Метод неефективний, якщо розмір групи невеликий.

ГРУПУВАННЯ - метод контролю, що передбачає групування одиниць спостереження на основі вибору базових критеріїв до початку розподілу між ними варіантів базисних умов.

Недоліки:

- групування одиниць спостереження може бути виконана за обмеженою кількістю критеріїв;
- якщо критерії групування не впливають на незалежні змінні, то використання методу не має сенсу

КОНТРОЛЬ ПОБІЧНИХ ФАКТОРІВ

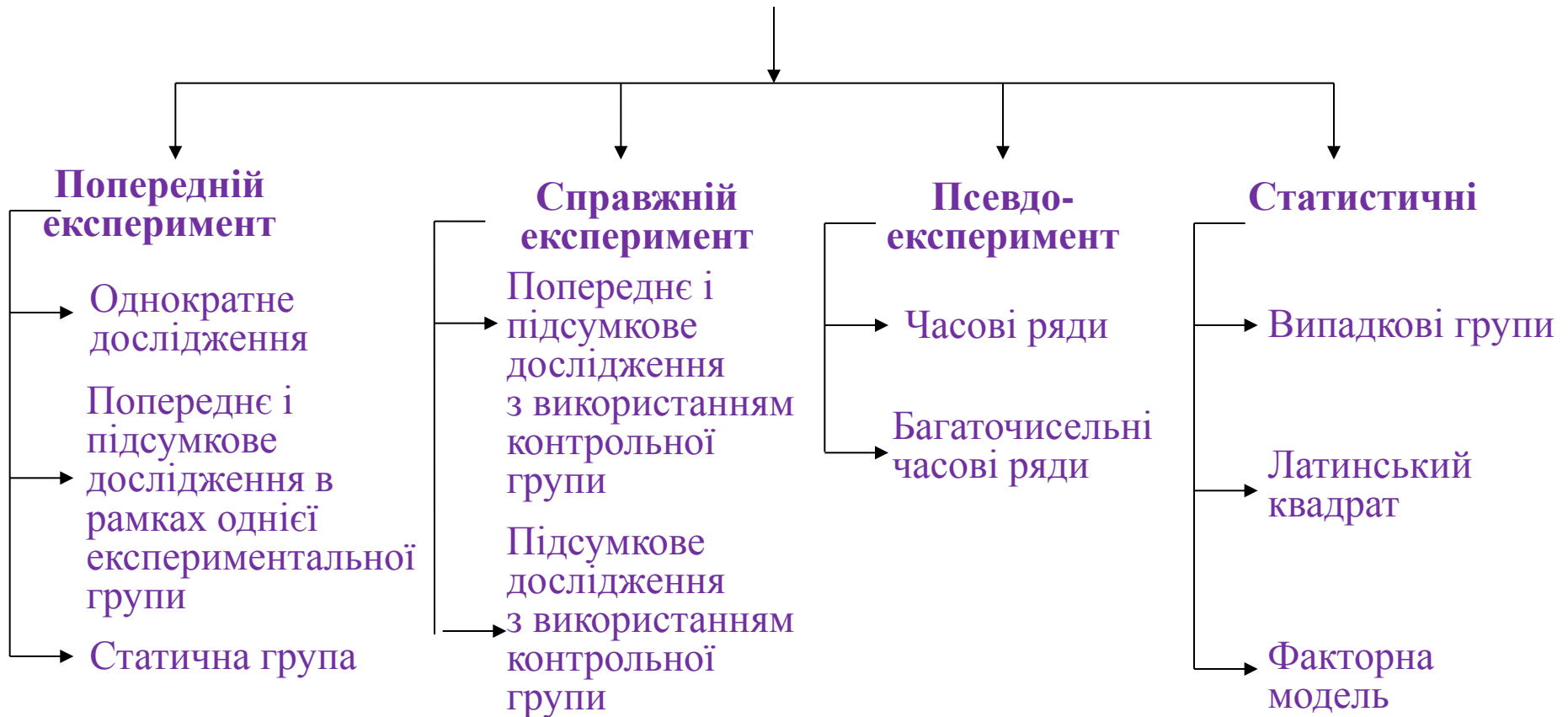
СТАТИСТИЧНИЙ КОНТРОЛЬ - метод контролю побічних факторів, що передбачає вимірювання їх впливу з наступним корегуванням результатів статистичними методами.

Може застосовуватись, наприклад, метод коваріації.

КОНТРОЛЬ МЕТОДИКИ - метод контролю, що передбачає використання спеціальних методик експерименту.

КЛАСИФІКАЦІЯ МОДЕЛЕЙ ЕКСПЕРИМЕНТУ

МОДЕЛІ ЕСПЕРИМЕНТУ



МОДЕЛІ ПОПЕРЕДНЬОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ

МОДЕЛІ ПОПЕРЕДНЬОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ - МОДЕЛІ, ЩО НЕ ПЕРЕДБАЧАЮТЬ ЗАСТОСУВАННЯ КОНТРОЛЮ ПОБІЧНИХ ФАКТОРІВ МЕТОДАМИ ВИПАДКОВОГО ВИБОРУ

ОДНОКРАТНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ - модель попереднього експерименту, при якій базисний фактор (умова) X представляється єдиній групі одиниць спостереження, а потім здійснюється однократне вимірювання факторів характеристик.

ПОЗНАЧЕННЯ: $X \quad O_1$

ПОПЕРЕДНЄ І ПІДСУМКОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ В РАМКАХ ОДНІЄЇ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЇ ГРУПИ - модель попереднього експерименту, при якій одиниці спостереження експериментальної групи вимірюються двічі

ПОЗНАЧЕННЯ: $O_1 \quad X \quad O_2$

Ефект впливу незалежного фактору X визначається як різниця $(O_2 - O_1)$

Недоліки: побічні фактори мають суттєвий вплив на результати вимірювання, оскільки вони не контролюються

МОДЕЛЬ СТАТИЧНОЇ ГРУПИ - модель проведення попереднього експерименту, що передбачає використання двох груп – основної експериментальної групи (EG), за допомогою якої оцінюється вплив незалежної змінної, і контрольної експериментальної групи (CG).

ПОЗНАЧЕННЯ: $EG: \quad X \quad O_1$
 $CG: \quad O_2$

Ефект впливу незалежного фактору X визначається як різниця $(O_1 - O_2)$

МОДЕЛІ СПРАВЖНЬОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ

МОДЕЛІ СПРАВЖНЬОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ - МОДЕЛІ, ЩО ПЕРЕДБАЧАЮТЬ ФОРМУВАННЯ ДОСЛІДНИКОМ ГРУП ОДИНИЦЬ СПОСТЕРЕЖЕННЯ І ВИЗНАЧЕННЯ ВАРІАНТУ НЕЗАЛЕЖНИХ ЗМІННИХ ДЛЯ КОЖНОЇ ГРУПИ НА ВИПАДКОВІЙ ОСНОВІ

ПОПЕРЕДНЄ І ПІДСУМКОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ З ВИКОРИСТАННЯМ

КОНТРОЛЬНОЇ ГРУПИ - модель експерименту, при якій експериментальна група піддається впливу незалежної змінної, а контрольна група – не піддається. Попереднє і підсумкове вимірювання здійснюється в обох групах.

ПОЗНАЧЕННЯ: EG: O_1 X O_2

CG: O_3 O_4

Ефект впливу незалежного фактору (тест-ефект) TE визначається:

$$TE = (O_2 - O_1) - (O_4 - O_3)$$

ПІДСУМКОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ З ВИКОРИСТАННЯМ КОНТРОЛЬНОЇ ГРУПИ -

модель експерименту, при якій експериментальна група піддається впливу незалежної змінної, а контрольна група – не піддається. Попереднє вимірювання не здійснюється.

ПОЗНАЧЕННЯ: EG: R X O_1

CG: R O_2

$$TE = (O_1 - O_2)$$

МОДЕЛІ ПСЕВДОЕКСПЕРИМЕНТУ

МОДЕЛІ ПСЕВДОЕКСПЕРИМЕНТУ - МОДЕЛІ, ЩО ПЕРЕДБАЧАЮТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЧАСТИНИ ПРОЦЕДУР І ПРИЙОМІВ СПРАВЖНЬОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ, АЛЕ НЕ ЗАБЕЗПЕЧУЮТЬ ПОВНОГО КОНТРОЛЮ ЗА ХОДОМ ЕКСПЕРИМЕНТУ

ЧАСОВІ РЯДИ – псевдоекспериментальна модель, що включає періодичне проведення вимірювань залежних змінних для групи одиниць спостереження. Після того, як група піддалася впливу незалежної змінної, знову здійснюється серія вимірювань

ПОЗНАЧЕННЯ: $O_1 O_2 O_3 O_4 O_5 X O_6 O_7 O_8 O_9 O_{10}$

БАГАТОЧИСЕЛЬНІ ЧАСОВІ РЯДИ – модель часових рядів, при якій крім експериментальної групи використовується контрольна група

ПОЗНАЧЕННЯ: EG: $O_1 O_2 O_3 O_4 O_5 X O_6 O_7 O_8 O_9 O_{10}$

CG: $O_{11} O_{12} O_{13} O_{14} O_{15} O_{16} O_{17} O_{18} O_{19} O_{20}$

СТАТИСТИЧНІ МОДЕЛІ

СТАТИСТИЧНІ МОДЕЛІ - МОДЕЛІ, ЩО ПЕРЕДБАЧАЮТЬ МОЖЛИВІСТЬ
СТАТИСТИЧНОГО КОНТРОЛЮ І АНАЛІЗУ ЗОВНІШНІХ ФАКТОРІВ

МОДЕЛЬ ВИПАДКОВИХ ГРУП - статистична модель, при якій одиниці спостереження об'єднуються в певні категорії в залежності від якого-небудь побічного фактору для рівномірного включення представників кожної такої групи в експериментальну і контрольну групу.

МОДЕЛЬ ЛАТИНСЬКОГО КВАДРАТУ - статистична модель, що дозволяє контролювати два незв'язаних побічних фактори.

Наприклад, випадковим чином відібрані відвідувачі супермаркету розподіляються на три

СТАТИСТИЧНІ МОДЕЛІ

ЛАТИНСЬКИЙ КВАДРАТ

	<i>Зацікавленість в інформації</i>		
<i>Частота покупок в супермаркеті</i>	<i>Висока</i>	<i>Середня</i>	<i>Низька</i>
Постійно	В	А	С
Періодично	С	В	А
Інколи або ніколи	А	С	В

ФАКТОРНА МОДЕЛЬ - статистична модель, що застосовується для вимірювання різних значень двох або більше незалежних змінних, між якими допускається взаємодія.

	<i>Наявність гумору в рекламі</i>		
<i>Кількість інформації про супермаркет</i>	<i>Серйозний стиль</i>	<i>Легкий гумор</i>	<i>Жартівливий стиль</i>
Незначна	Х		
Середня		Х	
Значна			Х

ЕКСПЕРИМЕНТИ В РИНКОВИХ І ЛАБОРАТОРНИХ УМОВАХ

РИНКОВІ УМОВИ (польові умови) - ПРОВЕДЕННЯ ЕКСПЕРИМЕНТУ В РЕАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

ЛАБОРАТОРНІ УМОВИ - ПРОВЕДЕННЯ ЕКСПЕРИМЕНТУ В ШТУЧНО СТВОРЕНИХ УМОВАХ

Фактор	Лабораторний експеримент	Ринковий експеримент
Середовище	штучне	природне
Ступінь контролю	висока	низька
Похибка реакції	висока	низька
Неправдиві результати	висока	низька
Внутрішня достовірність	висока	низька
Зовнішня достовірність	низька	висока
Час проведення	нетривалий	тривалий
Кількість одиниць спостереження	невелика	велика
Простота проведення	просто	складно
Витрати	низькі	високі
	Обмежуючі фактори	

НЕПРАВДИВІ РЕЗУЛЬТАТИ - відповіді, що дані в результаті того, що респонденти намагаються спрогнозувати мету проведення експерименту і реагувати відповідно до своїх передбачень

ПРОБНИЙ МАРКЕТИНГ

ПРОБНИЙ МАРКЕТИНГ - ВИД КОНТРОЛЬОВАНОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ, ЩО ПРОВОДИТЬСЯ НА ОБМЕЖЕНОМУ, ДОБРЕ ПІДІБРАНОМУ ПРОБНОМУ РИНКУ. Представляє собою відтворення в рамках пробного ринку маркетингової програми, що планується для застосування у національному масштабі

СТАНДАРТНИЙ ПРОБНИЙ РИНОК - пробний ринок, на якому товар реалізується звичайними каналами розподілу, тобто не прикладається будь-яких спеціальних додаткових зусиль для збуту товару тільки тому, що він проходить ринкове тестування.

КОНТРОЛЬОВАНИЙ ПРОБНИЙ РИНОК - програма пробного маркетингу, що проводиться сторонньою спеціалізованою фірмою у вигляді експерименту в ринкових умовах. Фірма гарантує реалізацію продукту, що тестується, через роздрібні торгові точки, які представляють певну частину всієї торгової мережі.

ПРОБНИЙ РИНОК, ЩО МОДЕЛЮЄТЬСЯ (лабораторний тест) - штучно створений пробний ринок, для якого попередньо відбираються покупці, потім проводиться опитування щодо їх відношення до товару, а потім здійснюється спостереження за покупками

ПИТАННЯ, ЩО ПОТРЕБУЮТЬ ВИРІШЕННЯ:

критерії для вибору пробного ринку

кількість товару

тривалість експерименту

КРИТЕРІЇ ВИБОРУ ПРОБНОГО РИНКУ

Ринок повинен бути достатньо великим для отримання обґрунтованих висновків. Повинен включати не менше 2% потенційних споживачів

Бути репрезентативним за демографічними характеристиками

Бути репрезентативним з точки зору моделей поведінки споживачів

Бути репрезентативним з точки зору використання засобів масової інформації

Бути репрезентативним з точки зору конкуренції

Бути відносно ізольованим з точки зору засобів масової інформації і каналів розподілу

Мати типову передісторію споживання товарів того ж класу, що і товар, який тестується

Надавати необхідний спектр маркетингових послуг

Не бути перевантаженим аналогічними експериментами

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ПРОБНОГО РИНКУ

