

Β. ΓΚΙΟΥΡΛΑΣ ΕΚΔΟΤΙΚΗ

ΕΡΕΥΝΑ MARKETING

Δρ Δημήτριος Πασχαλούδης
Δρ Κώστας Ζαφειρόπουλος

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόλογος	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Προσδιορισμός Βασικών Εννοιών	3
1. Πεδίο έρευνας marketing	3
2. Η διαδικασία της έρευνας marketing	4
2. 1. Ορισμός του προβλήματος και των αντικειμενικών στόχων	4
2. 2. Σχεδιασμός έρευνας	4
2.3. Συγκέντρωση πληροφοριών	7
2.4. Ανάλυση και ερμηνεία των πληροφοριών	7
2.5. Παρουσίαση των συμπερασμάτων	7
3. Πληροφοριακά συστήματα marketing (Συστήματα υποστήριξης αποφάσεων)	9
Επισκόπηση, ερωτήσεις στο 1ο Κεφάλαιο	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Εργαλεία Έρευνας Marketing	13
1. Ερωτηματολόγια	13
1.1. Είδη ερωτηματολογίων	14
1.2. Σχεδιασμός δομημένου ερωτηματολογίου	14
1.3. Καθορισμός του περιεχομένου των ερωτήσεων	16
1.4. Είδη ερωτήσεων – κλίμακες	21
α) Ανοιχτές ερωτήσεις	22
β) Κλειστές ερωτήσεις	22

1.5. Μορφές επαφής	27
α) Τηλεφωνικές έρευνες.....	27
β) Ταχυδρομικές έρευνες.....	30
γ) Έρευνες με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο	32
δ) Ομάδες εστίασης (focus groups)	32
ε) Πιλοτικές έρευνες.....	33
στ) Προσωπικές συνεντεύξεις	33
1.6. Έλεγχο στο σχεδιασμό μιας έρευνας.....	34
α) Σφάλματα στο σχεδιασμό μιας έρευνας.....	34
β) Ελαχιστοποίηση των σφαλμάτων μέτρησης. Έλεγχοι αξιοπιστίας και εγκυρότητας ερωτηματολογίων.....	35
2. Δειγματοληψία	38
2.1. Βασικές έννοιες δειγματοληψίας.....	38
2.2. Δειγματοληψία με πιθανότητες	39
α) Απλή τυχαία δειγματοληψία (simple random sampling)	39
β) Εκτίμηση σφαλμάτων στην απλή τυχαία δειγματοληψία.....	40
γ) Συστηματική δειγματοληψία (systematic sampling)	42
δ) Στρωματοποιημένη δειγματοληψία (stratified sampling)	43
ε) Κατά συστάδες δειγματοληψία (cluster sampling)	44
στ) Πολυεπίπεδη δειγματοληψία (multistage sampling)	44
2.3. Δειγματοληψία χωρίς πιθανότητα (nonprobability sampling)	45
α) Δειγματοληψία ευκολίας ή ευχέρειας (convenience sampling)	45
β) Δειγματοληψία χιονοστιβάδας (snowball sampling)	45
γ) Δειγματοληψία ποσοστώσεων (quota sampling)	46
3. Κανόνες δεοντολογίας	46
Επισκόπηση, ερωτήσεις στο 2ο Κεφάλαιο	48

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Κωδικοποίηση και Επεξεργασία των Δεδομένων	51
1. Μεταβλητές	51
2. Κωδικοποίηση δεδομένων	54
3. Εισαγωγή των δεδομένων της έρευνας στον ηλεκτρονικό υπολογιστή	56
4. Η επεξεργασία των δεδομένων	60
Υπολογισμός συχνοτήτων και σχετικών συχνοτήτων	60
5. Πίνακες διπλής εισόδου ή συνάφειας (contingency tables)	65
Επισκόπηση, ερωτήσεις στο 3ο Κεφάλαιο	71
Βιβλιογραφία	73
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	75
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΣ	75
ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	89