

# ФОРМИРОВАНИЕ ВЫБОРКИ

Источник: <http://www.productguide.ru/products-7539-4.html>



# БОРКА ПО УДОБСТВУ

Единицу выборки определяет преимущественно интервьюер, часто респонденты попадают в выборку потому, что оказываются в нужном месте в нужное время. Примером выборки по удобству являются: опросы в магазинах и торговых центрах, собеседования с людьми на улицах и т.п.

Например, в торговом центре путем первоначального задания вопросов (имеется в виду фильтрующие вопросы) выявляется, что из себя представляют опрашиваемые и только некоторые из них подлежат полному опросу.

Данный метод применяется скорее для поиска респондентов с заданными характеристиками.

# БОРКА НА ОСНОВЕ СУЖДЕНИЯ

Формирование данной выборки основано на использовании мнения квалифицированных специалистов экспертов относительно состава выборки. На основе такого подхода часто формируется состав фокус-групп.

# БОРКА МЕТОДОМ КВОТ

- ▶ Борка методом квот предполагает предварительное, исходя из целей исследования, определение численности групп респондентов, отвечающих определенным требованиям (признакам). Определяются категории, такие как пол, возраст, образование, исследователь оценивает распределение этих характеристик в генеральной совокупности.
- ▶ Квоты используются для того, чтобы выборки и состав совокупности были одинаковыми в отношении характеристик, представляющих интерес.
- ▶ Например, издательство одного из журналов проводит исследование читательской аудитории с использованием выборки методом квот. Допустим из 100000 жителей города «N» было выбрано 1000 взрослых людей. Для определения состава выборки использовались: пол, возраст, образование. Исходя из этого, определены следующие квоты.

# ВЫБОРКА МЕТОДОМ «СНЕЖНОГО КОМА»

- ▶ Выборка методом «снежного кома» - при данной выборке выбирается первоначальная группа респондентов, обычно случайным способом, и после проведенного опроса этих респондентов просят указать, лиц, которые могут принадлежать к генеральной совокупности и представляющей интерес для исследователя. Этот процесс продолжается, что ведет к эффекту снежного кома, так как одна ссылка исходит из другой. В результате формируется структура выборки, из которой отбираются респонденты. Эта выборка используется в случаях, когда изучаются редкие характеристики для данной популяции или трудно выявляемые.
- ▶ Например, в промышленных исследованиях выборка методом «снежного кома» применяется для выявления пар покупатель-продавец.

# ВЕРоятностные выборки:

- ▶ Простая случайная выборка – это вероятностный метод построения выборки, в котором у каждой единицы совокупности имеется одинаковая вероятность попадания в выборку.
- ▶ Главный принцип простой случайной выборки, – это принцип рандомизации, случайности. Для случайной выборки обязательны два условия.
- ▶ Первое - выборка должна быть построена таким образом, чтобы любой элемент (человек или объект) в пределах совокупности имел равные возможности быть отобранным для анализа.
- ▶ Во-вторых, выборка должна быть сформирована так, чтобы любое сочетание из  $n$  объектов (где  $n$  – просто количество объектов, или случаев, в выборке) имело равные возможности стать действительной выборкой.

# СИСТЕМАТИЧЕСКАЯ ВЫБОРКА

- Порядок систематической выборки заключается в том, что путем выбора случайным образом начальной точки и затем последовательного отбора каждого  $i$ -го элемента схемы выборки.
- Частота отбора элементов,  $i$ , называется интервалом выборки. Он вычисляется путем деления размера совокупности  $N$  на размер выборки  $n$  и округления полученного значения до ближайшего целого.
- Например, генеральная совокупность состоит из 100000 элементов, необходимо чтобы выборка состояла из 1000 элементов, тогда интервал выборки,  $i$ , равен 100. Выбирается случайное число между 1 и 100. Если, например, оно равно 25, то выборка будет состоять из элементов 25, 125, 225, 325 и т.д.
- Систематическая выборка часто применяется в различных опросах и собеседованиях в торговых центрах. Например, опросу подлежит каждый  $i$ -ый человек, выходящий из супермаркета или торгового центра.



# СТРАТА

Стратифицированная выборка представляет собой процесс выборки, состоящий из двух этапов.

- ✓ Во-первых, совокупность делится на подгруппы, называемые стратами. Каждый элемент совокупности должен быть отнесен только к одной страте, и ни один из элементов совокупности не должен быть пропущен.
- ✓ Во-вторых, элементы из каждой страты должны быть отобраны случайным образом.

Для стратификации обычно используются следующие переменные: демографические, тип потребителя (допустим, вид оплаты кредитной карточкой), размер компании, отрасль и т.д.

# СТЕР

- ▶ Кластерная выборка основана на делении совокупности на подгруппы, одна из которых представляет совокупность в целом. Базовая концепция данного метода похожа на базовую концепцию метода систематического отбора, однако реализация этой концепции осуществляется по-другому.
- ▶ Предположим, исследуется мнение населения какого-то региона относительно марки какого-то товара. Регион разбивается на четко определяемые части (кластеры), например области. Исследователь считает, что выделенные кластеры являются идентичными и мнение населения этих областей характерно для региона в целом. Далее одна из областей (кластер) выбирается случайным образом, определяется совокупность для этой области, где проводится исследование, а выводы обобщаются на совокупность всего региона. Это одноступенчатый подход кластерной выборки.

# АСТЕР

- ▶ Формирование выборки можно осуществить и на основе двухступенчатого подхода. Тогда после первоначального случайного формирования выборки кластеров (в данном примере случайным образом выбирается несколько областей) используется один из вероятностных методов для проведения исследований среди единиц выборки. Очевидно, что репрезентативность результатов, полученных на основе исследований для группы кластеров, будет более высокой, чем для одного кластера.