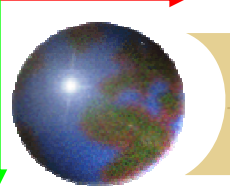


NGHIÊN CỨU MARKETING

Lý thuyết và ứng dụng

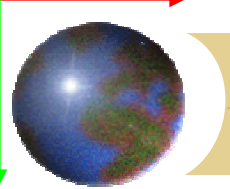
Chương 3:

CÁC PHƯƠNG PHÁP THU THẬP DỮ LIỆU



NỘI DUNG CHÍNH

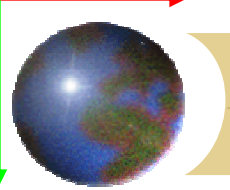
- ✚ Các yêu cầu khi xác định dữ liệu
- ✚ Các cách phân loại dữ liệu
- ✚ Thế nào là dữ liệu thứ cấp và dữ liệu sơ cấp
- ✚ Các loại dữ liệu thứ cấp và tiêu chuẩn đánh giá các dữ liệu thứ cấp
- ✚ Các phương pháp định tính thu thập dữ liệu sơ cấp
- ✚ Các phương pháp định lượng thu thập dữ liệu sơ cấp



XÁC ĐỊNH DỮ LIỆU

✿ Các yêu cầu khi xác định dữ liệu

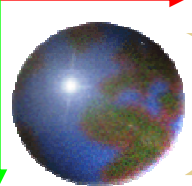
- ✿ Những thông tin chứa đựng trong dữ liệu phải phù hợp và đủ làm rõ mục tiêu nghiên cứu.
- ✿ Dữ liệu phải xác thực trên hai phương diện:
 - *Giá trị: dữ liệu phải lượng định được những vấn đề mà cuộc nghiên cứu cần lượng định.*
 - *Độ tin cậy: nghĩa là nếu lập lại cùng một phương pháp phải sinh ra cùng một kết quả.*
- ✿ Dữ liệu thu thập phải đảm bảo nhanh và chi phí thu thập có thể chấp nhận được.



PHÂN LOẠI DỮ LIỆU THEO ĐẶC TÍNH

✿ Sự kiện

- ✿ Bao gồm những sự lượng định hoặc đo lường về những gì thực sự đã hoặc đang tồn tại.
- ✿ Sự kiện có thể hữu hình hoặc vô hình. Sự kiện hữu hình là những sự kiện có thể lượng định được.
 - Công ty VMEP bán 20000 xe tay ga trong năm 2004
 - Ý thích của khách hàng về các loại xe tay ga



PHÂN LOẠI DỮ LIỆU THEO ĐẶC TÍNH

✿ Sự kiện

❏ Sự kiện dân số học

- *Ví dụ: thu nhập hàng năm của hộ gia đình, số thành viên gia đình, tuổi tác, giới tính của họ...*

❏ Sự kiện xã hội học

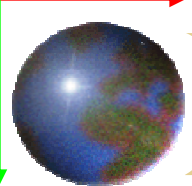
- *bao gồm các dữ liệu về tầng lớp xã hội của khách hàng (thượng lưu, trung lưu, hay tầng lớp bình dân...), tôn giáo,...*

❏ Sự kiện tâm lý

- *thể hiện nhận thức, động cơ hay lối sống của một cá nhân cá nhân hay của một nhóm người.*

❏ Sự kiện thái độ

- *phản ánh cách cư xử của con người trong việc lựa chọn mua hàng, nó mô tả hành vi và trạng thái ứng xử trước một sự lựa chọn về sản phẩm hay dịch vụ.*



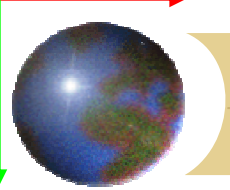
PHÂN LOẠI DỮ LIỆU THEO ĐẶC TÍNH

✚ Kiến thức

- ✚ loại dữ liệu phản ánh sự hiểu biết của người tiêu dùng và ý thức của họ về nhãn hiệu hàng hóa, thị trường, người bán.
 - Ví dụ, khi quyết định mua một gói bột giặt trong số các nhãn hiệu Omo, Tide...

✚ Dư luận

- ✚ Dư luận phản ánh sự cảm nhận của quần chúng về điều gì đó
 - Ví dụ: sự cảm nhận chung về một loại nhãn hiệu hay các tác dụng tốt hoặc tác dụng không mong muốn của sản phẩm, biểu tượng của sản phẩm và doanh nghiệp



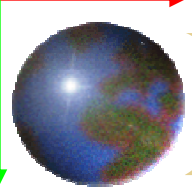
PHÂN LOẠI DỮ LIỆU THEO ĐẶC TÍNH

✚ Ý định

- ✚ Ý định là suy nghĩ sắp sẵn trong đầu về hành động sẽ thực hiện trong tương lai, là thái độ xử sự sắp tới của đối tượng.

✚ Động cơ

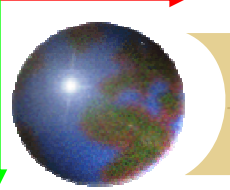
- ✚ Động cơ là lực nội sinh khiến con người cư xử theo một cách nào đó.
- ✚ Khó biết được động cơ



PHÂN LOẠI DỮ LIỆU THEO CHỨC NĂNG

- ❖ Dữ liệu phản ánh tác nhân
 - ❑ nguyên nhân dẫn đến một hành vi tiêu dùng.
- ❖ Dữ liệu phản ánh kết quả
- ❖ Dữ liệu mô tả tình huống
- ❖ Dữ liệu làm rõ nguồn thông tin

cuu duong than cong. com



PHÂN THEO NGUỒN THU THẬP

✚ Nơi sinh sống của đối tượng

- ▣ Nhà ở

✚ Nơi đối tượng làm việc

- ▣ Công sở

cuuduongthancong.com

✚ Trên đường phố hay lúc di chuyển

cuuduongthancong.com



PHÂN LOẠI DL THEO ĐỊA ĐIỂM THU THẬP

✚ Dữ liệu thứ cấp

- ▣ Dữ liệu thứ cấp là loại dữ liệu được sưu tập sẵn, đã công bố nên dễ thu thập, ít tốn thời gian, tiền bạc trong quá trình thu thập.

✚ Dữ liệu sơ cấp

- ▣ Các dữ liệu sơ cấp được thu thập trực tiếp từ đối tượng nghiên cứu, có thể là người tiêu dùng, nhóm người tiêu dùng...

✚ Dữ liệu từ các cuộc thử nghiệm

✚ Dữ liệu từ các mô hình giả định



DỮ LIỆU THỨ CẤP

CÁC LOẠI

Dữ liệu thứ cấp
bên trong

Dữ liệu thứ cấp
bên ngoài



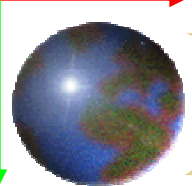
TIÊU CHUẨN ĐÁNH GIÁ

Tính cụ thể

Tính chính xác

Tính thời sự

Mục đích của dữ liệu



PHƯƠNG PHÁP THU THẬP DỮ LIỆU

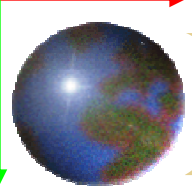
❖ Phỏng vấn nhóm (Focus group)

❑ Định nghĩa:

- *Là một cuộc phỏng vấn được tiến hành bởi một người điều khiển đã được tập huấn theo hướng không chính thức nhưng rất linh hoạt với một nhóm người được phỏng vấn.*
- *Người điều khiển có nhiệm vụ hướng dẫn thảo luận*

❑ Có thể đạt được những hiểu biết sâu sắc vấn đề nghiên cứu

❑ Thu được những ý kiến ngoài dự kiến



PHƯƠNG PHÁP THU THẬP DỮ LIỆU

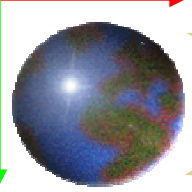
❖ Phỏng vấn nhóm (Focus group)

❑ Phương pháp

- *Từ 8-12 người*
- *Thời gian có thể dài từ 1-3 giờ, thường khoảng 1,5 đến 2 giờ (là tốt nhất)*

❑ Yêu cầu đối với người điều khiển

- *Có khả năng dẫn dắt chương trình*
- *Có khả năng phân tích, tổng hợp dữ liệu*
- *tử tế, thân thiện, thoải mái, hiểu biết hoàn hảo, linh hoạt (flexibility) và nhạy cảm đối với vấn đề thảo luận.*

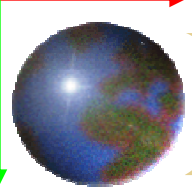


PHƯƠNG PHÁP THU THẬP DỮ LIỆU

❖ Phỏng vấn nhóm (Focus group)

❑ Thủ tục

- *Xác định mục tiêu của vấn đề nghiên cứu.*
- *Mục tiêu cụ thể của nghiên cứu định tính.*
- *Đặt câu hỏi thảo luận nhóm.*
- *Phát triển đề cương của người điều khiển.*
- *Tiến hành phỏng vấn nhóm.*
- *Phân tích dữ liệu.*
- *Kết luận và đề xuất.*



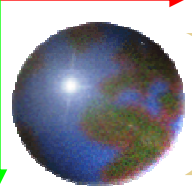
PHƯƠNG PHÁP THU THẬP DỮ LIỆU

✦ Phỏng vấn nhóm (Focus group)

▣ Các trường hợp có thể ứng dụng

- *Định nghĩa vấn đề một cách rõ ràng.*
- *Thiết lập các ph-ương án hành động.*
- *Phát triển sự tiếp cận vấn đề.*
- *Đạt đ-ược các thông tin hữu ích trong cấu trúc bảng câu hỏi.*
- *Tạo ra các giả thiết và kiểm định.*

cuu duong than cong. com



PHƯƠNG PHÁP THU THẬP DỮ LIỆU

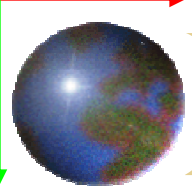
❁ Phỏng vấn chuyên sâu (Dept interview)

❁ Định nghĩa

- *Phỏng vấn chuyên sâu là kỹ thuật phỏng vấn cá nhân, trực tiếp và không chính thức.*
- *Trong phương pháp phỏng vấn này người trả lời được hỏi về các khía cạnh niềm tin, thái độ và cảm nghĩ về chủ đề nghiên cứu dưới sự điều khiển của người phỏng vấn có kỹ năng cao.*

❁ Đặc điểm

- *Là một kỹ thuật trực tiếp*
- *Chỉ có 2 người (phỏng vấn và trả lời) hay (one-to-one)*
- *Thời gian có thể từ 30 phút đến 1 giờ*



PHƯƠNG PHÁP THU THẬP DỮ LIỆU

❖ Một số kĩ thuật có thể sử dụng

❑ *Kĩ thuật liên tưởng*

- *người được phỏng vấn trình bày ý kiến với sự kích thích và được hỏi bằng bảng liệt kê các từ để trả lời từng từ một mà từ đó sẽ rất gợi nhớ.*

❑ *Kĩ thuật hoàn chỉnh*

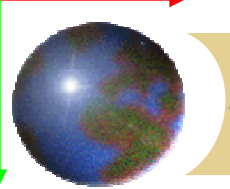
- *Hoàn chỉnh những tình huống chưa kết thúc các vấn đề quan tâm*

❑ *Kĩ thuật dựng hình*

- *Diễn giải qua tranh và đặt lời chú giải*

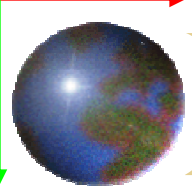
❑ *Kĩ thuật diễn cảm*

- *Trả lời những câu hỏi có liên quan đến cảm nghĩ hoặc thái độ của người khác*



PHƯƠNG PHÁP QUAN SÁT

- ✦ Là phương pháp ghi lại có kiểm soát các biến cố hoặc tác phong của con người. Qua cảm nhận nơi mình đang sống hay hành động, con người có thể ghi nhận và lượng định các sự kiện bên ngoài.
- ✦ Gồm 2 hành động
 - ▣ Nghe nhìn
 - ▣ Lượng định
- ✦ Bằng con người hoặc thiết bị



PHƯƠNG PHÁP QUAN SÁT

❖ Các hình thức

❖ Quan sát, nghiên cứu tài liệu có sẵn

- *Đây là hình thức quan sát, nghiên cứu những tài liệu đã có sẵn hoặc cố định về bản chất trong một khoảng thời gian nhất định (không có tính hành vi).*
- *VD: Phân tích những bản quyết toán tài chính*

❖ Quan sát, nhận thức và ghi lại thái độ đối tượng

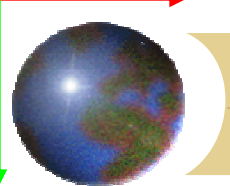
- *Thái độ không lời*
- *Thái độ ngôn ngữ*
- *Thái độ ngoài ngôn ngữ*
- *Mức độ tương quan: Biểu lộ qua sự tương quan với người khác.*



PHƯƠNG PHÁP PHÒNG VẤN

✚ Phỏng vấn cá nhân trực tiếp

- ▣ Đây là phương pháp thu thập dữ liệu mà người phỏng vấn và người được phỏng vấn gặp nhau trực tiếp để hỏi và trả lời.
- ▣ Tại nhà, trung tâm thương mại, trên đường phố...
- ▣ Yêu cầu:
 - *Không thiên kiến*
 - *Phải trung thực, không bịa, bớt câu trả lời*
 - *Có kỹ năng giao tiếp, giọng nói, ngữ điệu...*

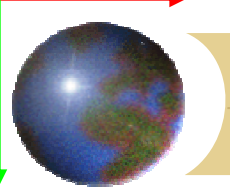


PHƯƠNG PHÁP PHÒNG VẤN

✦ Phỏng vấn cá nhân trực tiếp

▣ Ưu điểm

- *Người phỏng vấn trực tiếp gặp đối tượng nên có thể thuyết phục đối tượng trả lời.*
- *Các thông tin về gia cảnh có thể quan sát, không cần hỏi.*
- *Có thể kết hợp câu hỏi và hình ảnh để giải thích (các quảng cáo, giới thiệu sản phẩm).*
- *Gặp câu hỏi khó hiểu, người phỏng vấn có thể giải thích để đối tượng hiểu đúng câu hỏi.*

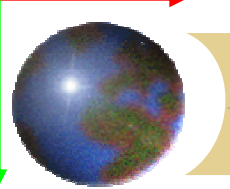


PHƯƠNG PHÁP PHÒNG VẤN

✚ Phỏng vấn cá nhân trực tiếp

▣ Hạn chế

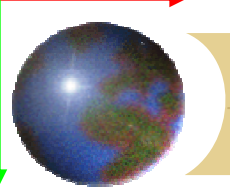
- *Phí tổn cao.*
- *Người được phỏng vấn thường không muốn nói chuyện với người lạ.*
- *Người trả lời né tránh câu hỏi hoặc trả lời không thật.*
- *Tâm lý sợ bị nhận diện.*
- *Khó triệu tập nhân viên phỏng vấn đầy đủ và điều đi xa.*
- *Tỷ lệ từ chối trả lời khá cao.*



PHƯƠNG PHÁP PHÒNG VẤN

✦ Phỏng vấn nhóm cố định

- ✦ Nhóm cố định bao gồm một số đối tượng không đổi, định kỳ trả lời các bảng câu hỏi (người tiêu dùng, hộ gia đình, doanh nghiệp...).
- ✦ Ưu điểm
 - *Chi phí rẻ*
 - *Có thể phân tích lâu dài các phản ứng*
- ✦ Hạn chế
 - *Cấu tạo mẫu*
 - *Nhàm chán*



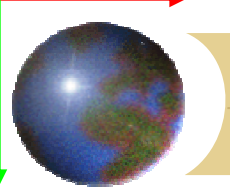
PHƯƠNG PHÁP PHÒNG VẤN

✚ Phỏng vấn bằng điện thoại

▣ Bố trí một nhóm người PV tập trung phỏng vấn với nhiều máy điện thoại kết nối với tổng đài

▣ Ưu

- *Có thể hỏi nhiều người trong thời gian ngắn*
- *Đỡ đi lại di chuyển xa.*
- *Không trực diện trước người hỏi, giúp người trả lời tự tin hơn.*
- *Dễ chọn mẫu: khối lượng lấy mẫu lớn, rải rác khắp các điểm trên một không gian lớn.*
- *Chỉ đạo và kiểm tra các cuộc phỏng vấn thuận lợi.*

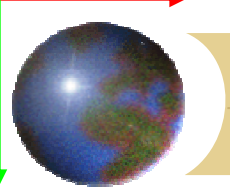


PHƯƠNG PHÁP PHÒNG VẤN

✚ Phỏng vấn bằng điện thoại

▣ Hạn chế

- *Người phỏng vấn không thấy người trả lời*
- *Phỏng vấn bị giới hạn bởi những điều nghe được, thiếu hẳn tư liệu trực quan.*
- *Phỏng vấn kéo dài có thể bị người trả lời bỏ dở cuộc phỏng vấn.*
- *Chọn thời gian phỏng vấn không thích hợp dễ bị từ chối hoặc trả lời qua quýt.*
- *Thiếu sức thuyết phục vì không có các minh họa bằng quảng cáo, mẫu sản phẩm.*



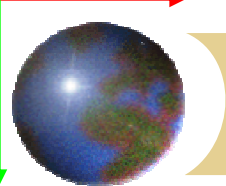
PHƯƠNG PHÁP PHÒNG VẤN

✚ Phỏng vấn bằng thư tín

❏ Với phương pháp này người phỏng vấn gửi cho người dự phỏng vấn một bảng câu hỏi qua đường bưu điện và chờ trả lời.

❏ Ưu

- *Phương pháp phỏng vấn bằng thư tín có thể đề cập đến nhiều vấn đề khác nhau*
- *Không bị giới hạn chặt chẽ về thời gian*
- *Có thể hỏi được nhiều người do phí tổn thấp*
- *Có thể sử dụng tài liệu để minh họa kèm với bảng câu hỏi.*



PHƯƠNG PHÁP PHÒNG VẤN

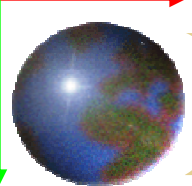
✚ Phỏng vấn bằng thư tín

▣ Hạn chế

- *Thông tin về mẫu*
- *Tỷ lệ trả lời thấp*
- *Không kiểm soát được người trả lời*
- *Dự kiến phí tổn thấp có thể trở nên cao nếu tỷ lệ người trả lời thấp.*
- *Người trả lời thường đọc toàn bộ câu trả lời rồi mới trả lời*

▣ Cải thiện

- *Thông báo trước, chuẩn bị kĩ bức thư*
- *Chuẩn bị phong bì gửi và trả lời*
- *Khuyến khích vật chất, hình thức BCH*



PHƯƠNG PHÁP THỬ NGHIỆM

✚ Phương pháp

- ▣ Thử nghiệm labo (trong phòng thí nghiệm)
- ▣ Thử nghiệm hiện trường

✚ Vấn đề khung cảnh

✚ Những sai lầm

- ▣ Lịch sử
- ▣ Bỏ ngang: bỏ cuộc thử nghiệm → KQ không tương thích
- ▣ Hiệu ứng thử nghiệm
- ▣ Công cụ đo lường
- ▣ Chọn mẫu lệch



PHƯƠNG PHÁP THỬ NGHIỆM

✚ Ghi chú

- ✚ Ký hiệu X chỉ tác động của biến
- ✚ Ký hiệu O đề cập đến sự quan trắc, đánh giá hay đo lường biến số
- ✚ Ký hiệu R chỉ việc đưa ra một cách bất kỳ một đơn vị (đối tượng) nào đó để tiến hành thử nghiệm.

cuu duong than cong. com



PHƯƠNG PHÁP THỬ NGHIỆM

✦ Mô hình

- ✦ Mô hình một nhóm thử nghiệm đo lường sau (posttest)

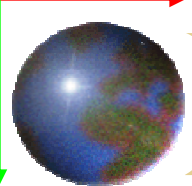
X O1

- ✦ Mô hình thử nghiệm một nhóm đo lường trước và sau (pre & posttest):

O1 X O2

- ✦ Mô hình chuỗi thời gian (time -series)

O1 O2 O3 X O5 O6 O7



PHƯƠNG PHÁP THỬ NGHIỆM

✚ Mô hình

▣ Mô hình thử nghiệm có kiểm chứng

- Mô hình *kiểm chứng đo lường sau*

R X 01 (nhóm thử nghiệm)

R 02 (nhóm kiểm chứng)

- Mô hình *kiểm chứng đo lường trước và sau*

R 01 X 03 (nhóm thử nghiệm)

R 02 04 (nhóm kiểm chứng)

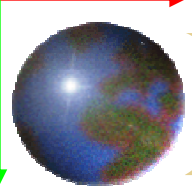
- Mô hình *4 nhóm Solomon*

R 01 X 03 (nhóm thử nghiệm 1)

R 02 04 (nhóm kiểm chứng 1)

R X 05 (nhóm thử nghiệm 2)

R 06 (nhóm kiểm chứng 2)



PHƯƠNG PHÁP THỬ NGHIỆM

✚ Mô hình

☒ Mô hình ngẫu nhiên hóa hoàn toàn

	Mức giá			
Số gian hàng	Giá cao	Giá trung bình	Giá thấp	Tổng số
n	X_{n1}	X_{n2}	X_{n3}	
Trung bình xử lý	X_1	X_2	X_3	X

☒ Mô hình ngẫu nhiên hóa có phân tầng

	Mức giá		
	Cao	Trung bình	Thấp
Gian hàng thứ	5	1	7
	3	6	8
	9	2	4
Trung bình theo cột	Giá bán trung bình theo mức giá cao $\bar{X}_1$	Giá bán trung bình theo mức giá trung bình $\bar{X}_2$	Giá bán trung bình theo mức giá thấp $\bar{X}_3$

✦ Mô hình

▣ Mô hình hình vuông latin

Cửa hàng	Thời gian thử nghiệm		
	3/9-16/9	23/9-7/10	14/10-23/10
A	1	2	3
B	4	3	1
C	3	4	2
D	2	1	4

cuu duong than cong. com