УДК 316:014

АНАЛИЗ СТРУКТУРИРОВАННЫХ МНОЖЕСТВ И ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ВЫБОРОЧНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Е.В. Черепанов

Методики, используемые в маркетинге потребительских рынков и социологии, основаны на асимптотических свойствах выборочных частот встречаемости качественных признаков. Для преодоления проблемы неоднородности населения традиционно используют метод «квотных выборок», отражающих по основным категориям структуру генеральной совокупности. Предложен метод анализа данных о конечных структурированных множествах, которые получены на основе случайного отбора, использующий модификации полиномиального распределения.

По сравнению с квотными методами, предложенный подход повышает точность оценок по населению (покупателям, избирателям) в целом и позволяет получить оценки частот встречаемости качественных признаков по категориям населения для его априорных классификаций.

Ключевые слова: структурированное конечное множество; выборочный метод; дихотомические (булевы) признаки; статистические оценки; случайная выборка; квотная выборка; биномиальное и полиномиальное распределения; маркетинг потребительских рынков; социологические исследования.

E.V. Cherepanov

Analysis of structured sets and its application in selective marketing and social researches

The methods used in marketing of consumer markets and social science are based on asymptotic features of selective frequencies of usage of definite features. To overcome the problem of heterogeneity of the population the method of "quote selection" is traditionally used, reflecting the structure of general integrity. It is offered the method of data analysis of the ultimate structured sets that are got on the principle of the accidental selection and applying modifications of polynomial distribution. In comparison to the quote method the given approach increases the accuracy of the assessment on the population (consumers, voters) in general and lets receive the assessment of the usage frequency of the definite features according to the category of population for its main classifications.

Key words: structured ultimate set, selective method, dichotomy features, statistic evaluations, accidental selection, binomial and polynomial distribution, marketing of consumer markets, social investigations.

Литература

1. *Бернулли Я*. О законе больших чисел. / Пер. с лат. Юбилейное издание с предисловиями А.А. Маркова и А.Н. Колмогорова. М., 1986.
2. *Черепанов Е.В*. О надежности статистического анализа данных в социально-экономических исследованиях // Информатика, социология, экономика, менеджмент. Межвузовский сборник научных трудов. Вып. 2. Ч. 2. М., 2005.
3. *Мхитарян В.С., Черепанов Е.В*. Проблемы прикладной социологии в их привязке к социально-экономическим и маркетинговым исследованиям // Информатика, социология, экономика, менеджмент. Межвузовский сборник научных трудов. Вып. 3. Ч. 2. М., 2006.
4. *Черепанов Е.В*. К вопросу корректности использования стохастического формализма в социологических и социально-экономических исследованиях // Безопасность Евразии, 2007. 2 (28).
5. *Толстова Ю.Н*. Анализ социологических данных. М., 2000.
6. *Айвазян С.А., Мхитарян В.С*. Прикладная статистика и основы эконометрики: В 2 т. М., 2001.
7. *Орлов А.И*. Прикладная статистика. М., 2006.
8. *Косолапов М.С*. Принципы построения многоступенчатой вероятностной выборки для субъектов РФ // Социологические исследования. 1997. № 10.
9. *Черепанов Е.В*. Стохастическое описание выборочного метода // Социология: методология, методы, математическое моделирование. М., 2007. № 25.
10. *Черепанов Е.В. и др*. Современные компьютерные технологии в социальных исследованиях // Безопасность Евразии. 2005. № 1.
11. *Кендалл М., Стюарт А*. Теория распределений / Пер. с англ. М., 1966.

12. *Черепанов Е.В. и др*. Статистики бинарного отношения на множествах // Проблемы перспективного планирования и управления. Сборник научных трудов. М., 1990.
13. Справочник по теории вероятностей и математической статистике / Коллектив авторов / *Королюк В.С. (ред.)* Киев, 1978.
14. *Черепанов Е.В*. Стохастические методы анализа данных выборочных маркетинговых и социальных обследований // Прикладная эконометрика. М., 2011. № 2.
15. *Черепанов Е.В*. Вероятностно-статистические основы прикладной социологии и маркетинговых исследований. М., 2006.
16. *Черепанов Е.В*. Статистическая методология для задач социологических и социально-экономических исследований. М., 2007.
17. *Черепанов Е.В*. Стохастические методы прикладной социологии и маркетинга рынков. М., 2008.
18. *Миттаг Х.-Й., Ринне Х*. Статистические методы обеспечения качества / Пер. с нем. М., 1995.
19. *Мудров В.И., Кушко В.Л*. Методы обработки измерений. М., 1976.
20. *Свешников А.А*. Основы теории ошибок. Ленинград, 1972.
21. *Толстова Ю.Н., Масленников Е.В*. Качественная и количественная стратегии: эмпирическое исследование как измерение в широком смысле // Социологические исследования. 2000. № 10.
22. *Азаров С.В., Черепанов Е.В*. Регрессионные методы статистического оценивания в социальных исследованиях // Математические методы и компьютерные технологии в маркетинговых и социальных исследованиях. Сборник научных работ. М., 2004.
23. *Попов А.В., Черепанов Е.В*. Уроки на завтра // Научно-политический журнал регионов. 1994. № 1.
24. *Черепанов Е.В*. Негосударственное пенсионное страхование: состояние и перспективы (по результатам ряда социологических исследований 2006 г.) // Социальная политика и социология. М., 2007. № 2(34).
25. *Черепанов Е.В*. Социологический анализ структуры пользователей страховых услуг (на примере региональных исследований 2006 года по страхованию жизни и страхованию от несчастных случаев) // Социальная политика и социология. М., 2007. № 4 (36).