

Ilyenek vagytok ti – egy korrespondenciaelemzés tanulságai

A marketingszakma egyik örökzöld kihívása a pozicionálás. Mind elméleti, mind gyakorlati aspektusból közelítve a kérdést, megjelenik a probléma forrása: a fogyasztó. A probléma megoldása, sőt, mérése is komoly szakmai felkészültséget kíván meg, hiszen a fogyasztók szubjektív percepcióját számos egyéb tényező is alakítja, amelyek teljes körű figyelembe vétele nehezen kivitelezhető. Ez a tanulmány azt mutatja be, ahogyan a marketingkutatók módszereinek segítségével meghatározhatjuk a vevők percepcióit. A vizsgálat tárgya miatt a fentiekből az olvasó megtudhatja az egyes egyetemi karok értékelésének elemzési tényezőit.

Kulcsszavak: attitűd, marketingkutató, marketingstratégia, egyetem, értékelés

BEVEZETÉS

A marketingszakma egyik örökzöld kihívása a pozicionálás. Mind elméleti, mind gyakorlati aspektusból közelítve a kérdést, megjelenik a probléma forrása: a fogyasztó. Ennek legfőbb oka, hogy a vállalatról, a termékekről, és szolgáltatásokról kialakítandó képet ott, a fogyasztó tudatában kell befolyásolni (Kotler – Keller 2008) úgy, hogy az megegyezzen a szervezeti célokkal. Ennek megvalósítása, sőt mérése is komoly szakmai felkészültséget kíván meg, hiszen a fogyasztók szubjektív percepcióját számos egyéb tényező is alakítja, amelyek teljes körű figyelembe vétele nehezen kivitelezhető.

Különösen érdekes a pozíció vizsgálata egy olyan piacon, ahol a percepciók kevésbé irányítottak, illetve a szervezet közvetlenül nem befolyásolja őket. Ilyen feltételek mellett igazi kihívás különböző egyetemi karok pozíciójának, azaz a hallgatók tudatában kialakult képének a vizsgálata. Ehhez kínált nagyszerű alkalmat az első Diplomás Pályakövetési Rendszerben lefolytatott adatfelvétel. Az általunk is alkalmazott közelítés alapját egy néhány évvel korábban lefolytatott vizsgálat jelenti (Héjj 2008), amely kisebb mintanagyságon ugyan, viszont többnyire strukturálatlan rendszerben került lefolytatásra így biztosítva az asszociációk szabad „áramlását”.

Hogy éppen mit gondolnak a fogyasztók egy adott márkáról, szolgáltatóról, általában jól közelíthető attitűdmérésekkel (Oskamp, Schultz 2005). Ebben a folyamatban a fogyasztók attitűdjeihez olyan állításokat rendelünk, amelyekkel kapcsolatosan meg tudják ítélni, hogy milyen mértékben igazak azok az esetükben. Ezeket az értékeléseket elemezzük ezután különféle matematikai-statisztikai eszközök segítségével. Mitchell (1994a) az attitűdkérdések mérési fókuszának és relevanciájának meghatározásához a faktoranalízist, míg a különbségtételre alkalmas változók kiválasztásához, a csoportok azonosításához a klaszteranalízist ajánlja. A kialakult fogyasztói csoportok leírására, a közöttük lévő összefüggések / eltérések vizs-

gálatára pedig a diszkriminancia-elemzés módszerét javasolja (Mitchell 1994b). Jelen kutatásban az alkalmazott módszertani bázist kiegészítettük: korrespondencia elemzést is használtunk a pozíció vizsgálatára, a fogyasztói attitűdök csoportosítására.

Az attitűdök feltárása ebben az esetben is szükséges, de nem elégséges feltétele az aktuális piaci pozíció vizsgálatának, ezért a később bemutatásra kerülő vizsgálatban a megkérdezettek különféle jelzőket rendeltek hozzá azokhoz a márkákhoz, amelyek megítélését mérni kívántuk. A mérési pontokat (jelzőket) korábbi kutatások eredményei alapján határoztuk meg, az elemzés módszereként pedig a korrespondencia-elemzést használtuk. A vizsgálat során kíváncsiak voltunk arra is, vajon különböznek-e az egyetemi karok pozíciói az attitűdállítások mentén azonosított szegmensek megítélésében. Számos értékes tapasztalattal gazdagodtunk ebben a vizsgálatban, amelynek eredményeit szeretnénk most megosztani.

A VIZSGÁLT MINTA

A Pécsi Tudományegyetemen a vizsgálat időpontjában az aktuális hallgatói létszám 21.751 fő. A Diplomás Pályakövető Rendszer (DPR) 2010-es felmérése során a kérdőívet önként kitöltők száma 2.774 volt. Ez azt jelenti, hogy 12,75%-os kiválasztási arány valósult meg a felvétel során. Ez mind számosságát, mind arányát tekintve kiválónak mondható, és azt vetíti előre, hogy a begyűjtött adatokból jó hatékonyságú becslések készíthetők, a levonható következtéseket megbízhatónak mondhatjuk.

A minta reprezentativitása a másik fontos kérdés, amit vizsgálni kell. A reprezentativitás szempontjából három ismérvet határoztunk meg:

- kar (BTK, TTK, FEEK, ETK, ÁJK, KTK, IGYFK, MK, PMMK, ÁOK);
- nem (férfi, nő);
- képzési forma (nappali, levelezős).

A minta ezen szempontok szerinti arányait vizsgáltuk meg az alapsokaságot jel-

lemző megoszlásokhoz képest. Természetesen tökéletes egyezés nem volt, ezért minden megfigyeléshez (válaszadóhoz) az alapsokasági arányokat biztosító korrekciós szorzószámot (súlyt) rendeltünk hozzá. Ezzel biztosítottuk a fenti ismérvek szempontjából a reprezentativitást. Egyetlen olyan kar van, ahol az alapsokaság is, és a minta nagysága is viszonylag alacsony, a Művészeti Kar. Mivel azonban a Művészeti Kar önmagában nem került elemzésre, és a kar súlya ebben a vizsgálatban meglehetősen alacsony, így ez jelentősen nem befolyásolja a végső eredmények minőségét.

A KAROK JELLEMZÉSE

A vizsgálatához használt kérdőívben 22 jelzőből álló értékelést kértünk a válaszadóktól a Pécsi Tudományegyetem karaira vonatkozóan. Vagyis a feladat az volt, hogy jelöljék meg azokat a karokat, amelyekhez illenek a jelzők (egyet, többet, vagy akár egyet sem). Annak ellenére, hogy a kérdőív végén helyeztük el a kérdéssort, meglepően jól értékelhető válaszadói bázis jött létre. A vizsgálatba bevont jelzők és karok az alábbiak voltak:

#	Jelzők	#	Jelzők	#	Karok
1	barátságos	12	elegáns	1	ÁJK
2	kreatív	13	kitartó	2	ÁOK
3	nyitott	14	művelt	3	BTK
4	céltudatos	15	sznob	4	ETK
5	igénytelen	16	unalmas	5	FEEK
6	intelligens	17	hanyag	6	IGYFK
7	szétszórt	18	elvarázsolt	7	KTK
8	szorgalmas	19	művelt	8	MK
9	bulizós	20	különc	9	PMMK
10	elvont	21	kedves	10	TTK
11	öntelt	22	lusta		

A válaszok ismérverték-kombinációs száma többszöröse a tényleges mintaelemzásmannak. Ennek oka, hogy egyrészt a válaszadók több karhoz is karikázhattak be

jelzőt, másrészt pedig egy-egy kar esetében több jelzőt is megjelölhettek. Mivel a későbbiekben bemutatásra kerülő korrespondencia-elemzés alapját ez a kérdéskör adja, ezért érdemes részletesebben is elemezni a válaszok jellegzetességeit. Ezek az eredmények értékelésekor, illetve azok megbízhatóságának megítélésében nyújtanak többletinformációt. Már az egy hallgatóra jutó átlagos „megjelölések” száma is beszédes: 29,2 válasz¹. Ez azt jelenti, hogy átlagosan egy hallgató több kart és ezekhez kapcsolódóan több jelzőt is bekarikázott. Vagyis a saját karán kívüli karokról is alkotott véleményt.

A táblából leolvashatjuk, hogy 445 hallgató nem adott hangot véleményének, és nem rendelt jelzőt még az általa látogatott karhoz sem. Meglepő ugyanakkor, hogy viszonylag nagy azoknak az aránya, akik háromnál is több jelzőben tudták csak megragadni a saját karuk jellegzetességeit. És még meglepőbb, hogy jelentős mértékben 10 jellemző sem volt elegendő a hallgató saját karának a jellemzésére. Ez egyrészt arra utalhat, hogy a hallgatók maguk is bizonytalanok, nincsen egy konkrét, kialakult kép a fejükben a karról, másrészt pedig azt is jelentheti, hogy rosszul értelmezték a kérdést, és nem megfelelő válaszokat adtak a kérdőív kérdéseire. Ennek részletesebb elemzéséhez nézzük meg, hogyan alakult karonként azon hallgatóknak az aránya, akik legalább 10 jelzőt társítottak a saját karukhoz (2. tábla).

Az adatokból az látszik, hogy az IGYFK és az ETK hallgatói rendelkeznek a leginkább kialakult képpel a saját karuk jellegzetességeit illetően. Míg a leginkább bizonytalan hallgatók a Művészeti karról és bölcsészek közül kerülnek ki.

Mivel a kérdőív nem megfelelő kitöltése valótlán alapadatokat eredményezett, annak az 52 hallgatónak a válaszait, akik 13 vagy annál több jelzőt jelöltek meg a saját karukhoz, kihagytuk a későbbi elemzésekből. (A korrespondencia-elemzés során ez lényegében nem befolyásolta az eredmények alakulását.)

A fenti táblázat szépen bizonyítja azt a szociálpszichológiában ismert jelenséget, ami szerint az egyének a saját csoportjukon kívül szívesen minősítenek, illetve alkotnak véleményt olyan társ csoportokról is, amelyekkel többé-kevésbé laza kapcsolatban állnak (Héjj 2008). A hallgatók a kiosztott jelzőknek átlagosan 65 százalékát más karok jellemzésére használták fel. Szinte minden karon legalább a jelzők fele nem a saját intézményhez került. Tehát van valós vagy vélt képük a többi egyetemi csoportosulásról is. Ez egyben ahhoz is hozzájárul, hogy az egyes karokról árnyaltabb kép alakuljon ki azáltal, hogy nem csak a saját polgárainak a véleménye tükröződik az eredményekben, hanem külső szemlélők meglátásai is.

Ugyanakkor az is érzékelhető, hogy a hallgatók hajlamosak a saját karukhoz

1. tábla: A saját kar megjelölésének gyakorisága

Saját karhoz rendelt jelzők száma	Hallgatók száma	Hallgatók aránya
0	445	18,1%
1 - 3	409	16,6%
4 - 6	584	23,7%
7 - 9	589	23,9%
10 - 12	383	15,6%
13 - 21	52	2,1%
Összesen	2 461	100,0%

2. tábla: A saját karuk jellegében bizonytalanok aránya

Hallgató kara	A saját karukhoz legalább 10 jelzőt rendelők aránya
ÁJK	23,7%
ÁOK	16,7%
BTK	26,0%
ETK	7,9%
FE EK	11,4%
IGYFK	7,2%
IKTK	19,8%
IMK	29,0%
PMMK	17,8%
TTK	10,2%

Forrás: PTE DPR adatbázisából saját számítás

3. tábla: Azon hallgatók aránya, akik a saját karon kívül más karokhoz is rendeltek jelző(ke)t?

Kar	Hallgatók száma	Más karok jelöléseinek átlaga az összesen belül (%)	Szórás (százalékpont)
FEEK	132	0,452	0,387
IGYFK	90	0,483	0,397
MK	35	0,539	0,298
ÁJK	195	0,548	0,321
ETK	172	0,624	0,368
KTK	216	0,669	0,268
BTK	431	0,674	0,266
PMMK	310	0,679	0,270
ÁOK	232	0,742	0,213
TTK	232	0,771	0,214

Forrás: PTE DPR adatbázisából saját számítás

inkább pozitív, míg a társkarokhoz inkább negatív jelzőket társítani. Ez is egy természetesnek mondható emberi tulajdonság, miszerint a saját hovatartozásunkat jobbnak, vonzóbbnak ítéljük meg másokéhoz képest. A hallgatók átlagosan 40 százalékban negatív jelzőket társítottak az idegen karokhoz, míg ez az arány átlagosan csak 20 százalék a saját karuk esetében. Ennek a „hozzállásnak” a részletesebb vizsgálatához nézzük meg a következő két ábrát.

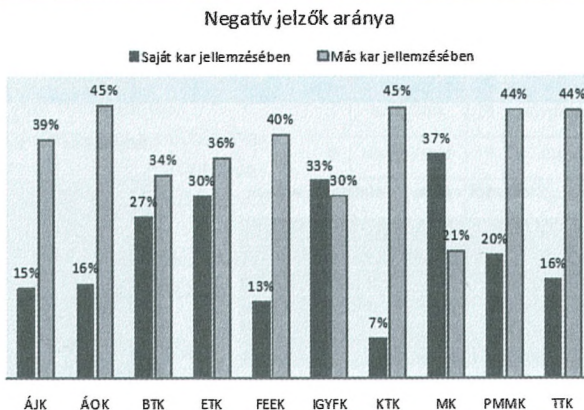
A lenti ábra akkor igazolja a korábbi állításunkat, ha a világosabb oszlop magasabb a sötétnél. Mint láttuk, az átlagos értékek ennek megfelelnek. A karonkénti bontásból az látszik, hogy a karok szinte mindegyike

önmagában is követi a „minden szentnek maga felé hajlik a keze” mentalitást. Mindössze egy kivételt találunk: a Művészeti Kart. Érdekes módon ők nagyobb arányban használnak negatív jelzőket a saját karukra, mint a többire. E mögött többféle motiváció húzódnak meg. A többi kar esetében az arányok közötti különbség lehet érdekes. A legnagyobb „rés” a közgazdász hallgatók véleményezésében van. Ők a Közgazdaságtudományi Kar jellemzésében mindössze 7 százalékban használnak negatív tulajdonságokat, ugyanakkor a többi kar esetében ez az arány 45 százalék. A leginkább elfogulatlanak, objektívnek az IGYFK, az ETK, és a BTK hallgatói tűnnek. Ezeknél a hallgatóknál a legkiegyensúlyozottabb a negatív jelzők használata.

KORRESPONDENCIA ANALÍZIS

Minőségi ismérvek kapcsolatát többféle módszerrel elemezhetjük, eltérő mélységben. A leíró statisztikából ismerjük a kapcsolatszorossági mérőszámot, a Cramer-féle asszociációs együtthatót. Ez a vizsgált változók közötti kapcsolat szorosságát mutatja meg (0,3 alatt gyenge, 0,3-0,7 közepes, és 0,7 felett erős). A következtetési statisztika eszköztárával tesztelhetjük az ismérvek közötti függetlenséget (χ^2 próba). A két módszert egyszerre is használhatjuk, és így mintavételen alapuló megfigyelésekből

1. ábra: Negatív jelzők aránya a jellemzésekben, karok szerint



Forrás: PTE DPR adatbázisából saját számítás

4. tábla: Korrespondencia mátrix

		KAR										
		ÁJK	ÁOK	BTK	ETK	FEEK	IGYFK	KTK	MK	PMMK	TTK	Összesen
JELZŐ	barátságos	236	263	718	276	556	147	311	213	398	514	3 632
	kreatív	117	202	454	78	288	63	239	662	608	289	3 000
	nyitott	224	258	772	201	543	124	330	169	399	472	3 493
	céltudatos	928	938	205	171	150	59	654	71	353	245	3 774
	igénytelen	41	38	409	121	361	161	46	130	241	228	1 776
	intelligens	805	978	476	218	147	90	619	111	343	436	4 223
	szétszórt	62	57	575	196	411	162	63	261	320	299	2 406
	szorgalmas	733	983	283	181	94	49	406	65	221	279	3 294
	bulizós	664	414	928	330	597	240	684	255	848	736	5 696
	elvont	157	107	838	37	137	55	82	657	125	154	2 349
	öntelt	967	627	219	45	108	25	458	57	111	81	2 699
	elegáns	794	483	145	43	181	30	503	33	196	95	2 503
	kürtartó	514	801	236	164	95	67	285	77	301	262	2 802
	művelt	730	735	731	166	142	105	413	270	234	340	3 866
	sznob	997	590	179	29	101	23	470	52	62	41	2 544
	unalmas	341	117	346	214	387	270	249	142	143	181	2 390
	hanyag	35	16	373	117	348	154	56	157	344	216	1 816
	elvarázsolt	68	60	674	44	148	60	39	582	78	111	1 864
	különc	185	235	400	73	148	104	91	519	101	90	1 946
kedves	140	204	529	311	293	141	214	229	249	353	2 663	
lusta	54	36	454	125	440	180	126	141	464	259	2 279	
Összesen	6 792	8 143	9 944	3 140	5 675	2 309	6 339	4 853	6 139	5 681	61 015	

Forrás: PTE DPR adatbázisából saját számítás

tudunk következtetni a kapcsolatok jellegére. A többváltozós statisztikai módszerek alkalmazása még ennél is több elemzési lehetőséget jelent. A korrespondencia elemzés (correspondence analysis) lényege, hogy két vagy akár több minőségi ismérv kapcsolatát részletesebben meg tudjuk vizsgálni, és az eredményeket egy redukált térben ábrázolva grafikusán is megjelenítjük. A részletességet az jelenti, hogy az egyes ismérvek változatait is külön vizsgáljuk, és ezeket helyezzük el egy grafikus ábrán, amely szemlélteti azok egymáshoz való viszonyát (közelségét, távolságát). Ezek alapján következtetni tudunk arra, hogy mely változók vonzzák, melyek taszítják egymást (Hajdu 2003).

A részletesebb elemzések előtt tehát mindenképpen meg kell vizsgálnunk az előzetes feltételek teljesülését. Egyrészt elmondható, hogy túl sok ismérvváltozattal nem érdemes foglalkozni, mert könnyen előfordulhat, hogy vizuálisan csak összemossott pontokat látunk a végeredményben. Emellett az ismérvek változatainak száma meghatározza, hogy a kiinduló táblázatunknak hány cellája van (sorok és oszlopok

szorzata). Minél több cellára (ismérvváltozat-kombinációra) osztjuk fel a sokaságunkat, annál nagyobb a valószínűsége, hogy lesznek üres, vagy alig kitöltött helyek. Ez persze a mintánk elemszámától is nagymértékben függ. Mivel az üres, vagy kevés elemet tartalmazó cellák csökkentik a végeredmények megbízhatóságát, ezért erre az elemzés lefolytatása előtt ügyelni kell.

A korrespondencia elemzés kiinduló táblája tehát egy ilyen egyszerű, kétdimenziós gyakorisági tábla, de nem a tényleges (abszolút) gyakoriságokat használja, hanem helyette – a kapcsolatrendszer struktúráját jobban tükröző – relatív gyakoriságokat tartalmazza. A táblázatból látszik, hogy minden cellában szerepel érték, és a cellákban szereplő számok megfelelő nagyságrendűek, így megbízható következtetéseket tudunk majd levonni az eredményekből.

A táblázatból az is leolvasható, hogy melyik a legtöbbet jelölt kar, és melyek a leggyakrabban alkalmazott jellemzők. Az előbbi részletesebb vizsgálatához nézzük meg a következő táblázatot.

5. tábla: A hallgatók és a jelölések megoszlása karonként

Kar	Hallgatók megoszlása	A karra jutó jelölések megoszlása	különbség
ÁJK	6,5%	14,4%	7,9%
ÁOK	4,4%	13,5%	9,0%
BTK	1,7%	16,3%	14,6%
ETK	9,5%	5,1%	-4,5%
FEEK	8,4%	9,3%	0,9%
IGYFK	10,6%	3,7%	-6,8%
KTK	21,1%	10,4%	-10,6%
MK	15,2%	8,0%	-7,2%
PMMK	11,3%	10,1%	-1,2%
TTK	11,3%	9,2%	-2,1%

Forrás: PTE DPR adatbázisából saját számítás

A három dobogós kar a kapott minősítések száma alapján a BTK, az ÁJK és az ÁOK. Ezek tehát azok a karok, amelyekről a legtöbb pécsi egyetemistának van véleménye. Ráadásul azt is látjuk, hogy e három kar kiemelkedő aránya nem azért alakult ki, mert az ő hallgatóik voltak jelen a legnagyobb arányban a mintában. A két legkevesbé „ismert” kar az ETK és az IGYFK. Utóbbi nem meglepő, hiszen a Pécsi Tudományegyetem egyetlen olyan kara, ami nem Péccsett található. Ebből kifolyólag kevesebb hallgató érzékeli ennek a karnak a jellegzetességeit.

A táblázat utolsó, „különbség” oszlopát is érdemes megvizsgálni. Amennyiben feltesszük, hogy elsősorban minden hallgató a saját karát minősíti, és a jelölések ezen túl összességében egyenletesen oszlanak el a többi kar között, akkor ebben a különbség oszlopban nullához közeli értékeket kellene látnunk. Mivel nem ez a helyzet, ebből ugyancsak arra következtethetünk, hogy bizonyos karokról többen többféle véleménnyel rendelkeznek, ugyanakkor más karokat kevés jellemzővel is meg tudnak ragadni, illetve kevésbé méltatnak. Az egyik végletet a már említett Bölcsészettudományi Kar jelenti, amely jóval több jelölést kapott, mint a mintában résztvevő bölcsészhallgatók aránya. A másik pedig a KTK, amely a hallgatói súlyához képest jóval kisebb arányban részesül a jelzőkből. Ez egyik oldalról azt jelentheti, hogy konkrétan, kevés jellemzővel körülírható a kar, a másik oldalról pedig

azt, hogy kevesebb hallgatónak van véleménye a közgazdászokról.

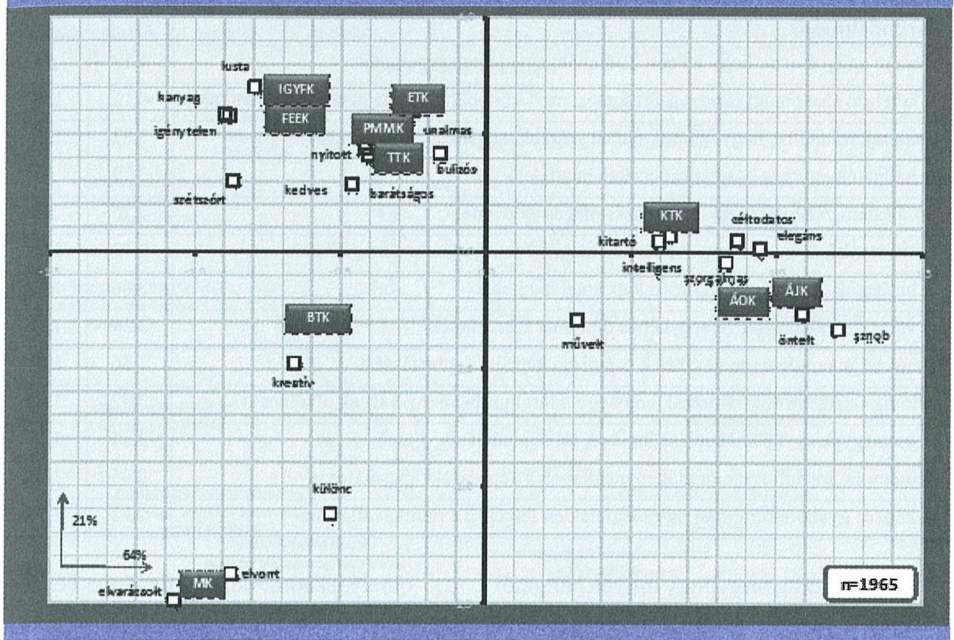
A korrespondencia-elemzés másik alapfeltétele módszertani szempontból, hogy csak olyan kapcsolatokat ábrázoljunk a korrespondencia térképen, amelyek valóban léteznek. Ehhez először tesztelni kell a két ismérv függetlenségét: a χ^2 próbához tartozó p érték gyakorlatilag 0, így a jelzők és a karok közötti függetlenség nullhipotézisét bátran elvethetjük. Tehát szignifikáns sztochasztikus kapcsolat van a két változó között. A kapcsolat-szorossági mérőszám kiszámítása is többletinformációt nyújt: A Cramer-féle asszociációs együttható értéke 0,21, ami a közepesnél kicsit gyengébb kapcsolatra utal.

Ahogy a korrespondencia-térkép is mutatja, a vizsgált karok három nagyobb csoportba rendeződve, jól látható jelzőkhöz kapcsolódva veszik fel a pozíciójukat. Hasonló jelzőket kapcsoltak a válaszadók az IGYFK, a FEEK, az ETK, a TTK és a PMMK karokhoz, amelyektől kissé elszakadva található a BTK (a kreatív jelző miatt), valamint a MK (amely azonban teljesen külön kategóriát képez ebben az elemzésben). A harmadik csoportosulást a KTK az ÁOK és az ÁJK alkotják, amelyekhez szintén elég szorosan kapcsolódnak különféle jelzők.

HALLGATÓI CSOPORTOK

Az előzőekben bemutatott módszerrel jól feltérképezhető volt a különböző karokon tanuló hallgatók véleménye a saját és más karok vonatkozásában. Kíváncsiak voltunk arra is, hogy a vizsgálatban mért attitűdök, illetve az ezek alapján azonosított hallgatói csoportok mentén kimutathatók-e különbségek az egyes karok megítélésében. Ehhez elsőként a hallgatói csoportok azonosítására volt szükség, majd ezt követően a korrespondencia-térképek szegmensenkénti összehasonlítását végeztük el. Ennek részleteit mutatjuk be az alábbiakban.

A klaszteranalízis lényege, hogy több változó alapján szeretnénk viszonylag homogén, egymástól jól elkülöníthető tulajdonságokkal



rendelkező csoportokat kialakítani. A K-középpontú klaszterezés esetén előre megválasztjuk a létrehozni kívánt csoportok számát. (Amennyiben erről nincsen előzetes elképzelésünk, úgy a hierarchikus klaszteranalízis támpontot adhat, illetve többféle csoport-számmal is próbálkozhatunk.)

A klaszterképzés első lépése a változók standardizálása. Mivel esetünkben az összes kiválasztott ismérv 5 fokozatú Likert-skálán mért változó, ezért erre nincsen feltétlenül szükség. A klaszterek egymáshoz való viszonyát az fejezi ki, hogy a különböző ismérvek szerint kialakult centroidjaik³ milyen távol esnek egymástól. A klasztereken belüli homogenitást pedig a szóródás alakulása jellemzi leginkább. Annál „szerencsésebb” a végeredmény, minél homogénebbek a klaszterek, és minél távolabb esnek egymástól. Ez abban is segítséget nyújt, hogy megfelelően beazonosítsuk, elnevezzük a kialakult csoportokat.

A vizsgálat során 13 attitűdállítással mértük a hallgatók beállítottságát az egye-

tem, mint komplex szolgáltatási rendszer iránt. Az állításokkal való egyetértést ötfokozatú Likert-skálán mértük, ahol 1 jelentette az „egyáltalán nem értek egyet”, 5 pedig a „teljes mértékben egyetértek” kategóriát.

Érdekes eredményeket mutat az attitűd-állítások egyszerű számtani átlag szerint képzett sorrendje, hiszen első helyen, a legmagasabb értékkel egy olyan állítás szerepel, ami szerint a hallgatók többsége büszke arra, hogy ebben az intézményben tanulhat. Ez már önmagában jelentős elkötelezettséget jelent az egyetem iránt, ami marketing-szempontról jól kihasználható alap. Második helyen megjelenik a gyakorlati tapasztalattal szembeni elvárás is, amint azt látni fogjuk, ez néhány Kar esetében kiemelten fontos. Az értékelések főátlagához viszonyítva alacsonyabb fokú volt az egyetértés azokkal az állításokkal, amelyek az oktatói munka színvonalára, a képzés struktúrájára, a kommunikáció hatékonyságára vonatkoztak.

6. tábla: Attitűdállítások átlag szerinti csökkenő sorrendben

Attitűdállítások	Átlag	Szórás
Büszke vagyok arra, hogy a Pécsi Tudományegyetemen tanulhatok	4,19	,96
A kötelező szakmai gyakorlat azért fontos, mert kipróbálhatjuk az elméletben tanultakat	4,12	1,09
Csak rajtam múlik, hogy mennyi tudást szerzek meg a képzés ideje alatt	3,82	1,01
A hallgatók egymás közötti kapcsolata megfelelő	3,79	,97
Az általam választott szakon a képzés magas színvonalú	3,76	,99
A számonkérés módja nagymértékben meghatározza a kurzus megítélését	3,72	1,03
A hallgatók és az oktatók közötti kapcsolat megfelelő	3,60	1,02
A választott képzéssel versenyképes diplomát szerezhettek	3,59	1,12
Az oktatók mindent megtesznek a minőségi képzés fenntartásáért	3,56	1,03
Mindig tisztában vagyok azzal, hogy egy adott kurzuson mit várnak el tőlem	3,32	1,06
A tantárgyak egymásra épülése logikus, jól átgondolt	3,27	1,15
Minden fontos információt időben megkapok a képzéssel kapcsolatosan	3,05	1,21
A képzés gyakorlatorientált, így megfelelően felkészít a munkavállalásra	2,72	1,23

Most nézzük meg, hogy milyen hallgatói csoportok körvonalazódnak a fenti állítások mélyebb vizsgálatával. A vizsgálathoz tehát K-közepű klaszterelemzést használtunk, amely széles körben elfogadott módszertani eszköze a szegmensek azonosításának. Az elemzésbe mind a 13 állítást bevontuk, és az eredmények tanúsága szerint mindegyik jelentősen hozzájárult a klaszterképzéshez, azaz szignifikáns különbségeket mutatnak az egyes csoportok ezen változók esetében.

A klaszteranalízis kimenete így egy olyan modell, amelyben négy hallgatói csoportot különböztettünk meg, nevezetesen:

- 1. lelkesek (32,6%):** gyakorlatilag minden állítással a legnagyobb mértékben értettek egyet a többi válaszadóhoz viszonyítva, elégedettek választásukkal, jól érzik magukat a képzésben,
- 2. céltudatosak (26,6%):** legfontosabb jellemzője a csoportnak, hogy tudatosan választott képzést és bízik abban, hogy a diploma piaci értéke megfelelően magas lesz, elégedetlenségét leginkább a szakmai gyakorlatokkal kapcsolatosan fogalmazza meg,
- 3. bizonytalanok (23,6%):** legnagyobb problémájuk, hogy a választott képzéssel érzésük szerint nem fognak tudni

elhelyezkedni, ennek ellenére a képzéssel, a választott területtel elégedettek,

- 4. elégedetlenek (17,2%):** a vizsgált attitűdökkel a legkevésbé értettek egyet a csoporttagok és a büszkeség is erre a csoportra a legkevésbé jellemző; úgy tűnik, mintha kényszerből folytatnák tanulmányukat az adott képzésben.

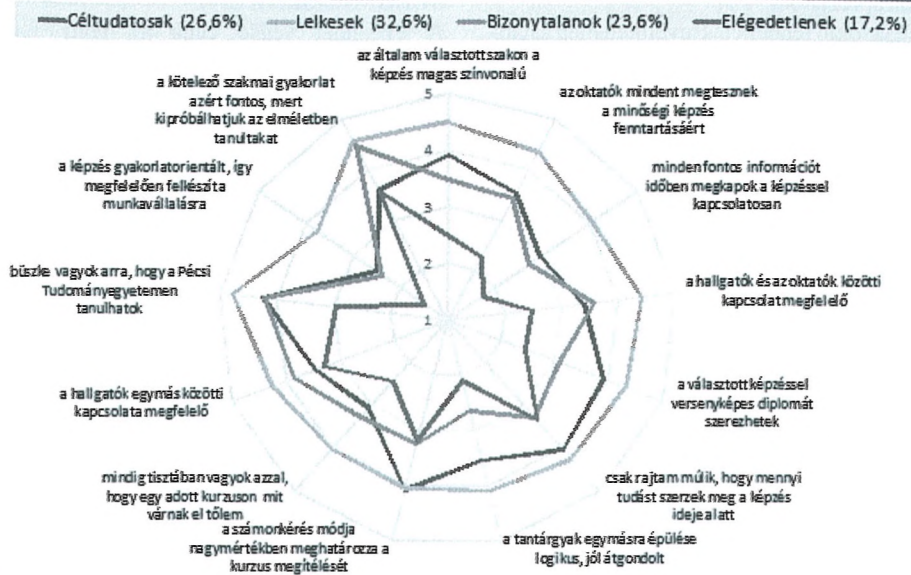
Ha a fontosabb háttérváltozók szerint is vizsgáljuk az azonosított hallgatói csoportokat a következő kép bontakozik ki:

Nemek szerinti bontásban az eredmények nem mutatnak szignifikáns különbséget annak ellenére, hogy a minta átlagához képest a „céltudatos” és az „elégedetlen” klaszterben némileg felülreprezentáltak a férfi, míg a másik két csoportban a női válaszadók.

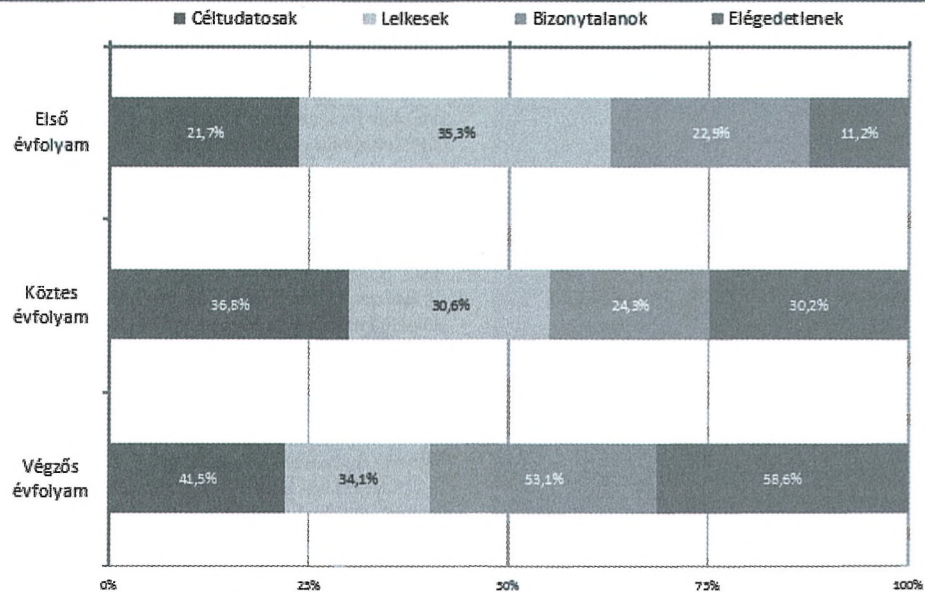
Fontos eredmény, miszerint az elvégzett évfolyamok számának emelkedésével egyre növekszik a „bizonytalan” és az „elégedetlen” hallgatók aránya a mintában.

Képzési forma tekintetében a legnagyobb különbség a „lelkesek” esetében volt megfigyelhető, ahol a költségtérítési formában tanulók aránya jelentősen meghaladja az átlagot (31,2%). További érdekes eredmény, hogy a „bizonytalanok” eseté-

3. ábra: Hallgatói klaszterek



4. ábra: Hallgatói klaszterek megoszlása évfolyamok szerinti bontásban



ben pedig az állami finanszírozottak aránya felülreprezentált.

Hasonló tendencia figyelhető meg a nappali és levelező tagozatok közötti bontásban is, ahol a „lelkes” hallgatói klaszterben a levelezős hallgatók, míg a „bizonytalanok” esetében a nappali tagozatos hallgatók aránya magasabb az átlagosnál.

Fontos eredmény, miszerint az elvégzett évfolyamok számának emelkedésével egyre növekszik a „bizonytalan” és az „elégedetlen” hallgatók aránya a mintában.

Képzési forma tekintetében a legnagyobb különbség a „lelkesek” esetében volt megfigyelhető, ahol a költségtérítési formában tanulók aránya jelentősen meghaladja az átlagot (31,2%). További érdekes eredmény, hogy a „bizonytalanok” esetében pedig az állami finanszírozottak aránya felülreprezentált.

Hasonló tendencia figyelhető meg a nappali és levelező tagozatok közötti bontásban is, ahol a „lelkes” hallgatói klaszterben a levelezős hallgatók, míg a „bizonytalanok” esetében a nappali tagozatos hallgatók aránya magasabb az átlagosnál.

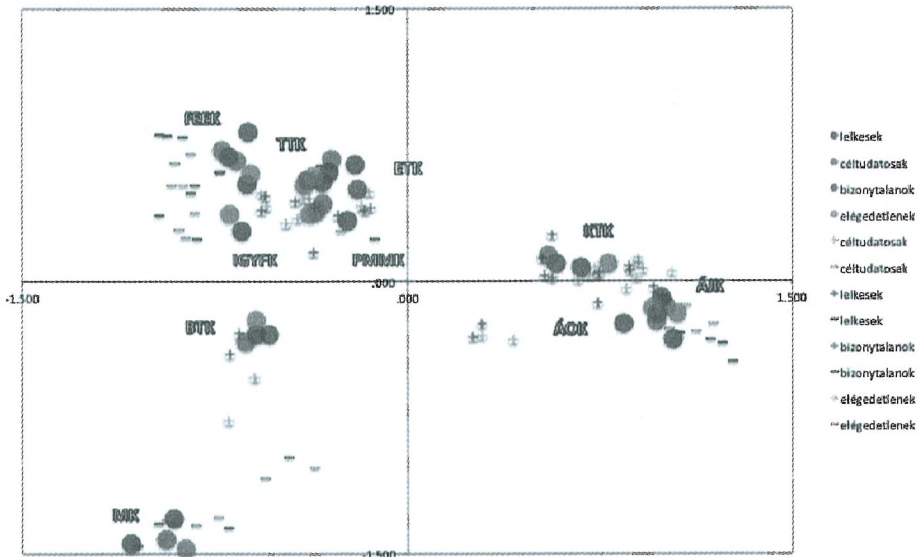
KAROK MEGÍTÉLÉSE SZEGMENSENKÉNT

A vizsgálat végső célja az volt, hogy összefüggést keressünk az attitúd-alapú klaszterek és az egyetemi karok hallgatói megítélése között. Vajon másként látják-e saját intézményüket a „lelkesek”, mint az „elégedetlenek”? Hogyan vélekednek a bölcsészhallgatókról, a bölcsészettudományi karról a „céltudatosak”? Milyen jelzőket társítanak a jogászokhoz, a jogi karhoz a „bizonytalanok”?

A kérdések megválaszolását elsőként a korrespondencia-térképek szegmensenkénti elkészítésével kezdtük. A korábban kialakult észlelési csoportok nagyságrendileg nem változtak ugyan, kisebb elmozdulások azonban megfigyelhetők.

Így például a „lelkesek” csoportja a FEEK és IGYFK pozícióját az összesített eredményhez képest kissé negatívabbnak értékelték, ugyanakkor a „bizonytalanok” a BTK és az MK észlelése kapcsán mutattak pozitívabb képet (és festették le az ÁJK, ÁOK, KTK hármását negatívabban). Az „elégedetlenek” az ETK, PMMK és

5. ábra: Hallgatói klaszterek pozíciója karonkénti bontásban



TTK esetében tértek el az átlagos értékeléstől, igaz, előjelét tekintve nem egyértelmű a változás, hiszen mind pozitív, mind negatív jelzők esetében erősödött a kapcsolat.

Vizsgáltuk azt is, hogy a négy hallgatói szegmens pozíciója karonkénti bontásban hogyan alakul a korrespondencia-térképen. Ezt mutatja az 5. ábra.

Látható, hogy a legtöbb kar esetében a „lelkesekek” értékelése eltér a többi szegmensétől. A másik három klaszter percepciója ugyanakkor többnyire átfedést mutat. Nincs egyértelmű kapcsolat ugyanakkor a szegmensek pozíciója és a vizsgálatban használt jelzők között, vagyis nem találtunk korrelációt a negatív attitűd és a negatív jelzők között. Itt kell azonban megjegyezni újfent, hogy a Karok megítélését mutató aggregátum nem számszerűsíthető, azt a hozzá rendelt jelzők említési gyakorisága alakítja. Mégis érdekes eredmény, hogy vannak Karok, amelyekhez inkább negatív, másokhoz inkább pozitív jelzők kerültek közelebb.

Összességében tehát megállapítható, hogy az attitűd-alapú klaszterek és a Karok hallgatói megítélése kapcsán inkább csak gyenge kapcsolat mutatható ki, azaz a piaci pozíció stabilnak tekinthető.

JEGYZETEK

- 1 Az átlag úgy alakult ki, hogy azokat, akik erre a kérdéskörre nem válaszoltak, kihagytuk (410 fő maradt ki).
- 2 Az a 445 hallgató, aki semmilyen jelzöt nem jelölt meg egyetlen karhoz sem, nem szerepel a táblázatban.
- 3 Centroid: A vizsgált változók szerinti „legjellemzőbb”, átlagos értékek a csoportban. A centroidtal leírható egyed nem feltétlenül valós egyed, de ő lenne az, aki a csoportra leginkább jellemző tulajdonságokkal rendelkezik.

HIVATKOZÁSOK

- Hajdu O. (2003): *Többváltozós statisztikai számítások*. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest 457 o.
- Héjy A. (2008) „'Elvont tarisznyások' és 'beképzelt magolósok' - hogyan látják egymást a PTE egyes karainak hallgatói?“, *Tudásmenedzsment*, 9 1, pp.92-98
- Kotler, P., Keller, K. L. (2008), *Marketingmenedzsment*. Akadémiai Kiadó, Budapest

- Mitchell, V-W. (1994a), „How to Identify Psychographic Segments: Part 1“, *Marketing Intelligence & Planning*, 12 7, pp.4-10
- Mitchell, V-W. (1994b), „How to Identify Psychographic Segments: Part 2“, *Marketing Intelligence & Planning*, 12 8, pp.11-17
- Oskamp, S., Schultz, P. W. (2005), *Attitudes and opinions*, 3/e., Routledge, London

Szűcs Krisztián, PhD
adjunktus, szucs@tk.pte.hu
Tiszberger Mónika
tanársegéd

Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Kuráth Gabriella, PhD
marketingvezető, Pécsi Tudományegyetem

IT'S YOU, FOLKS – LESSONS FROM A CORRESPONDENCE ANALYSIS

Positioning is one of eternal challenges for marketing professionals. Customer is a core of the problems from both theoretical and practical perspective. Measurement and solving the problems need a professional approach, while perceptions of customers are determined by a huge number of factors. This study illustrates how marketing research methods serve for identification of customers' perceptions. As a result one can be informed of analytical factors of assessment of different university faculties.

Krisztián Szűcs, Mónika Tiszberger,
Gabriella Kuráth