



A pszichológiai márkaközösségek vizsgálata strukturális egyenletek modelljének segítségével

- Kutatási terv -

Kazár Klára

Doktorandusz hallgató, I. évfolyam

Témavezető: Dr. Kovács Péter

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Közgazdaságtani Doktori Iskola



Nemzeti Fejlesztési Ügynökség
www.ujszechenyiterv.gov.hu
06 40 638 638



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.

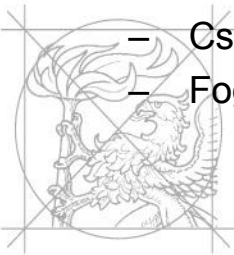
Előadás szerkezete

- Kutatási téma bemutatása
- Tervezett módszertani eszközök
- Eredmények
- További tervek



A márkaközösségekről

- „A márkaközösség egy speciális, nem földrajzi alapú közösség, amely egy adott márka közötti társas kapcsolatokra épül” (Muniz – O’Guinn 2001)
- Definíciók
 - Társas és pszichológiai márkaközösségek (Carlson et al 2008, Drengner et al 2012)
 - Anti márkaközösségek (Hollenbeck – Zinkhan 2006)
 - Márka-szekták (Atkin 2004)
- Előnyök (Muniz – O’ Guinn 2001, Carlson et al 2008, Devasagayam – Acosta 2010, Füller et al 2008)
 - Lojalitás, szájreklám (WOM)
 - Termékhasználat, termékfejlesztés segítése
- Háttér
 - Csoporthatás (Hofmeister-Tóth 2006, Törőcsik 2009, Olson 1997)
 - Fogyasztói externáliák (Lebenstein 1950, Buchanan – Stubblebine 1962)



Téma pontosítása

- Márkaközösség pszichológiai érzete zenei fesztivál esetén
 - Közösség érzetének előnyei, de elegendő-e a közösség pszichológiai érzete?
 - Kevés a szolgáltatás, rendezvényt kapcsolatos vizsgálat
 - Zenei fesztivál: egyéb márkákhoz megfelelő platform

- Márkaközösség pszichológiai érzetének (PSCB) vizsgálata
 - Drengner et al (2012): zenei fesztiválra kifejlesztett modell, de csak a lojalításra való hatás
 - Carlson et al (2008): elkötelezettségre és szájreklámra kifejlett hatás is

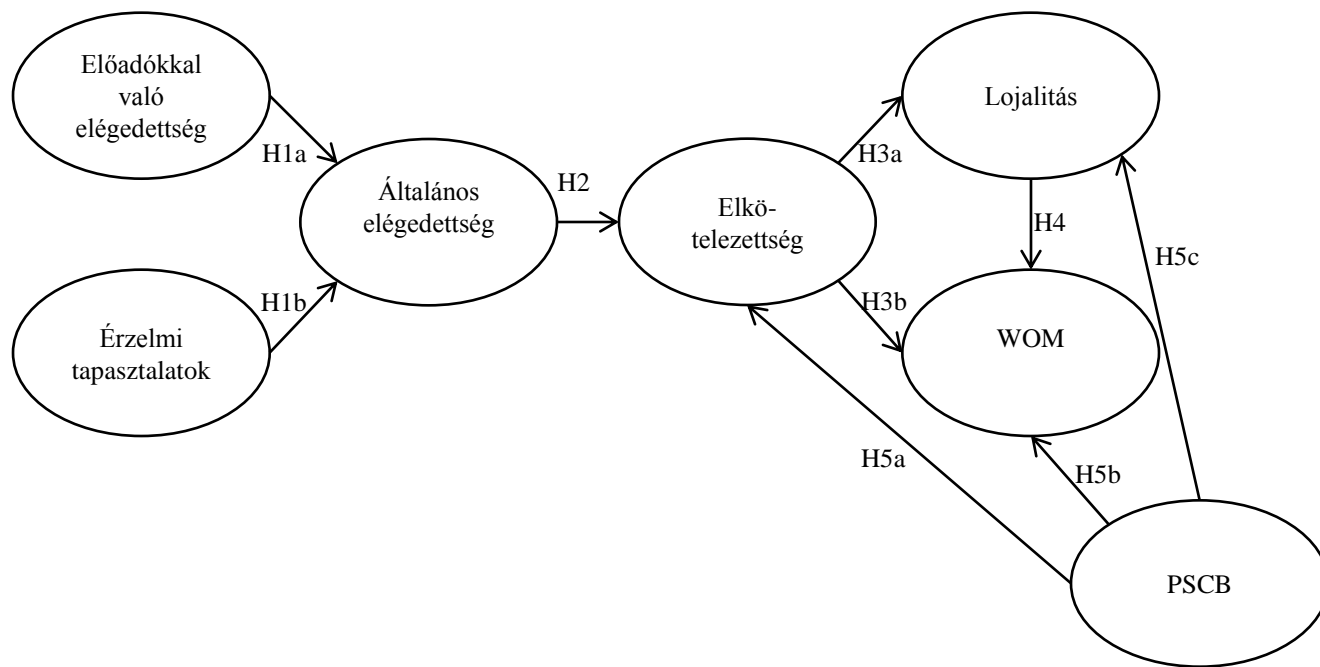
- Változók:
 - Előadókkal való elégedettség
 - Érzelmi tapasztalatok
 - Általános elégedettség
 - Lojalitás
 - PSCB
 - WOM
 - Elkötelezettség

Drengner et al (2012)

Zeithaml et al (1996),
Boemer – Kasper (1995)



Tervezett hipotézisek



Forrás:

Drengner et al (2012)

Bloemer – Kasper (1995), Pritchard et al (1999), Carlson et al (2008)

Bowen – Chen (2001) alapján saját szerkesztés



Adatgyűjtés

- Primer kutatás
 - Kvalitatív: fókuszcsoport
 - Kvantitatív: kérdőív
- Választott rendezvény
 - SZIN
 - Fesztiválok preferenciájának mérése
- Vizsgálat alanyai
 - SZIN-en részt vevő fiatalok/egyetemisták
- Adatgyűjtés
 - Fesztiválon való megkérdezés
 - Szegedi Tudományegyetem hallgatói levelező listái



Statisztikai eszközök

- Strukturális egyenletek modellje (SEM)
 - Látens változós modellek

$$\begin{aligned} \mathbf{x} &= \Lambda_x \xi + \delta, \\ \mathbf{y} &= \Lambda_y \eta + \epsilon, \\ \eta &= \mathbf{B} \eta + \Gamma \chi + \zeta. \end{aligned}$$

CB-SEM	PLS útelemzés
Elmélet tesztelés	Paraméter becslés, hatás vizsgálat, feltáró kutatás
Alkalmazási feltétel: normális eloszlás	Nem előfeltétel a normális eloszlás (nominális, ordinális skálák)
Min. 100, 200 vagy annál nagyobb elemű minta	Kis minták esetén is alkalmazható

Forrás: Diamantopoulos – Sighaw (2000), Haenlein – Kaplan (2004), Henseler et al (2009), Hair et al (2009), Hair et al (2011)

- Elmélet tesztelés PLS útelemzés esetén: bootstrap mintavétel (Henseler et al (2009), Hair et al (2011))



Eddigi eredmények

- Témaválasztás, kutatási terv
- Alapvető irodalmak megismerése
 - Márkaközösség
 - Strukturális egyenletek modellje
- PSCB hatásának vizsgálata



Várható eredmények

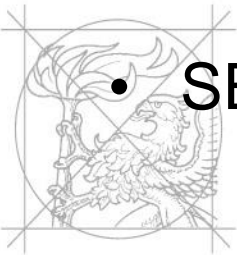
- Márkaközösségekkel kapcsolatos kutatások
 - Márkaközösség pszichológiai érzete
 - Szolgáltatás esetén való vizsgálódás
- Strukturális egyenlet modellek fejlesztése
 - PLS esetén paraméter tesztelés
 - Modell illeszkedésének vizsgálata



További tervek

- A tervezett modell elemei közötti kapcsolatok mélyebb megalapozása
 - Zenei fesztivál esetén az elégedettséget, lojalitást befolyásoló tényezők feltárása
 - Elégedettség - Elkötelezettség
 - Elkötelezettség – Lojalitás
 - Elkötelezettség – WOM
 - PSCB hatása, okai

- SEM irodalmak



Köszönöm a figyelmet!

E-mail: kazar.klara@eco.u-szeged.hu

Jelen előadást „Az SZTE Kutatóegyetemi Kiválósági Központ tudásbázisának kiszélesítése és hosszú távú szakmai fenntarthatóságának megalapozása a kiváló tudományos utánpótlás biztosításával” című, TÁMOP-4.2.2/B-10/1-2010-0012 azonosítószerű projekt támogatja. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.

