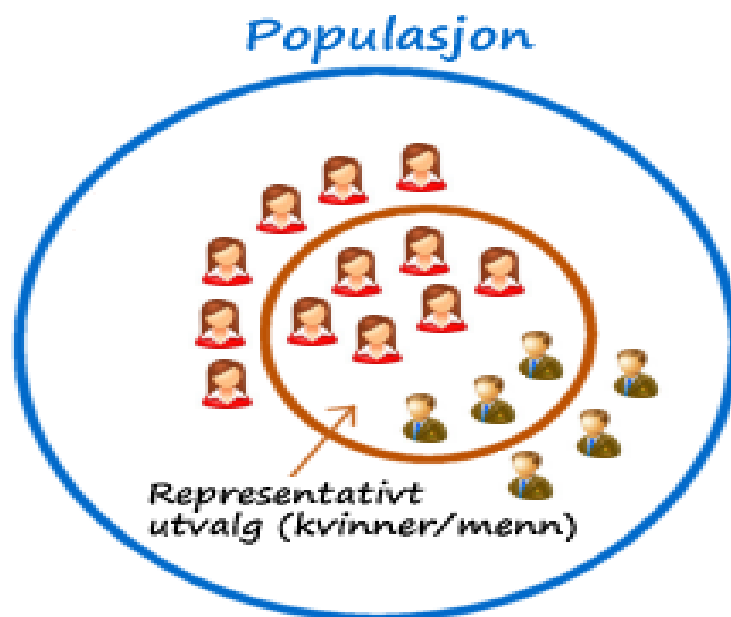


Utvalgsplan



- Hva er et utvalg og hvordan gå frem for å trekke utvalget til en markedsanalyse?
- Hvilke utvalgsmetoder finnes, hvordan bruke dem og hvilke fordeler/ulempes har de?

Innhold

1 Utvalgsplan	3
1.1 Hvorfor trekke et utvalg?	3
1.2 Hva er et utvalg?	4
1.3 Populasjon (teoretisk univers) og utvalgsramme (empirisk univers)	5
1.4 Populasjon (teoretisk univers)	7
1.5 Utvalgsramme (empirisk univers)	8
1.6 Hva gjør man hvis enkelte grupper i utvalgsrammen blir underrepresentert ?	8
1.7 Målgruppe (Utvalgsenhet).....	8
1.7.1 Hvor finner vi undersøkelseenhetene?	10
1.7.2 Hvilke aktører i kjøpegruppen skal betraktes som undersøkelseenhet?	10
1.8 Utvalgsstørrelse	12
1.8.1 Ekstensiv vs. Intensive opplegg	12
1.8.2 Faktorer som påvirker utvalgsstørrelsen	14
1.8.3 Nøyaktig.....	15
1.8.4 Budsjett/økonomi.....	16
1.8.5 Analyse/nedbrytning	16
1.8.6 Populasjonstørrelses.....	17
1.8.7 Populasjons varians	18
1.9 Tradisjonell statistisk metode	18
1.10 Representativt utvalg	20
1.11 Utvalgmetode.....	22
1.12 Sannsynlighetsutvalg.....	23
1.12.1 Hva er et sannsynlighetsutvalg?.....	23
1.12.2 Utvalgsfeil	24
1.12.3 Bruk av sannsynlighetsutvalg.....	25
1.12.4 Former for sannsynlighetsutvalg	25
1.12.5 Tilfeldig utvalg	26
1.12.6 Systematisk utvelging	26
1.12.7 Enkel tilfeldighetsutvalg.....	27
1.12.8 Stratifisert utvalg	27
1.12.9 Klynge utvelging	28
1.12.10 Valg av metode.....	30
1.13 Ikke-sannsynlighetsutvalg.....	30
1.13.1 Skjønnsmessig utvelging	30
1.13.2 Selv seleksjons utvalg	31
1.13.3 Strategisk utvalg	31
1.13.4 Slumpmessig utvalg.....	31
1.13.5 Kvoteutvalg	32

1 Utvalgsplan

Utvalgsplanen skal fortelle hvem som skal være med i undersøkelsen, og skal omfatte minst følgende fire punkter:



1.1 Hvorfor trekke et utvalg?

Det finnes mange årsaker til at man velger å trekke ut en stikkprøve istedenfor å intervju eller observere hele populasjonen/universet. De viktigste årsakene er imidlertid;

1. **Kostnadsbesparelser.** Det er rimeligere å undersøke noen få elementer i populasjonen, enn hele populasjonen.
2. **Tidsbesparelse.** Man får fram informasjonen raskere enn om hele populasjonen skulle intervjues.
3. **Feilkilde** som ligger i å samle in store datamasser reduseres.

I enkelte tilfeller er utvalg dessuten den eneste muligheten til å samle inn data om en populasjon. Feks. når man ikke har noen klart avgrenset populasjon. Dette kan være fordi den er uendelig stor, eller fordi det teoretiske universet er ukjent (f.eks. alle HIV - positive i Afrika).