

Präferenzanalyse mit R

Präferenzen sind ein sozialwissenschaftliches Konzept, das darauf beruht Wahlmöglichkeit zwischen verschiedenen Alternativen zu haben und diese in eine Rangordnung zu bringen. Zur Erhebung von Präferenzen gibt es verschiedene Ansätze wie z.B. Paarvergleiche, Rankings oder Ratings. Die Methoden sind generell anwendbar, wenn man „Äpfel und Birnen“ bezüglich eines bestimmten Aspekts vergleichen möchte.

Das Buch besteht aus zwei Teilen: einer einfachen Einführung in neuere statistische Methoden zur Präferenzanalyse und wie diese mit Hilfe der Open-Source-Software R und dem Programm-Modul prefmod umgesetzt werden können, sowie einem Anwendungsteil, der aus sechs wissenschaftlichen Beiträgen aus den Gebieten Marketing, Behavioural Finance und Human Resource Management besteht. Hierbei werden verschiedenste Themen behandelt. Welche Schlüsselemente bringen Mobiltelefonkunden dazu den Anbieter zu wechseln? Welche Aspekte sind bei der Zusammenstellung eines Wunschautos wichtig? Welche Merkmale und Serviceleistungen wirken sich auf die Präferenzierung eines bestimmten Kinos aus? Wie stehen Laufzeit, Rendite, Risiko und Anlagebetrag bei Kapitalanlageentscheidungen in Beziehung? Schätzen Anlageberater und Kunden verschiedene Risikoarten von Fondsprodukten unterschiedlich ein? Welche Eigenschaften bevorzugen Dienstvorgesetzte an ihren Mitarbeitern, und was glauben diese, dass von ihnen erwartet wird.

Zu jedem dieser Beiträge gibt es einen Appendix, in dem die notwendigen R Befehle erklärt werden, um die Ergebnisse nachvollziehen zu können. Von einer begleitenden Webseite können alle Datensätze und Programmcodes heruntergeladen werden.

978-3-7089-0385-9



www.facultas.at

facultas.wuv

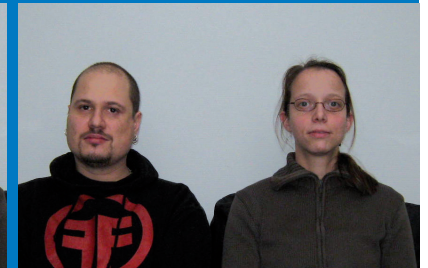
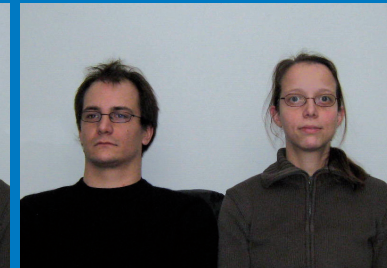


facultas.wuv



Präferenzanalyse mit R

HATZINGER | DITTRICH | SALZBERGER



REINHOLD HATZINGER | REGINA DITTRICH | THOMAS SALZBERGER

Präferenzanalyse mit R

Anwendungen aus Marketing, Behavioural Finance und Human Resource Management

Erwartungskoinzidenz bei
UniversitätsprofessorInnen und wissenschaftlichen
MitarbeiterInnen
Das log-lineare Bradley-Terry Modell für Paarvergleichsdaten

Daniela Weber and Maria Weiler

11. März 2009

Die Studie durchgeführt an der Wirtschaftsuniversität Wien

Stichprobe

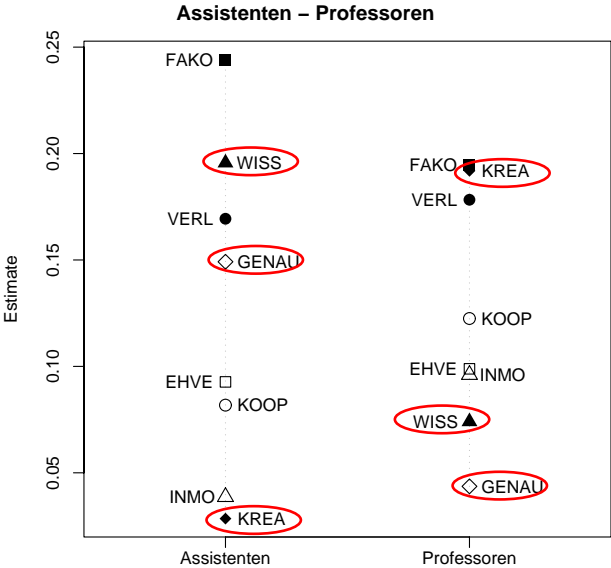
- 96 wissenschaftliche MitarbeiterInnen (Assistenten)
- 31 Dienstvorgesetzte (Professoren)

Persönlichkeitseigenschaften

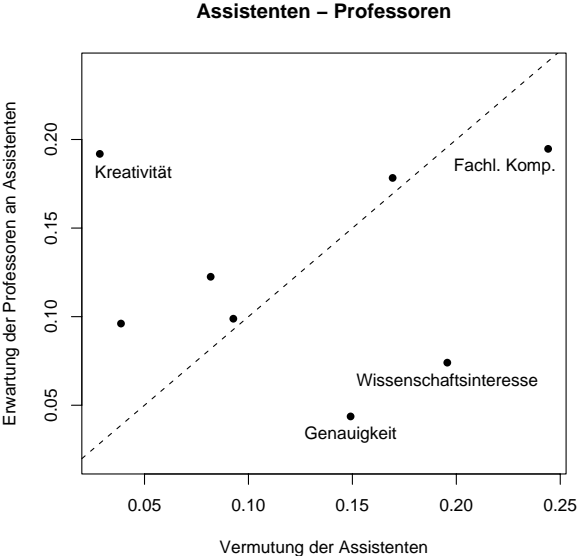
- Verlässlichkeit
- Wissenschafts- und Forschungsinteresse
- Fachliche Kompetenz
- Kooperationsfähigkeit
- Genauigkeit / Gewissenhaftigkeit
- Inspiration / Motivation
- Kreativität
- Ehrlichkeit / Vertrauenswürdigkeit

Geschlecht, Dienstalter und Institutsgröße

Erwartung d. Professoren - Vermutung d. Assistenten



Erwartung d. Professoren - Vermutung d. Assistenten (2)

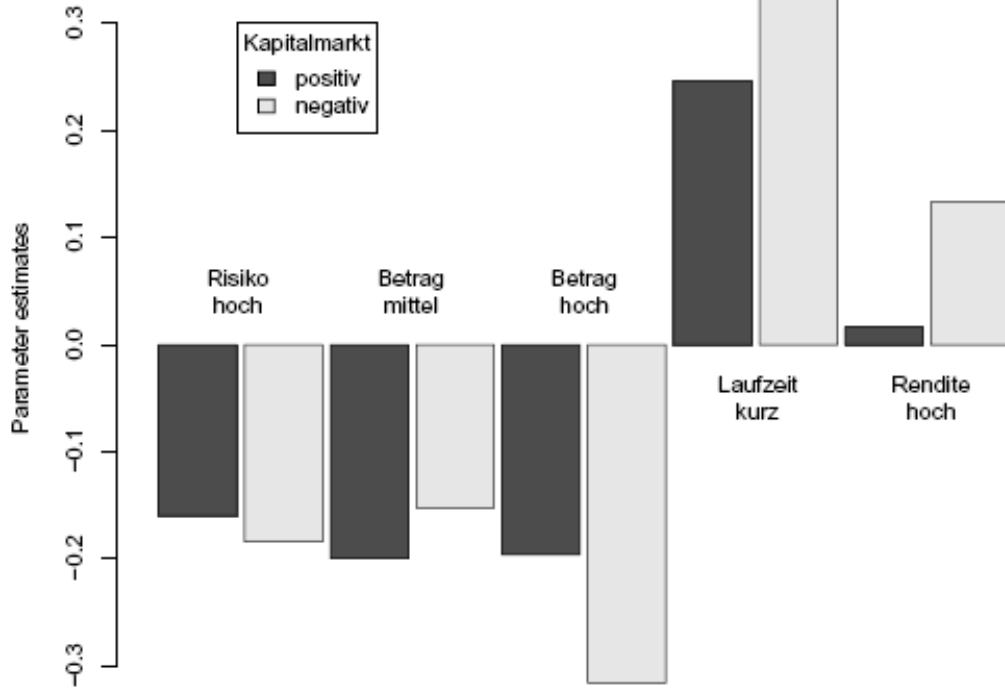


Eigenschaften von Kapitalanlagen – Bradley-Terry Modell (Conjoint-Design)

Birgit Miksch, David Seres und Martin Hölbl

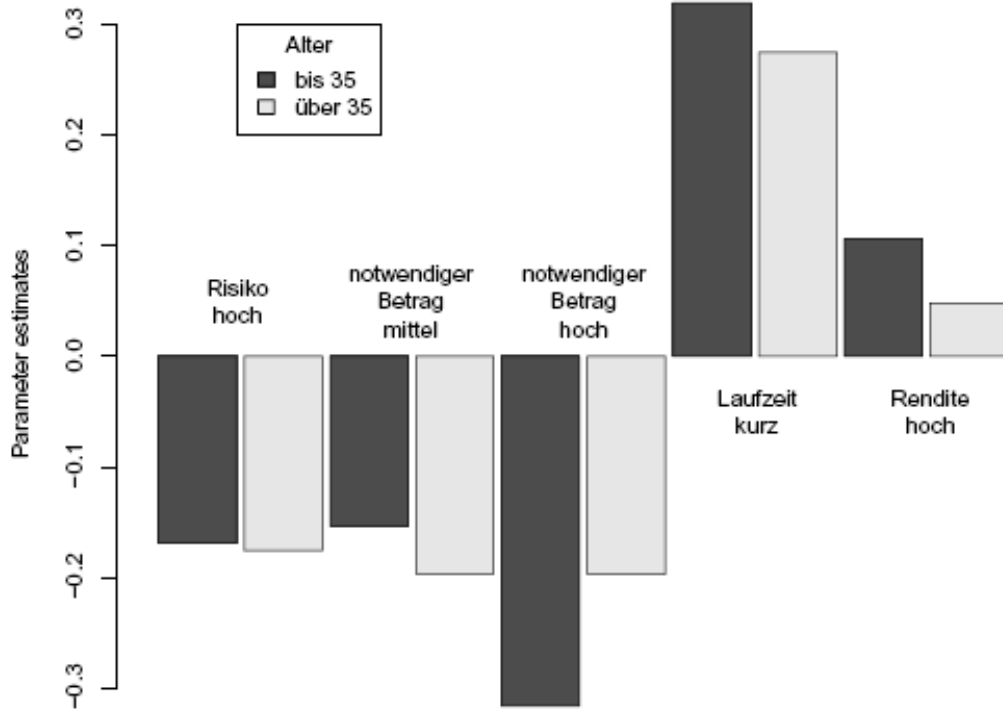
11. März 2009

Äußeres Umfeld der Anlageentscheidung



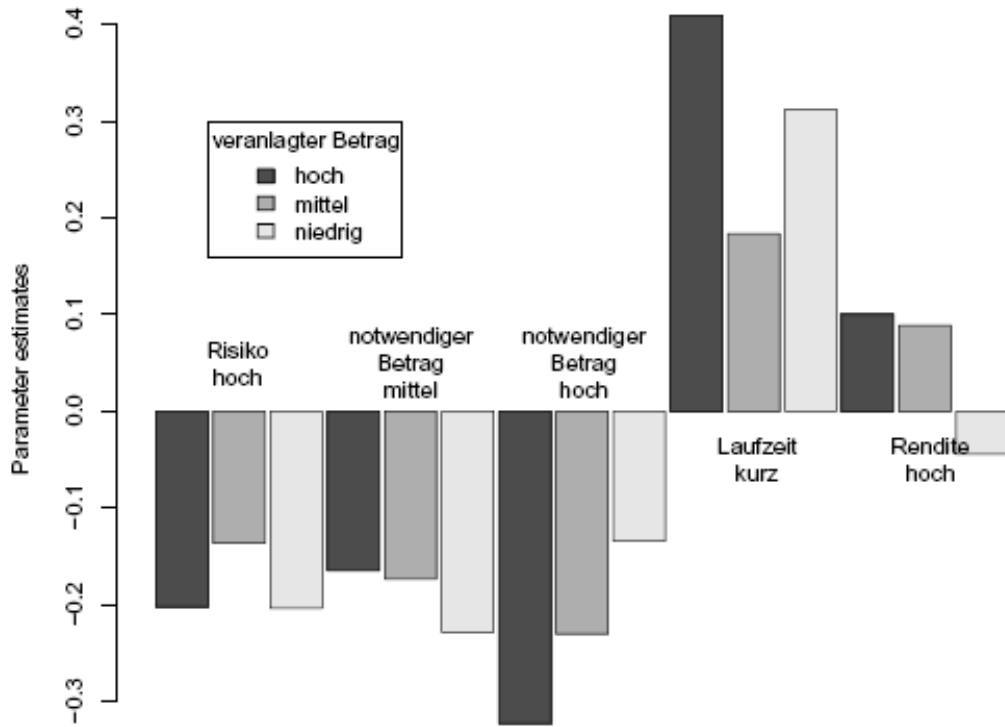
- 
- Kurze Laufzeit
 - Hohe Rendite

Persönliches Umfeld der Anleger



- Kurze Laufzeit
- Hohe Rendite

Wirtschaftskraft des Anlegers



- Kurze Laufzeit
- Hohe Rendite



Die Präferenzen der österreichischen Mobiltelefonkunden

Andreas Ernst
Margit Kastner
Brigitte Stangl
Karin Teichmann



Betreiberwechsel: aus verschiedenen Gründen



Warum Kunden tatsächlich wechseln...

