

网上市场调查的特点与方法：网上市场调查的特点 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E7_BD_91_E4_B8_8A_E5_B8_82_E5_c40_62582.htm 网上市场调查的特点与方法 网上市场调查的特点通过Internet进行市场调查，可以借鉴传统市场调查的理论和方法，但由于Internet自身的特性，网上调查也有一些与传统市场调查不同的特点。

- 1.无时空的限制这是网上调查所独有的优势。如澳大利亚的市场调查公司在中国与十多家访问率较高的ICP和网络广告站点联合进行了“1999中国网络公民在线调查活动”，如果利用传统的方式进行这样的调查活动，其难度是无法想像的。
- 2.高效率传统的市场调查周期一般都较长，网上调查利用覆盖全球的Internet的优势弥补了这一不足。web和电子邮件大大缩短了调查的时间，这比用几周或几个月来邮寄调查表或是通过电话方式联系调查对象获得反馈信息快得多，Internet只需几个小时。以零点-搜狐网上调查系统为例，目前该调查专页每天有约400~600位主动浏览的访问者，10天内可以获得约5000位受访对象，而通过街头拦访或电话访问来获得同样样本量的访问量，至少需要2~3倍的时间。因此，借助Internet进行市场调查正在成为更佳解决方案。
- 3.组织简单、费用低廉网上调查在信息采集过程中不需要派出调查人员、不需要印刷调查问卷，调查过程中最繁重、最关键的信息采集和录入工作分布到众多网上用户的终端上完成，可以无人值守和不间断地接受调查填表，信息检验和信息处理由计算机自动完成。在传统调查方式中，纸张、印刷、邮资、电话、人员培训、劳务，以及后期统计整理等要耗费大量的人力和财力。

虽然通过Internet进行联机调查没有降低调查的基本费用，如设计调查问卷表、分析调查结果等，但网上调查确实降低了调查实施的附加成本、接触成本以及数据分析处理方面的费用。网上调查的初期费用仅包括组织核对E-mail地址、创建调查网页与数据库等方面的费用，对于座谈场地、访问场合的要求均简单地在网上实现。

4.更加准确的统计在调查信息的处理上，网上调查省去了额外的编码录入环节，被调查者直接通过Internet将信息以电子格式输入数据库，从而减少了数据录入过程中的遗漏或编误，在自动统计软件配合更为完善的情况下，用很短的时间就能完成标准化的统计分析工作。

5.时效性强网上调查的数据来源直接，而且可以事先编制好软件进行处理，所以在一些网上调查中，一旦应答者填写完毕，即可迅速被确认或显示出调查的简要结果。例如，对调查满意的响应者可以通过电子邮件来表达感谢；而对于那些不满意的响应者可以返回一些表示抱歉的信息；反馈信息也可包括要求提供的产品信息等。

6.更加方便早在20世纪90年代初，美国路易斯安那州立大学教授Donna Mitchell就对网上调查与传统纸笔调查效果进行了对比研究。结果表明，被调查者认为网上调查更重要、更有趣、更愉快、更轻松。他们不仅愿意回答更多的问题，而且反馈的信息更坦白。与传统方式不同，调查对象可以在一种无调查人员在场的相对轻松和从容的气氛中填写问卷，达到面对面提问无法比拟的效果。此外由于网上调查一般都是在线封闭式填写，所以回答非常方便。

7.更好的保密效果网上调查使用匿名提交的方法，因此比其他传统的调查方法拥有更加彻底的保密性能。

8.调查结果受制于调查对象在传统调查中，一般是调查者主动向

被调查者提出问题或要求。而在Internet上，被调查者是在完全自愿的原则下参与调查，调查的针对性更强。但网上调查的问卷能否收回，取决于被调查者对调查项目的兴趣。这种区别将会在一定程度上影响调查结果的可靠性和样本的准确性，因此可能会出现下述两种情况：一方面，通过电子邮件或web方式进行调查，其调查结果均由调查对象自己填写，而且不可能更改，所以能够保持其真实性。另外由于被调查者在完全独立思考的环境下接受调查，不会受到调查员及其他外在因素的误导和干预，这将能提高调查结果的客观性。但另一方面，由于网上调查是在非面对面的情况下进行的，调查对象没有任何的压力和责任，这也很容易导致他在回答问题上的随意性，甚至还可能故弄虚假，再加上网上的调查对象来源具有不确定性，在调查过程中很难进行复核。另外，网上调查中往往会出现回答不完整，甚至重复回答的现象，这些在数据处理中很难剔除。而且，网上调查不像传统方式面对面容易判断答案的准确性，这需要在分析调查结果阶段根据所得到的数据加以论证分析，去伪存真。

9.调查对象群体受到限制

市场调查中的抽样调查，如入户调查和街头拦访等，能保证以小部分人的意见代替全体人(目标群体)的意见，这小部分人在群体中是随机产生的，具有数理上的科学性。但在网上调查中情况就不同了。首先，Internet是一个极为开放的空间，任何人都可参与；其次，目前上网的消费者人数很少，这意味着被调查对象的规模不大，而且上网者是一个高收入、城市化和高学历的群体，难以具有真正的代表性。因此，网上调查受网上受众特征的限制，其调查结果一般只反映网民中对特定问题有兴趣的“舆论积极分子”的意见

，它所能代表的群体可能是有限的。所以，网上调查要看具体的调查项目和被调查者群体的定位，如果被调查对象规模不够大，就意味着不适合于在网上进行调查。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com