

प्राथमिक समंकों के संकलन की रीतियाँ (Methods of Collecting Primary Data)

प्राथमिक समंकों को संकलित करने की महत्वपूर्ण रीतियाँ निम्नलिखित हैं—

(1) सर्वेक्षण विधि—इस तकनीक के अन्तर्गत ग्राहकों से प्रत्यक्ष सम्पर्क स्थापित करना होता है, और उनसे विभिन्न प्रकार की सूचनाएँ एकत्र करनी होती हैं। सर्वेक्षण निम्नलिखित प्रकार के होते हैं—

(i) व्यक्तिगत साक्षात्कार सर्वेक्षण (The Personal Interview Survey)—इस विधि में शोधकर्ता स्वयं सूचना देने वालों से व्यक्तिगत सम्पर्क स्थापित करता है। उससे विभिन्न प्रश्न पूछ कर लम्बी प्रश्नावली उत्तरों द्वारा भरता चला जाता है। इस विधि से अपेक्षाकृत विस्तृत सूचनाएँ प्राप्त कर ली जाती हैं। इसमें सूचना देने वालों को शोधकर्ता की बुद्धि से सहयोग एवं रुचि प्रदान की जाती है और यदि किसी प्रश्न के बारे में सूचना देने वाला सन्देह-युक्त है तो उसको स्पष्ट करना शोधकर्ता का कर्तव्य है।

यह रीति सीमित एवं स्थानीय क्षेत्रों के लिए उपयुक्त है। इसमें समंकों की मौलिकता, शुद्धता एवं गोपनीयता बनी रहती है। यह विधि लोचपूर्ण होती है। इस विधि का सबसे बड़ा दोष यह है कि यह सीमित क्षेत्र में सम्भव है। अत्यधिक समय, श्रम एवं धन व्यय करना होता है एवं पक्षपात से सूचनाएँ प्रभावित हो सकती हैं।

(ii) टेलीफोन सर्वेक्षण (The Telephone Survey)—यह विधि उपर्युक्त विधि के समान ही है। अन्तर केवल इतना है कि इसमें साक्षात्कार लेने वाला अर्थात् शोधकर्ता प्रत्यक्ष सूचना देने वालों के पास नहीं जाता है, बल्कि टेलीफोन द्वारा उनसे सम्पर्क स्थापित करता है।

इस विधि का प्रमुख लाभ यह है कि इसमें समय की बचत होती है और कई व्यक्तियों से जो चाहे किसी क्षेत्र में बैठे हो, शीघ्र वहाँ जाये बिना सम्पर्क स्थापित कर

लिया जाता है और इस प्रकार उपरोक्त विधि की अपेक्षा दिन भर में कितने ही अधिक व्यक्तियों से सम्पर्क किया जा सकता है। इस विधि के अन्तर्गत उन व्यक्तियों से, जहाँ पर पहुँचना सरल नहीं है, भी सम्पर्क स्थापित हो जाता है। इस विधि के अन्तर्गत एक अच्छी बात यह होती है कि चूँकि प्रश्न का उत्तर एकदम देना होता है, अतः उत्तर के किसी अन्य व्यक्ति द्वारा प्रभावित होने का अवसर कम रहता है। इसमें सबसे बड़ा दोष यह है कि इस विधि में केवल उन्हीं व्यक्तियों से सम्पर्क किया जा सकता है जिनके पास टेलीफोन होता है, अर्थात् इस प्रकार समाज के सभी व्यक्तियों का ये व्यक्ति सही प्रतिनिधित्व नहीं कर पाते हैं।

(iii) पत्राचार सर्वेक्षण (The Mail Survey)—इस विधि के अन्तर्गत सूचना देने वालों के पास प्रश्नावलियाँ भेज दी जाती हैं और उनके साथ एक पत्र भेज दिया जाता है जिसे Covering Letter कहते हैं, जिसमें अध्ययन या सूचना माँगने का उद्देश्य लिख दिया जाता है। सूचना देने वाले (Respondents) इन प्रश्नावलियों को भर कर वापिस भेज देते हैं। इसके अन्तर्गत वापसी को सफल बनाने के लिए टिकट लगे लिफाके साथ भेजे जाते हैं या स्टॉम्प के पैसे पेशगी डाकखाने को दे दिये जाते हैं। सूचकों का पूर्ण सहयोग प्राप्त करने के लिए उन्हें कुछ भेंट या उपहार दिया जाता है तथा सूचनाओं को गुप्त रखने का आश्वासन दिया जाता है। इसके लिए शोधकर्ता प्रश्नावलियाँ तैयार करते समय यह ध्यान रखता है कि पूछे जाने वाले प्रश्न सरल, स्पष्ट एवं संक्षिप्त हो तथा उत्तेजनात्मक न हो, आदि।

इस विधि का प्रयोग विस्तृत क्षेत्र वाले अनुसन्धान के लिए उपयुक्त है। इस रीति में मौलिकता एवं मितव्ययिता बनी रहती है। लेकिन इसमें दोष यह है कि सूचना अपर्याप्त एवं अपूर्ण एकत्र होती है। इसमें लोचशीलता नहीं होती है। इस विधि की सफलता अनुसूची के उचित निर्माण पर काफी सीमा तक निर्भर करती है।

(iv) इलैक्ट्रॉनिक सर्वेक्षण (Electronic Survey)—इलैक्ट्रॉनिक सर्वेक्षण ई-मेल, इन्टरनेट अथवा वैंब द्वारा किया जा सकता है।

(v) तथ्यात्मक सर्वेक्षण (The Factual Survey)—वह सर्वेक्षण, जिसमें वास्तविक तथ्य एकत्रित किये जाते हैं, तथ्यात्मक सर्वेक्षण कहलाता है। इसमें प्रश्नावली पर प्रत्येक प्रश्न के सामने दो बॉक्स होते हैं। इनमें से किसी एक पर सही का निशान लगाना होता है। उदाहरण के लिए,

(a) क्या आप मॉडर्न ब्रेड का प्रयोग करते हैं ?

हाँ/नहीं

(vi) मत सर्वेक्षण (The Opinion Survey)—इस प्रकार के सर्वेक्षण में सूचना देने वाले की सम्मति (Opinion) माँगी जाती है। पूछने वाला सूचक के समक्ष कोई बात कह देता है और उस पर सूचक से अपनी राय व्यक्त करने के लिए कहा जाता है। जैसे—'क्या आप बिसलरी वाटर का प्रयोग करना चाहेंगे ?' बिसलरी वाटर के बारे में आपकी क्या राय है ?

(vii) व्याख्यात्मक सर्वेक्षण (The Interpretative Survey)—इस प्रकार के सर्वेक्षण में सूचक को 'क्यों' (Why) प्रश्न का समाधान करना पड़ता है। उदाहरण के लिए, 'आप सिबाका टूथपेस्ट का प्रयोग क्यों करते हैं ?' आप हीरा होण्डा मोटर साइकिल क्यों पसन्द करते हैं ? आदि

(viii) संगणना सर्वेक्षण (The Census Survey)—जब किसी भी समस्या से सम्बन्धित पूरे समूह का अध्ययन किया जाता है या समग्र की प्रत्येक व्यक्तिगत इकाई का

विस्तारपूर्वक अध्ययन किया जाता है, तो इस प्रकार का सर्वेक्षण 'संगणना सर्वेक्षण' कहलाता है। उदाहरण के लिए, 'प्रिंस ब्लेड का लोग क्यों प्रयोग करते हैं?' इसके लिए सर्वेक्षण के अनुसार देश के समस्त प्रयोगकर्ताओं से सम्पर्क स्थापित करना होगा। यह विधि सीमित क्षेत्र में उपयुक्त है। जहाँ पर प्रत्येक इकाई का गहन अध्ययन करना हो अत्यधिक शुद्धता अपेक्षित हो, वहाँ पर यह विधि उपयुक्त है। सूचनाएँ इस विधि से अपेक्षाकृत अधिक विश्वसनीय होती हैं। परन्तु इस विधि की कमी यह है कि यह अधिक समय, श्रम एवं धन चाहती है और कई परिस्थितियों में यह असम्भव भी है।

(ix) निदर्शन सर्वेक्षण (Sample Survey)—इस विधि में संगणना सर्वेक्षण की कठिनाइयों से बचने के लिए पूरे समूह या समग्र में से किसी आधार पर कुछ प्रतिनिधि इकाइयाँ चुन ली जाती हैं और उन चुनी हुई इकाइयों के विस्तृत अध्ययन से निष्कर्ष निकाला जाता है। समग्र में से चुनी हुई इकाइयों को प्रतिनिधि समक या न्यादर्श (Sample) कहा जाता है। यह विचारधारा इस अवधारणा पर आधारित है कि यदि किसी बहुत बड़े समूह में से दैव निदर्शन द्वारा यथोचित रूप से बड़ी संख्या में इकाइयों को चुन लिया जाये, तो यह लगभग निश्चित है कि इन इकाइयों में औसत रूप से उस बड़े समूह के गुण आ जायेंगे।

यह नियम तभी लागू होता है जबकि इकाइयाँ दैव प्रणाली (Random Sampling) के अनुसार चुनी जाये एवं न्यादर्श पर्याप्त रूप से बड़ा हो।

निदर्शन अनुसन्धान से धन, समय एवं श्रम की बचत होती है। इकाइयाँ कम होने के कारण अधिक गहन जाँच सम्भव बन जाती है। अनन्त समग्र की दशा में, समग्र की समाप्ति की अवस्था में तथा जहाँ पर संगणना अनुसन्धान असम्भव होता है, इस निदर्शन सर्वेक्षण विधि का प्रयोग किया जाता है। विपणन शोध में प्रयोग की जाने वाली विभिन्न निदर्शन तकनीकें निम्नलिखित हैं—

दैव निदर्शन (Random Sampling)—इस रीति के अन्तर्गत पूरे समग्र में से इकाइयाँ इस प्रकार छाँटी जाती हैं कि प्रत्येक इकाई के न्यादर्श (Sample) में सम्मिलित होने की बराबर सम्भावना होती है। दैव निदर्शन के अनुसार सैम्पल चुनने की निम्न पद्धतियाँ हैं—(a) लॉटरी विधि। (b) निश्चित क्रम द्वारा (c) ढोल घुमाकर।

सविचार निदर्शन (Deliberate Sampling)—इस विधि में इकाइयों का चुनाव पूर्णतया शोधकर्ता की इच्छा पर निर्भर करता है। यही कारण है कि यह विधि पक्षपात की भावना से दूषित हो जाती है।

सुविधानुसार निदर्शन (Convenience Sampling)—इस रीति में शोधकर्ता अपनी सुविधा के अनुसार टेलीफोन डायरेक्ट्री में से या किसी अन्य प्रकाशित सूची में से सैम्पल चुन लेता है। यह विधि सरल है, परन्तु अवैज्ञानिक है।

विस्तृत निदर्शन (Extensive Sampling)—यह संगणना सर्वेक्षण के समान है। इसमें अधिक से अधिक इकाइयों को छाँट लिया जाता है। केवल उन इकाइयों को छोड़ा जाता है, जिनके बारे में सूचना मिलना असम्भव होता है या कठिन होता है।

स्तरित निदर्शन (Stratified Sampling)—यह रीति सविचार निदर्शन एवं दैव निदर्शन विधि का मिश्रण है। इसके अन्तर्गत समग्र को पहले उसकी विभिन्न विशेषताओं के आधार पर सविचार निदर्शन द्वारा अनेक सजातीय स्तरों या खण्डों में बाँट लिया जाता है और फिर उन स्तरों में से अलग-अलग दैव निदर्शन (Random Sampling) के आधार पर इकाइयाँ चुन ली जाती हैं।

यहां यह उल्लेखनीय है कि एक अवस्था में समस्त सर्वेक्षण विधियाँ उचित नहीं ठहरती। इसलिए शोधकर्ता को यह निर्धारण करने के लिए कि कौन-सी विधि उचित है, एक तुलनात्मक अध्ययन करना चाहिए।

(2) प्रश्नावली विधि (Questionnaire Method)—आंकड़े एकत्रित करने की यह विधि अधिक अपनाई जाती है, विशेष तौर पर बड़ी पूछताछों हेतु। प्रश्नावली में पूछताछ के उद्देश्य से सम्बन्धित प्रश्न होते हैं और उनके उत्तरों हेतु स्थान प्रदान किया जाता है। अनुसन्धानकर्ता उत्तर देने वालों द्वारा प्रदान की गई सूचना की गोपनीयता को भी सुनिश्चित बनाता है। इस विधि का प्रयोग साधारण तौर पर शोध विशेषज्ञों द्वारा, प्राइवेट व्यक्तियों, गैर-सरकारी एजेन्सियों और कभी-कभी सरकार द्वारा किया जाता है। इस विधि की सफलता इस बात पर निर्भर करती है कि प्रश्नों को किस प्रकार तैयार किया जाता है और उत्तर देने वालों द्वारा किस प्रकार उत्तर दिए गए हैं।

(3) निरूपण विधि (Observation Method)—शोध की इस विधि के अन्तर्गत समकों को एकत्र करने का साधन सूचकों (सूचना देने वाले व्यक्तियों) की क्रियाओं का निरीक्षण करना होता है। इस विधि में कोई साक्षात्कार नहीं लिया जाता है, लेकिन कभी-कभी निरूपण के साथ-साथ कुछ अतिरिक्त सूचनाओं की प्राप्ति हेतु, कुछ मामूली प्रकार का साक्षात्कार कर लिया जाता है। उदाहरण के लिए, क्रेता को 'लक्स' या 'हमाम' साबुन खरीदते हुए निरूपण किया जाता है और तत्पश्चात् उससे थोड़ा सा पूछा जा सकता है कि उसने इसको क्यों खरीदा है? इस विधि की सफलता के लिए यह आवश्यक है कि क्रेता इस वास्तविकता से अनभिज्ञ हो कि उसको निरूपण किया जा रहा है ताकि वह अपने रोजाना के व्यवहार के अनुसार कार्य कर सके।

(4) प्रयोगात्मक विधि (Experimental Method)—पेज 31 पर देखें।

(5) अप्रत्यक्ष मौखिक पूछताछ (Indirect Oral Interviews)—इस विधि के अन्तर्गत सर्वेक्षणकर्ता आंकड़ों के एकत्रीकरण के लिए उस तीसरे पक्षकार से पूछताछ करता है जोकि प्रत्यक्ष/अप्रत्यक्ष रूप में उस व्यक्ति के नजदीक होता है जिसके लिए सूचना चाहिए होती है और वह सूचना प्रदान करने में हिचकिचाहट महसूस करता है अथवा सूचना छुपा सकता है और अपने बारे में झूठी तस्वीर प्रस्तुत कर सकता है। उदाहरण के लिए एक जुआरी अथवा नशा करने वाले अथवा एक हेराफेरी करने वाले व्यक्ति से सही सूचना प्राप्त करना बहुत कठिन है क्योंकि इससे सामाजिक दृष्टिकोण नष्ट होते हैं। इसी प्रकार चोरी अथवा हथियारों हेतु जानकारी पुलिस द्वारा उन तीसरे पक्षकारों से पूछताछ द्वारा प्राप्त की जाती है जिनको सर्वेक्षणों के अन्तर्गत मामलों की जानकारी होती है। ऐसे व्यक्तियों हेतु सही तस्वीर प्राप्त करने के लिए उस व्यक्ति से पूछताछ करके उत्तरों को रिकार्ड किया जा सकता है जिसके पास समस्या/व्यक्ति के बारे में पूर्ण वास्तविक सूचना है और जोकि द्वेषपूर्णता नहीं रखता एवं वह अपने-आप को प्रकट करने के योग्य है और जिस व्यक्ति को तथ्यों को रंग देने हेतु प्रेरित नहीं किया गया है। ऐसे व्यक्ति जिन से पूछताछ की जाती है उन्हें गवाह के रूप में जाना जा सकता है और उनके उत्तरों को रिकार्ड किया जाता है। इस विधि का प्रयोग आमतौर पर पूछताछ कमेटियों अथवा कमीशन द्वारा किया जाता है।

इस विधि की सफलता के लिए यह आवश्यक है कि केवल एक व्यक्ति से ही पूछताछ न की जाए और वास्तविक स्थिति की जानकारी हेतु बहुत से व्यक्तियों के विचारों को प्राप्त करना चाहिए। ऐसे व्यक्तियों के चुनाव में अत्यन्त सावधानी बरतनी

चाहिए क्योंकि अन्तिम निर्णयों पर पहुँचने के लिए उनके दृष्टिकोणों पर निर्भर रहना पड़ेगा।

लाभ (Merits)—इस विधि के निम्नलिखित लाभ हैं—

- (i) इसका क्षेत्र बहुत विस्तृत है।
- (ii) सीमित समय, धन और मानव शक्ति के साथ अच्छे नतीजे प्राप्त करना सम्भव है।
- (iii) यह विधि मानव द्वेषपूर्णता से स्वतन्त्र है अर्थात् प्रश्न पूछने वाले और उत्तर देने वाले हेतु।

(iv) यदि आवश्यक हो तो पूछताछ को अधिक प्रभावी और कुशलतापूर्वक तैयार करने और वास्तविक रूप देने के लिए सम्बन्धित समस्या हेतु विशेषज्ञों के विचारों और सुझावों को लिया जा सकता है।

सीमाएँ (Limitations)—सूचना एकत्रित करने की यह विधि हानियों से अछूती नहीं है। कुछ प्रमुख हानियाँ निम्नलिखित हैं—

- (i) प्रत्यक्ष रूप से सम्बन्ध न रखते हुए अन्य व्यक्तियों से सूचना प्राप्त की जाती है, इसलिए नतीजे गलत हो सकते हैं।
- (ii) यदि सूचना प्रदान करने वाला पक्षपातपूर्ण हो तो वे अपने हितों को ध्यान में रखते हुए सूचना प्रदान करेंगे।

इस विधि द्वारा विश्वसनीय आंकड़े और उचित नतीजे प्राप्त करने के लिए यह आवश्यक है कि सूचना के लिए एक से अधिक व्यक्तियों से सम्पर्क किया जाये और गवाही देने वाले की निस्संदेहता और विश्वसनीयता को परिपक्व बना लेना चाहिए और साथ ही साथ सूचना प्रदान करने वाला व्यक्ति पूर्णतया निडर एवं समस्या से सम्बन्धित तथ्यों से भरपूर होना चाहिए। यह विधि उस स्थिति में उचित रहती है जब सूचना प्रदान करने वाले विस्तृत क्षेत्र में फैले हुए हैं।

प्रश्न 15—ऑन-लाइन सर्वेक्षण किसे कहते हैं ? इसके लाभों की विवेचना कीजिए।

What is meant by on-line survey ? Discuss its advantages.

उत्तर—ऑन-लाइन सर्वेक्षण (On-line Survey)—कम्प्यूटराइजेशन तथा सूचना क्रान्ति के बढ़ते प्रभाव के साथ विपणन शोध में नवीनतम तकनीकों का प्रयोग किया जाने लगा है जिनमें ऑन-लाइन सर्वेक्षण प्रमुख है। इन्टरनेट सुविधा (ई-मार्केटिंग) के कारण सारा संसार एक छोटे ग्लोबल गाँव में परिवर्तित हो गया है तथा सूचनाओं का आदान-प्रदान अपेक्षाकृत ज्यादा सरल, सस्ता तथा सुगम हो गया है। इन्टरनेट दुनियाँ भर में फैले लाखों कम्प्यूटर्स का इलेक्ट्रॉनिक नेटवर्क है जिसमें सभी कम्प्यूटर्स टेलीफोन लाईन्स के साथ एक-दूसरे से जुड़े रहते हैं तथा आपस में किसी भी तरह का सूचनाओं का आदान-प्रदान शीघ्रता से कर सकते हैं। अन्य शब्दों में, प्रत्येक देश में एक सम्प्रेषण चैनल हाता है जो सामान्यतः टेलिफोन लाइन के रूप में होता है। यह चैनल देश के हर