

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

**-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 शहर को दूसरे शहर से जोड़ता है। अतः वह चैनल जो किसी देश के शहरों को तथा एक देश को दूसरे देश से जोड़ता है, तथा एक देश से दूसरे देश में समंक स्थानान्तरण माध्यम (data transfer media) के रूप में काम करता है, इन्टरनेट कहलाता है। यह संसार का सबसे बड़ा कम्प्यूटर नेटवर्क है जिसे दुनियाँ भर में फैल हुए छोटे-बड़े कम्प्यूटरों का एक विराट जाल कहा जा सकता है जो टेलीफोन लाइनों से जुड़ा होता है

और जिसके माध्यम से एक-दूसरे से सम्पर्क किया जा सकता है। इन्टरनेट में दुनियाँ-भर के किसी भी कम्प्यूटर या उसकी साइट से जुड़ना उतना ही आसान है जितना कोई टेलीफोन नम्बर डायल करके जुड़ना। इन्टरनेट के प्रयोग द्वारा शोधकर्ता अपने कम्प्यूटर पर बैठे हुए दुनियाँ भर के ग्राहकों से मिनटों में जुड़ सकता है तथा विपणन समस्या से सम्बन्धित वांछित सूचनाएँ एकत्रित कर इसके द्वारा शोधकर्ता—उपभोक्ता किस कम्पनी या ब्राण्ड के उत्पाद का उपयोग करते हैं ? इनकी क्रयण शैली, व्यवहार, रुचि, आदत क्या है ? आदि के बारे में शीघ्रता से जानकारी प्राप्त कर सकता है।

कोटलर का मत है कि विपणन शोध में ऑन-लाइन पद्धतियों का प्रयोग बढ़ता जा रहा है। ऑन-लाइन उत्पाद परीक्षण परम्परागत विपणन शोध तकनीकों की अपेक्षा ज्यादा शीघ्रता से सूचना प्रदान करता है। इसमें कम्पनी अपनी वैबसाइट पर प्रश्नावली डाल सकती है तथा प्रश्नावली का उत्तर देने वालों को कुछ प्रेरणा या प्रलोभन प्रस्तुत कर सकती है, या कम्पनी किसी लोकप्रिय साइट पर बैनर स्थापित कर सकती है तथा व्यक्तियों को प्रश्न पूछने तथा जानने वालों को इनाम देने की घोषणा कर सकती है। कम्पनी एक लक्षित चैट रूम (target chat room) में प्रवेश कर सकती है तथा सर्वेक्षण के लिए व्यक्तियों (volunteers) को खोज सकती है या एक चैट रूम का आयोजन कर सकती है तथा उसमें समय-समय पर प्रश्न प्रस्तुत कर सकती है। इस प्रकार, एक कम्पनी उन व्यक्तियों या सम्भावित उपभोक्ताओं के बारे में बहुत कुछ जान सकती है जो कम्पनी की वैबसाइट का किस प्रकार अवलोकन करते हैं या अन्य साइट्स की तरफ जाते हैं। इन सूचनाओं के आधार पर कम्पनी प्रस्तुतिकरण की प्रभावशीलता को जानने हेतु विभिन्न वैबसाइटों पर या विभिन्न समयों पर विभिन्न प्रकार की कीमतें प्रस्तुत कर सकती है, विभिन्न शीर्षकों का प्रयोग कर सकती है, या विभिन्न उत्पाद विशेषताओं को प्रस्तुत कर सकती है।

इन्टरनेट में अपने कम्प्यूटर को प्रथमतः टेलीफोन लाइन के माध्यम से इन्टरनेट सेवा देने वाली कम्पनी के 'सर्वर' के साथ जोड़ा जाता है जिसके लिए शुल्क देना पड़ता है। दुनियाँ-भर में ऐसे बहुत से सर्वर हैं जो आपस में सेटलाइट या अन्य माध्यमों से जुड़े रहते हैं तथा उपभोगकर्ताओं को इन्टरनेट की सेवा प्रदान करते हैं। 'सर्वर' के रूप में मेनफ्रेम कम्प्यूटर काम में लिया जाता है। इस प्रकार, ऑन-लाइन सेवाओं के माध्यम से शोधकर्ता अनेक महत्वपूर्ण सूचनाएँ शीघ्रता से तथा संस्था या घर में बैठे हुए ही प्राप्त कर सकता है। इन्टरनेट की बहुत-सी सेवाएँ हैं जिनमें से प्रमुख निम्नलिखित हैं—

- (i) ई-मेल (E-mail) (ii) न्यूज (News) (iii) टेलनेट (Telnet)
- (iv) एफ.टी.पी. (F.T.P.) (v) चैट (Chat) (vi) चैनल्स (Channels)
- (vii) वर्ल्ड वाइड वेब (W.W.W.) (viii) ऑन-लाइन सर्विसेज
- (ix) बुलेटिन बोर्ड सर्विसेज आदि।

ऑन-लाइन सर्वेक्षण के प्रमुख लाभ निम्नलिखित हैं—

- (i) विश्व में कहीं भी बैठे हुए उपभोक्ता से सम्पर्क किया जा सकता है।
- (ii) विभिन्न प्रकार की सूचनाएँ शीघ्रता से संकलित की जा सकती हैं।
- (iii) समक संकलन की यह मितव्ययी विधि है।
- (iv) संकलित सूचनाओं को कम्प्यूटर मेमोरी में लम्बे समय सुरक्षित रखा जा सकता है तथा आवश्यकता के समय उनका विश्लेषण एवं तुलनात्मक अध्ययन किया जा सकता है।

(v) टेली-मार्केटिंग का ई-मार्केटिंग बढ़ने के साथ ऑन-लाइन सर्वेक्षण महत्व और ज्यादा बढ़ गया है।

(vi) इन्टरनेट विपणनकर्ता तथा उपभोक्ता को अन्तर्क्रिया तथा वैयक्तिकता के व्यापक अवसर प्रदान करता है। कोटलर का मत है कि "आज इन्टरनेट सूचना स्रोत के रूप में, मनोरंजन साधन के रूप में, सम्प्रेषण वाहिका के रूप में, व्यवहार वाहिका (transaction channel) के रूप में तथा वितरण वाहिका के रूप में कार्य करता है। प्रयोगकर्ता अपना संदेश ई-मेल से भेज सकते हैं, विचारों का आदान-प्रदान कर सकते हैं, उत्पादों की शॉपिंग कर सकते हैं, तथा समाचारों एवं व्यावसायिक सूचनाओं तक पहुँच सकते हैं एवं पहुँचा सकते हैं।"

(vii) इसके द्वारा कुछ ही सेकेण्ड्स में सूचनाएँ प्राप्त की जा सकती हैं, चाहे उपभोक्ता देश-विदेश में कहीं भी रह रहा हो।

(viii) न्यूनतम व्यय के साथ विभिन्न प्रकार की सूचनाएँ बड़ी मात्रा में प्राप्त की जा सकती हैं।

(ix) इसमें बिना किसी कागजी कार्यवाही के सूचनाएँ एकत्रित की जा सकती हैं।

(x) शोधकर्ता को अपने साथ अतिरिक्त व्यक्ति रखने की आवश्यकता नहीं होती है।

(xi) अतिशीघ्र एवं निष्पक्ष सूचनाएँ प्राप्त की जा सकती हैं।

**प्रश्न 16—'प्रश्नावली' से क्या आशय है ? इसे तैयार करते समय कौन-कौन सी सावधानियाँ बरतनी चाहिये ?**

**What is meant by 'Questionnaire' ? What precautions should be taken while drafting the same ?**

उत्तर—विपणन शोध के अन्तर्गत सूचना एकत्रित करने की तकनीकों में प्रश्नावली एक महत्वपूर्ण एवं लोकप्रिय विधि है। सर्वेक्षण के लिए प्रश्नावली तैयार करना विपणन शोध का एक महत्वपूर्ण कार्य होता है।

**प्रश्नावली से आशय (Meaning of Questionnaire)**—किसी भी समस्या से सम्बन्धित तथ्यों को एकत्र करने के लिए तैयार की गयी प्रश्नों की सूची को 'प्रश्नावली' कहते हैं। इसमें प्रश्नों की एक व्यवस्था होती है जो उत्तरदाता के सम्मुख रखे जाते हैं या उन्हें भेजे जाते हैं। उत्तरदाता क्रमशः प्रश्नों के उत्तर देता है या वह प्रश्नों का उत्तर अपने ही अक्षरों में लिखकर शोधकर्ता को भिजवा देता है।

**परिभाषाएँ (Definitions)**

टल एवं हाकिन्स (Tull and Hawkins) के अनुसार, "प्रश्नावली सूचनाओं को प्राप्त करने के लिए प्रश्नों का एक औपचारिक समूह होता है।"

लक, टेलर वाल्स तथा रूबिन (Luck, Taylor, Walse and Rubin) के अनुसार "प्रश्नावली एक मुद्रित प्रपत्र है जिसमें पूछे जाने वाले प्रश्नों तथा उनके उत्तर के सम्बन्ध में निर्देश व स्थान दिया जाता है।"

गुड एवं हाट (Goode and Hatt) के अनुसार, "प्रश्नावली से आशय प्रश्नों के उत्तर प्राप्त करने की उस प्रविधि से है जिसमें एक पत्रक का प्रयोग किया जाता है जिसे उत्तरदाता स्वयं भरता है।"

सिन पाओ यांग (Sin Pao Yong) के अनुसार, "प्रश्नावली एक विस्तृत क्षेत्र में बिखरे हुए व्यक्तियों के समूहों में तथ्य संकलन की एक शीघ्रगामी एवं सरलतम विधि