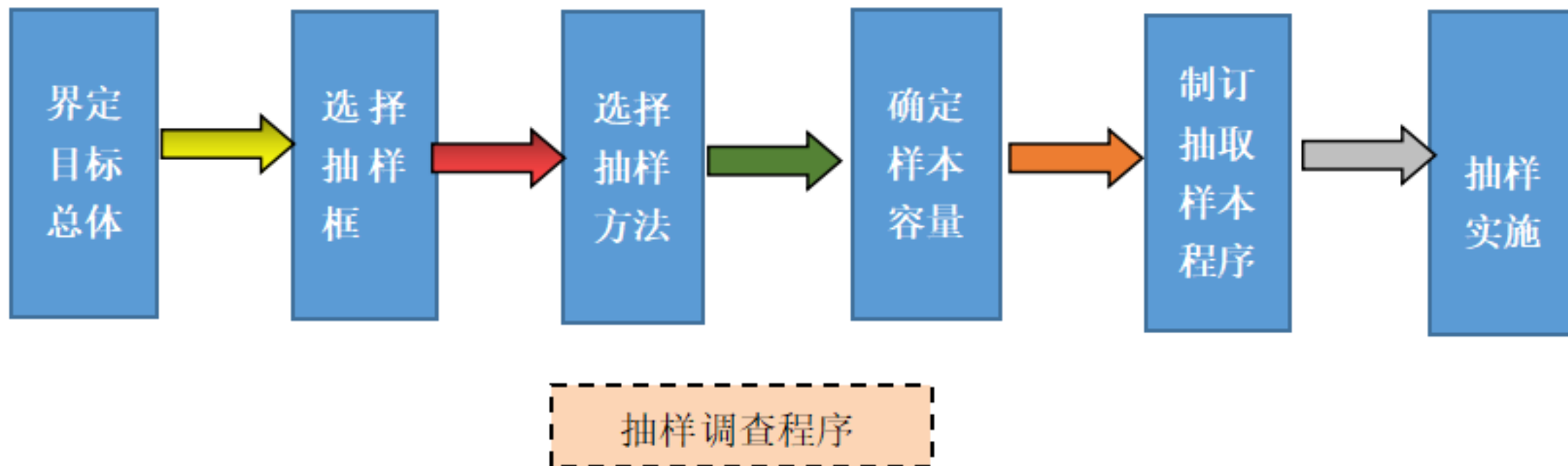
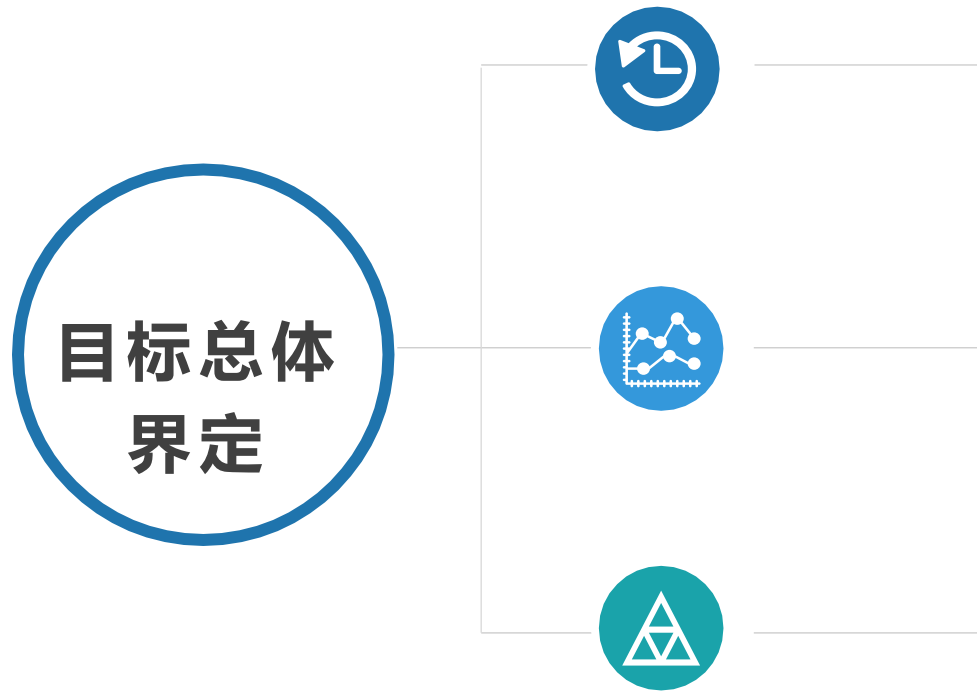


抽样操作程序



抽样操作程序一



总体：市场调查对象的全体，
可以是一群人、一个企业、一个组织，甚至一项活动

调查总体界定不明确的结果

- 调研无效
- 误导最终调研结论

调查总体的界定：
确定在实施抽样时，哪些对象应包括在内，哪些对象应排除

抽样操作程序一

含义

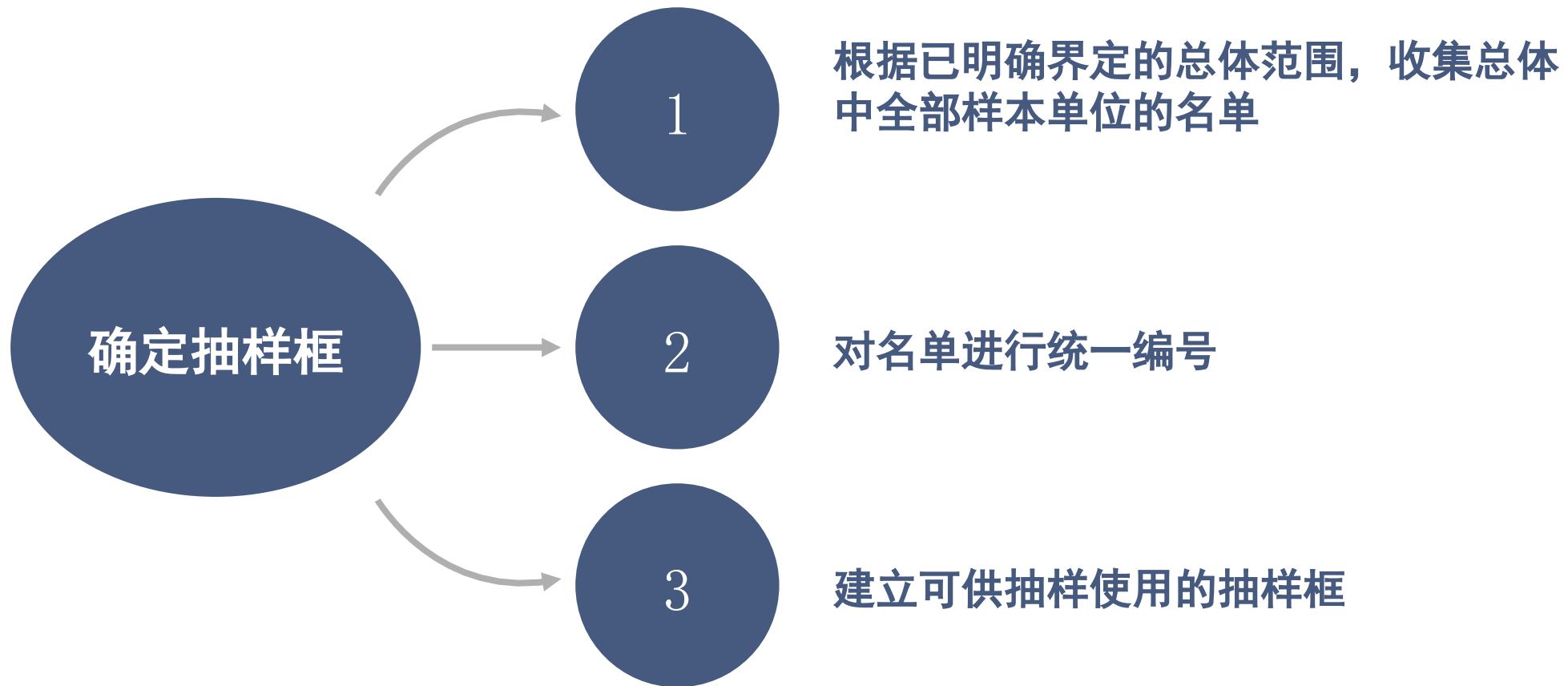
被总体划分成的互不相交的各个部分。



例：

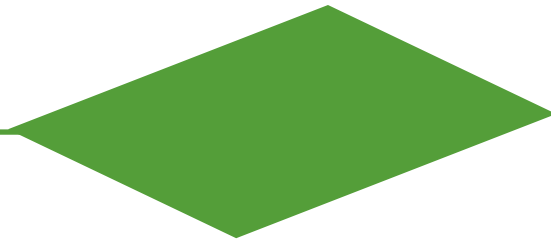
家庭购买力调查中被抽中的每个家庭

抽样操作程序二



抽样操作程序二

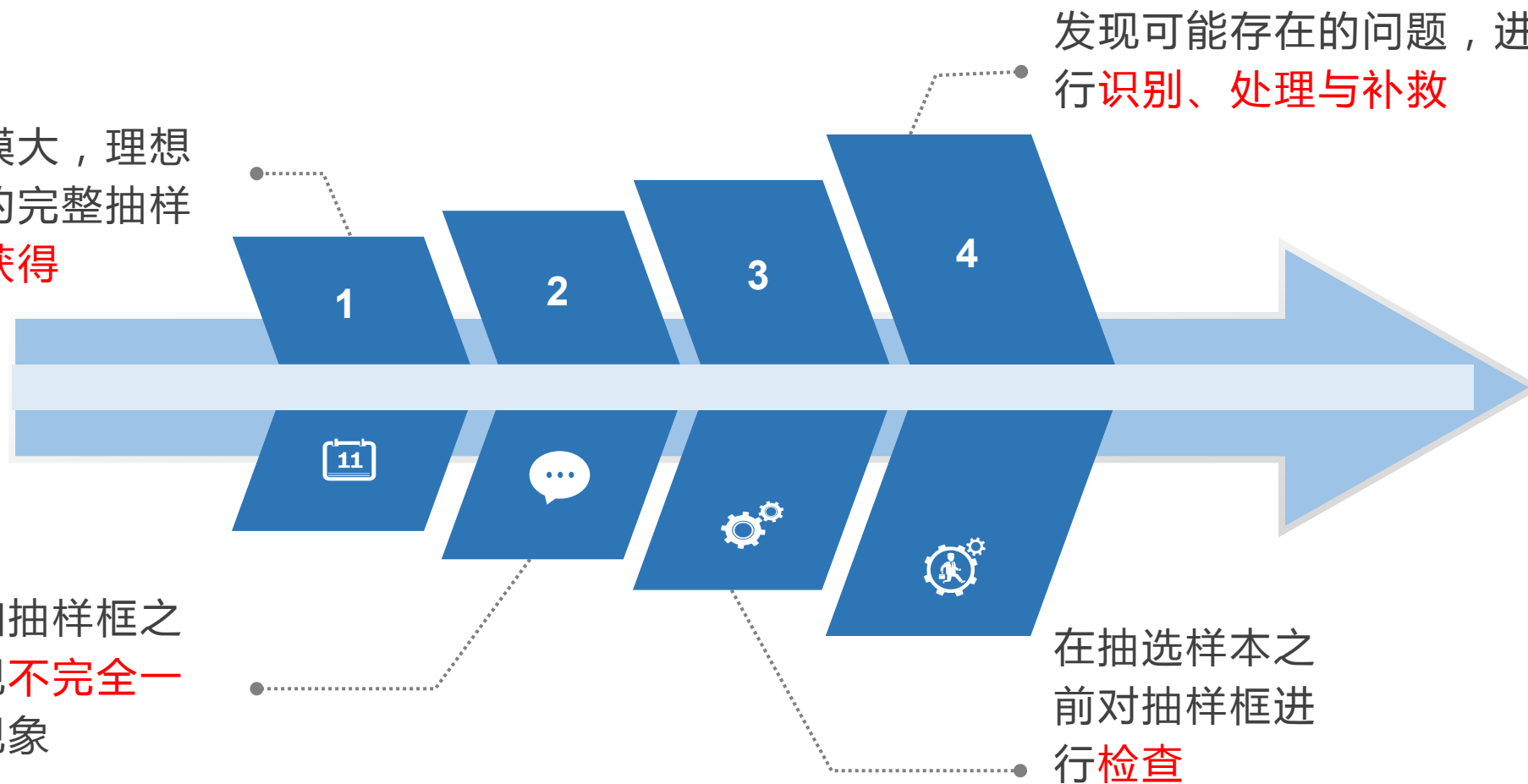
在一些调查中，身份证号、学生学号等具有**识别的唯一性**，可不用进行统一编号



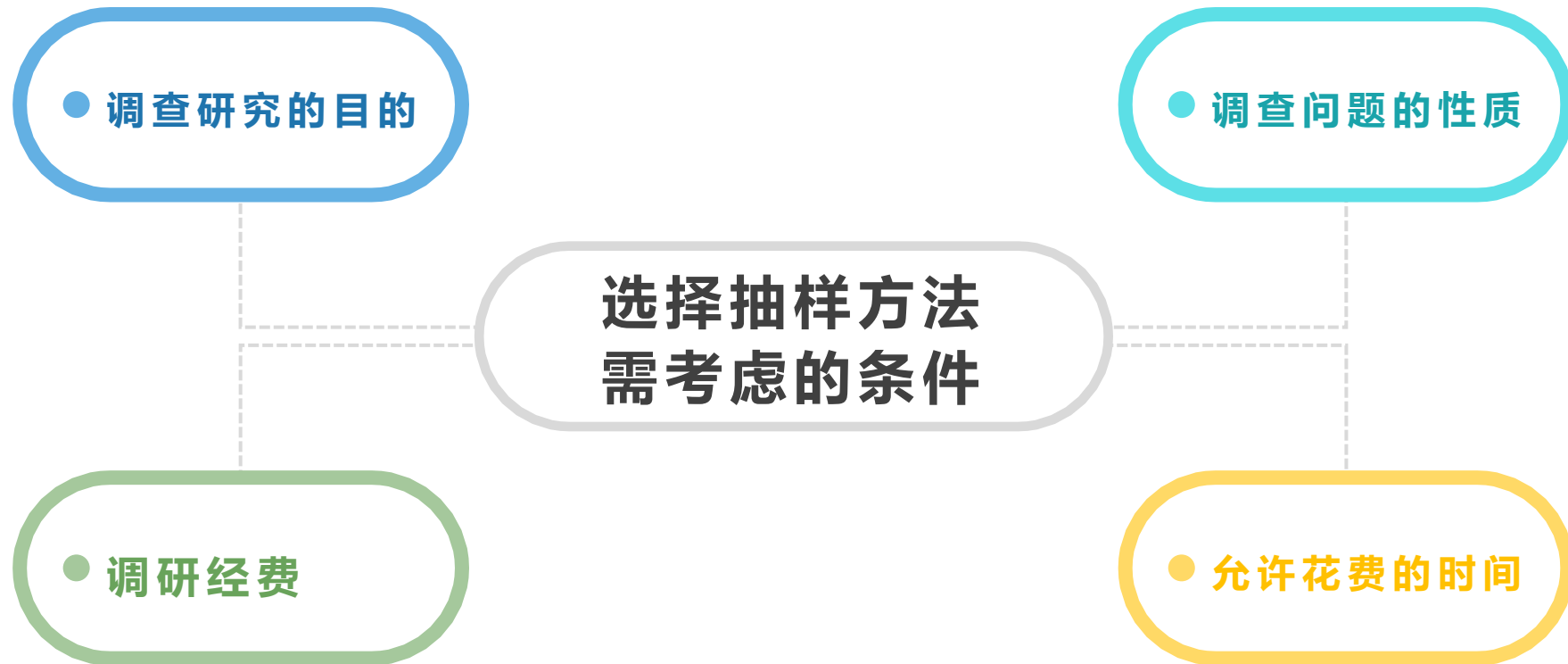
抽样操作程序二

调查规模大，理想状态下的完整抽样框很难获得

总体和抽样框之间出现不完全一致的现象



抽样操作程序三



抽样操作程序三



放回抽样



无放回抽样



选择抽样方法

非随机抽样方法



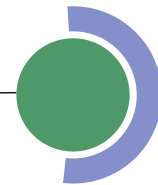
随机抽样方法



抽样操作程序三



依据的是调研人员的主观判断（由调研员确定哪些个体应包括在样本中）



非随机抽样有时可以对总体特征做出较好的估计，但是由于每一个个体被抽中的概率未知，所以**不能估计抽样误差**

抽样操作程序三



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/437020113152006156>