

המחקר האינטרנטי



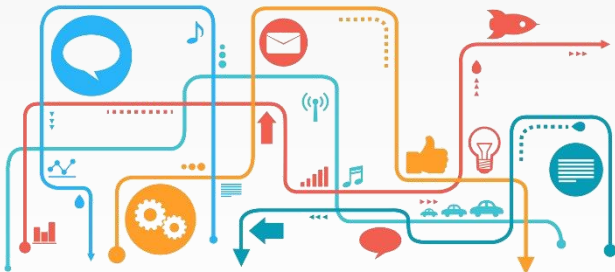
המחקר האינטרנטי

- עד לפני כ-20 שנים הדרך המקובלת ביותר למילוי סקרים הייתה דרך דיוור בעותקים קשיחים לבית הנשאל או באמצעות הטלפון.
- ביצוע סקרי דעת קהל וסקרי שוק היה עניין יקר מאד, לכן היה בשימוש בעיקר בארגוני ענק בעלי משאבים רבים.
- כאשר נכנס האינטרנט לחיינו בסוף שנות ה-90 והחלה התפשטות בשימוש ברשת, נפלה ההבנה שניתן לנצל את רשת האינטרנט כדי להפיץ שאלונים מקוונים וכך הפכה רשת האינטרנט לאחת הדרכים הנפוצות והמקובלות לאיסוף מידע למחקר ולצרכים אחרים.
- הגידול המהיר בשימוש באינטרנט מציע אפשרויות אטרקטיביות בתחום איסוף הנתונים, שכן זהו כלי נוח, מהיר וזול להפצת שאלונים למשיבים וגם עבור התקשרות עמם, זאת בהשוואה לשימוש בשיטות מסורתיות (Ross, 2002).



המחקר האינטרנטי

- הספרות המחקרית טוענת שהוספת שיטת איסוף של אינטרנט לשיטות המסורתיות (דואר, טלפון, פנים אל פנים וכו') מגדילה את שיעור ההשבה ומשפרת את טיב הנתונים.
- מחקרים קודמים טוענים ששימוש בשיטות שונות בהן הנבדקים יכולים לענות הופך את הסקר לאטרקטיבי יותר למשיבים, וחלק מאלה שלא היו משיבים בצורה אחרת בוחרים לענות באינטרנט. כתוצאה מכך שיעור ההשבה עולה (Millar al et ,2009).
- הממצאים לגבי מחקרים שנעשו על ההשוואה בין מענה לשאלוני אינטרנט לבין מענה לשאלוני נייר אינם חד משמעיים. עם זאת ישנם מספר מחקרים שמצאו הבדלים משמעותיים בין סטודנטים שמילאו את אותו שאלון סקר באמצעות נייר או באמצעות הרשת.
- מחקרים אחרים טוענים שה"אדמיניסטרציה" של שיטת הסקר משפיעה ומעצבת כיצד אנשים ישיבו לסקר, לדוגמא: סקרים באמצעות האינטרנט מניבים תשובות אמתיות יותר וישירות יותר על פריטים בעלי אופי רגיש. (Turner et al, 1998)



המחקר האינטרנטי

- הרשת כאמור צוברת פופולאריות ככלי לאיסוף מידע בסקרים. בחלקו הדבר נובע מההילה שיש לרשת כשיטה חסכונית להגדיל את שיעור ההשבה, בעיקר בקרב נדגמים "תאווי" מחשב בדור הצעיר שלרובם המכריע יש גישה לרשת האינטרנט דרך הבית, העבודה, בית הספר, ובכל רגע נתון בכיס באמצעות הסמארטפון. (Carini et al 2003).
- ישנן מספר דרכים בהן האינטרנט יכול לשמש ככלי לאיסוף נתונים ממשיבים: שאלון יכול להישלח באמצעות דואר אלקטרוני, באמצעות מכתב בדואר רגיל עם הזמנה לבקר באתר ובאמצעות שאלון שמופיע על המסך בזמן גלישה.
- אחד היתרונות המרכזיים בשימוש באינטרנט ככלי לאיסוף נתונים הוא הנגישות, שכן נכון למחצית השנייה של שנת 2016, 89% מהמגזר היהודי ואחרים בישראל (לא כולל את המגזר הערבי) גולשים באינטרנט. מתוכם 67% גולשים גם המחשב וגם בסלולרי, 13% רק במחשב, ו-10% רק בסלולר.



המחקר האינטרנטי

- מתוך אלו שאינם גולשים באינטרנט, הרוב מעידים על עצמם כי הם לא רוצים אינטרנט מסיבות דתיות (61%).
- אחוז הנחקרים שהעידו על עצמם כי אינם גולשים באינטרנט היה גבוה יותר באיזור יהודה ושומרון (31%) ובירושלים (20%).
- ל- 82% מהאוכלוסיה הכללית יש טלפון חכם. ליותר גברים מנשים יש טלפון חכם (87% מהגברים לעומת 77% מהנשים). (דו"ח איגוד האינטרנט הישראלי, 2016)



יתרונות השימוש באינטרנט

- יתרונותיו של האינטרנט בולטים בעיקר בשל היותו אמצעי מיידי להפצת שאלונים, קבלת משובים באמצעים דיגיטאליים) ללא צורך בתשומות של כוח אדם לצורך הקלדת נתונים (ובשל מרחב הכולל, באופן פוטנציאלי, מיליוני אנשים ברחבי העולם. (Lee & Kent,1999)
- היתרונות העיקריים של האינטרנט המשמשים לצורך ביצוע סקרים ומחקרים :
- מהירות : ניתן להפיץ שאלונים תוך שניות ספורות למספר בלתי מוגבל של גולשים ובמקביל, קבלת משובים בפרק זמן קצר בהרבה בהשוואה לשאלונים המופצים באמצעות הדואר (Lee & Kent ,1999)
- תהליך המשוב ואיסוף השאלונים באמצעות האינטרנט אורך ימים ספורים בהשוואה למספר שבועות בדרך של משלוח שאלונים באמצעות הדואר על פי מחקר שערכו Sivadas & Mehta בנושא (1995,Sivadas & Mehta).



יתרונות השימוש באינטרנט

- עלות נמוכה: עלות ביצוע סקרים באמצעות האינטרנט נמוכה בהשוואה לעלות ביצוע סקרים בשיטות אחרות. כך למשל, בהשוואה לסקרים הנשלחים באמצעות הדואר, בסקר האינטרנטי נחסכות עלויות הדפסת השאלונים, הפצתם, שליחתם בדואר תוך מתן אפשרות לדיוור חוזר וכן הקלדתם של הנתונים. (1997 Schmidt).
- על פי הערכות, יש בביצוע סקר באמצעות האינטרנט חיסכון של למעלה מ-81% בהוצאות בהשוואה לשאלונים המופצים באמצעות הדואר, וזאת בהנחה כי מחשבים, ציוד היקפי וחיבורים לאינטרנט ישנם בנמצא, ובהתעלם מהוצאות פרסום אתר הסקר (Lee & Kent, 1999).



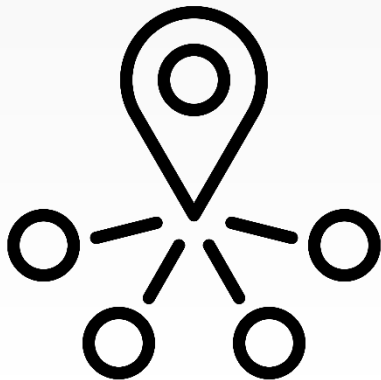
יתרונות השימוש באינטרנט

- **דיוק:** ביצוע סקר באמצעות האינטרנט מעניק מענה לשתי סוגיות בעייתיות נוספות העולות בהקשר לביצוע ראיונות טלפוניים. בשיטת איסוף זו במצבים של "ערך חסר" המראיין נדרש לבחור מבין האלטרנטיבות הקיימות, והבחירה בנתיב זה או אחר תלויה על פי רוב בתפיסתו, דבר הפוגע בתוקף התוצאות. לעומת זאת בסקר האינטרנטי המילוי מתבצע באופן מלא על ידי המרואיין ללא התערבות החוקר (ביבי ובסר, 2006).
- סוגיה נוספת שניתן לה פתרון באמצעות סקר אינטרנטי מתייחסת לטעויות הקלדה העשויות להתרחש כאשר המראיין הוא שמזין את המשוב. בסקר אינטרנטי המרואיין הוא שמשיב וממלא בעצמו את השאלון, וכך נמנעות טעויות בהקלדת נתונים.



יתרונות השימוש באינטרנט

- תפוצה פוטנציאלית: האינטרנט מאפשר דיור ללא גבולות גיאוגרפים ובתפוצה גלובאלית. בנוסף ליתרון הכמותי, האינטרנט מאפשר נגישות לאוכלוסיות סגורות שלא היה ניתן להגיע אליהן באמצעות מאגר טלפוני כיוון שאין פרטים אודותם בנמצא. הדבר נכון לכלל האוכלוסייה המבקשת לשמור על אנונימיות (כגון מכחישי שואה, כתות ועוד).
- לרוב, ניתן להגיע לאוכלוסיות הללו באמצעות קהילות ופורומים מקוונים בלבד ובתוך כך לאפשר להם להוסיף ולשמר את מעטה האנונימיות האופף אותן (ביבי ובסר, 2006).
- גמישות בזמן מילוי השאלון: ניתן למלא את השאלון בשעות היום והלילה ובמועד הנוח לנשאל. על אף כי קיימת אפשרות לקבוע את מועד התשאול הטלפוני לשעות הנוחות למרואיין, הזמינות עדיין מוגבלת שלא כמו בסקרי אינטרנט. מכאן, כי קיים יתרון לסקרים אינטרנטיים בבחירת זמן המענה עפ"י נוחות המרואיין וללא תלות במראיין, ממד המשפר את טיב המילוי ואיכות המענה. (Chang & Krosnick, 2009).



לסיכום

- ביצוע מחקרים באמצעות ראיונות טלפוניים, שהווה עד לשנים האחרונות את אחת השיטות המרכזיות לאיסוף נתונים, הולך ומפנה את מקומו לטובת ביצוע מחקרים באמצעות האינטרנט והדוא"ל, שהשימוש בהם הולך ומתרחב בקצב מהיר.
- מבין יתרונותיה הבולטים של השיטה : אפשרות לביצוע סקרים בקרב מדגמים גדולים בעלויות נמוכות, היכולת להגיע לחתכים שונים באוכלוסייה ואפשרות עיבוד הנתונים במהלך איסופם (בן ברוך דורית, ליברזון מריה, משרד התמ"ת).
- אחוזי אי ההשבה לפריט/ים הינו הנמוך ביותר באינטרנט ביחס לשיטות אחרות (כאשר אחוז אי ההשבה הגבוה ביותר הינו בטלפון)
- מבחינת איכות הנתונים ושלמותם, נראה כי שיטת איסוף באמצעות האינטרנט היא שיטה טובה לעומת שאלוני דואר וראיונות טלפונים (שאל-מנע נאוה, ניר מיכל, רומנוב דימטרי, למ"ס 2012).





נתיב יועצים • Nativ Consulting

חברת הייעוץ היחידה בישראל המתמחה בלעדית בענף המזון מאז 1983 ומספקת
מטריית שירותים כוללת בענף המזון.

✓ מחקרי שוק

✓ מחקרים סנסוריים

✓ פיתוח מוצרים חדשים

✓ איתור וחדירה לשווקים חדשים

✓ מיזוגים ורכישות וגיוס משקיעים

✓ ייעוץ אסטרטגי וליווי תהליכי היישום

לפרטים נוספים על שרותי החברה ותיאום פגישת היכרות צרו קשר עם מיכל דיסקין

דרך מנחם בגין 154 תל אביב (בית קרדון) 

03-6955806 

Ron.nativ@mns-israel.com 