

<<企业抽样调查方法及其应用>>

图书基本信息

书名：<<企业抽样调查方法及其应用>>

13位ISBN编号：9787503752421

10位ISBN编号：7503752424

出版时间：2007-8

出版时间：中国统计出版社

作者：王文颖 著

页数：138

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<企业抽样调查方法及其应用>>

内容概要

抽样调查设计是抽样方法与具体情况的有机结合。

作为抽样方案的设计者，应重点了解各种抽样方法的特点、彼此之间的关系和差异及其应用条件和环境。

抽样方法是工具，服务于调查。

各种抽样方法没有优劣之分，但适用于不同的条件或环境。

因此，在进行抽样设计时，设计者还需要充分认识特定调查项目的目标、内容、实施条件和环境，根据调查的特定条件和环境，选择最为适合的抽样方法。

《企业抽样调查方法及其应用》以帮助读者能够具体应用抽样方法为目标，尽量避开复杂的数学推导过程，主要以国家统计局企业调查队多年实施企业抽样调查的实践为背景，利用实际调查数据和调查实例，结合实际工作中可能遇到的问题，解释和说明各种抽样方法的特点及其在企业调查中的应用。

<<企业抽样调查方法及其应用>>

书籍目录

第一部分 抽样调查的基础知识一、概述(一)抽样调查的代表性(二)抽样调查与普查(三)随机抽样和非随机抽样二、总体和样本(一)总体和总体元素(二)目标总体和调查总体(三)样本统计量和总体参数三、总体分布、抽样分布和中心极限定理(一)总体分布、样本分布和抽样分布(二)中心极限定理(三)正态分布四、变异程度计量(一)总体方差和标准差(二)样本方差和标准差(三)样本统计量的方差和标准差(四)变异系数和最大相对误差五、抽样误差(一)抽样误差的概念(二)抽样误差与非抽样误差(三)相对误差与绝对误差(四)效果和效率六、点估计和区间估计七、抽样框八、简单随机抽样和设计效应(一)简单随机抽样(二)设计效应(三)等距抽样(四)永久随机数九、概率、权数和样本统计量计算(一)抽样概率(二)权数(三)计算样本统计量第二部分 抽样设计——基本框架一、抽样设计应考虑的主要因素(一)调查目的(二)总体(三)抽样框(四)抽样方法(五)抽样精度(六)调查表(七)现场调查的组织实施流程(八)试点或预调查二、我国企业分布特点和抽样框状况(一)我国企业分布特点(二)抽样框：企业名录(三)抽样框：区域名录三、目录抽样与区域抽样(一)目录抽样与区域抽样相结合(二)关于目录抽样的两种解释四、地区与行业(一)地区分组(二)行业分组第三部分 抽样设计——抽样方法及其应用一、分层抽样(一)一般描述(二)样本分配方法(三)分层界限的确定(四)应用分层抽样的一些实际问题二、二阶段抽样和整群抽样(一)二阶段抽样和整群抽样的基本过程(二)二阶段和整群抽样的效率及应用背景(三)抽选样本及计算概率(四)虚拟群——一种改进整群抽样设计的方法三、与规模成比例的概率抽样——PPS抽样(一)二阶段抽样中应用PPS方法(二)PPS方法的其他应用四、两相抽样方法的应用(一)提供特殊子总体的识别信息，有效改进抽样设计(二)信息共享、样本共享，提高样本的使用效率(三)用于调查指标多、内容复杂的调查，降低调查成本五、确定样本量(一)被调查者空缺(二)分层效果的损失(三)无回答问题(四)多目标问题六、权数调整(一)权数调整——无回答问题(二)权数调整——事后分层(三)权数调整——子域估计七、样本轮换问题第四部分 抽样设计——案例分析一、江苏省规模以下工业抽样调查试点方案(一)总体范围(二)抽取个体户样本(三)抽取企业样本(四)加权(五)总量和方差估计二、案例分析(一)背景(二)基本设计思路(三)分层和抽取样本(四)分解PSU(五)调查的组织实施(六)简析调查结果附件一 最大相对误差陷阱附件二 多阶段抽样的精度控制及样本量计算参考文献

<<企业抽样调查方法及其应用>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>