

物流师职业资格培训与鉴定教程

物流师

下册 专业知识与实务

湖南省职业技术培训研究室组织编写



中国劳动社会保障出版社

物流师职业资格培训与鉴定教程

物流师

(下册) 专业知识与实务

湖南省职业技术培训研究室组织编写

主 编：谢如鹤

副主编：罗荣武 郑国华 刘联辉

7
21
中国劳动社会保障出版社

③

-30

图书在版编目(CIP)数据

物流师(上、下册)/谢如鹤编. —北京:中国劳动社会保障出版社, 2004. 10

物流师职业资格培训与鉴定教程

ISBN 7-5045-4741-7

I. 物… II. 谢… III. 物流-物资管理-技术培训-教材 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 105246 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码: 100029)

出 版 人: 张梦欣

*

北京乾沅印刷有限公司印刷装订 新华书店经销

787 毫米×1092 毫米 16 开本 37.25 印张 924 千字

2004 年 10 月第 1 版 2004 年 10 月第 1 次印刷

印数: 5100 册

全套定价: 65.00 元(上册 26.00 元, 下册 39.00 元)

读者服务部电话: 010-64929211

发行部电话: 010-64911190

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话: 010-64911344

前 言

近年来,物流业在全国范围内蓬勃发展,形成了对物流人才的巨大需求。但是,我国物流业起步较晚,物流教育相对滞后,目前尚处于摸索阶段,物流从业人员也仅停留在实践经验的积累阶段,迫切需要在借鉴国外物流教育经验的基础上,建立起符合我国现实需求的合理的知识架构,培养出适合我国物流业发展需要的合格人才。

2003年1月国家劳动和社会保障部颁布了《物流师》国家职业标准。为了促进物流行业的健康发展,规范物流企业的管理,提高物流从业人员技能水平和综合素质,根据《劳动法》的要求和规定,2003年9月,湖南省劳动和社会保障厅决定,在全省物流行业推行国家职业资格证书制度,并启动了物流师国家职业资格的培训、鉴定试点工作。通过邀请物流行业有关专家多次研究讨论,选定了若干参考书作为试点教材,并在此基础上编写了相应的《物流师国家职业资格统一鉴定复习指导》。经过一年多的实践,试点工作取得了较好的成效,社会反响良好。

2004年,国家对《物流师》国家职业标准进行了修订,同时,随着培训、鉴定工作的深入和推广,物流从业人员迫切需要较系统的知识架构和较完备的物流知识体系,以提升专业知识背景,更需要一套既符合《物流师》国家职业标准的要求,又能体现现代物流理念、适用性强的培训教程。为此,湖南省劳动和社会保障厅职业技能鉴定中心、湖南省职业技术培训研究室组织了湖南省职业技能鉴定专家委员会物流专业委员会部分专家编写了职业资格培训与鉴定教程《物流师(上册)》《物流师(下册)》,上册为物流师基础知识,下册为物流师专业知识与实务。本套教程体现了观念新、系统性强、实用性强的特点,不仅适用于职业资格培训与鉴定,也可作为高等院校在校学生及企业职工培训的学习用书。

全书由谢如鹤担任主编,罗荣武、郑国华、刘联辉担任副主编。具体编写分工如下:谢如鹤负责制定本教程的大纲、统稿和协调等工作,并编写了上册第2、3章,下册第22、23、24、25章;罗荣武编写了上册第1、4、5、6、7章,下册第1、2、4、5、6、7、8、9、10、21章;郑国华编写了上册第8、9、10、11、12章,下册第11、12、13、14章;刘联辉编写了下册第3、15、16、17、18、19、20章。

本培训教程由湖南省劳动和社会保障厅职业技能鉴定中心宁泽民副主任提出总体架构，多次组织专家研讨，并负责大纲及文稿的最后审定。在本书编写过程中，得到了湖南省劳动和社会保障厅培训处杨斌处长、湖南省劳动和社会保障厅职业技能鉴定中心杨北伟主任、熊敬副主任的大力支持，还得到了湖南省劳动和社会保障厅职业技能鉴定中心史术高同志的具体指导；彭邝湘老师为本书的编写和出版做了大量的辅助工作；中国劳动社会保障出版社的编辑给予了大力的支持和协助。对他们的辛勤劳动表示诚挚的谢意！

在编写过程中我们参考了国内外相关资料和专著，借鉴并吸收了国内外众多学者的研究成果。在此，向他们表示衷心的感谢！

由于编写时间仓促，加上编者水平所限，本教程中的不足之处在所难免，恳请广大读者提出宝贵意见，以日臻完善。

编者

2004年8月

目 录

第一篇 物流供需调查与市场分析

第1章 物流供需调查	(2)
第1节 概述	(2)
第2节 调查方法与形式简介	(3)
第3节 物流供需调查	(8)
第2章 物流市场分析	(13)
第1节 物流供需调查分析的方法	(13)
第2节 调查资料分析	(14)
第3节 撰写物流供需调查报告	(16)

第二篇 采购与库存管理

第3章 仓储管理	(20)
第1节 仓库、保管概述	(20)
第2节 仓储作业过程及其组织	(22)
第3节 储存商品入库业务	(25)
第4节 货物堆码苫垫	(31)
第5节 储存商品出库业务	(35)
第6节 商品盘点、检查与保管损耗	(38)
第7节 商品养护	(41)
第8节 储位管理	(49)
第9节 物资储备定额	(55)
第4章 采购管理概述	(60)
第1节 采购概述	(60)
第2节 采购管理	(63)

第3节 企业采购管理组织	(68)
第4节 招标采购	(73)
第5章 供应商选择和管理	(76)
第1节 供应商管理概述	(76)
第2节 选择与评估供应商	(77)
第3节 供应商认证	(82)
第4节 供应商考核指标体系	(84)
第6章 企业物料采购管理	(87)
第1节 需求分析概述	(87)
第2节 ABC分析法	(88)
第3节 物资消耗定额管理	(94)
第4节 准时化采购管理	(96)
第7章 MRP/ERP简介	(98)
第1节 概述	(98)
第2节 MRP/ERP发展历程与简介	(100)
第3节 ERP的主要功能模块与实施	(111)
第8章 库存决策	(122)
第1节 库存决策基础	(122)
第2节 常用库存决策模型	(123)
第9章 物流信息系统	(137)
第1节 概述	(137)
第2节 物流信息技术	(140)
第3节 物流信息编码	(149)
第10章 物流成本管理	(156)
第1节 概述	(156)
第2节 物流成本的构成与计算方法	(159)
第3节 物流成本管理	(163)
第三篇 运输管理	
第11章 运输管理概述	(170)
第1节 运输功能与原理	(170)

第2节 运输的地位与作用	(174)
第3节 现代运输系统的结构与构成要素	(177)
第4节 运输的发展趋势	(180)
第12章 现代运输方式与运输合理化	(183)
第1节 铁路运输	(183)
第2节 公路运输	(187)
第3节 水路运输	(189)
第4节 航空运输	(192)
第5节 管道运输	(193)
第6节 几种特殊的运输方式	(194)
第7节 运输合理化	(200)
第13章 国际物流运输方式	(206)
第1节 国际物流运输	(206)
第2节 国际货运代理	(213)
第3节 国际货物合同运输	(215)
第4节 国际货物运输保险	(219)
第5节 进出口货物报关制度	(222)
第14章 运输组织与经营管理	(228)
第1节 运输组织管理	(228)
第2节 运输经营管理	(238)

第四篇 配送管理

第15章 配送概述	(252)
第16章 配送的类型与服务	(262)
第1节 配送的类型	(262)
第2节 配送服务方式	(265)
第3节 配送服务策略	(268)
第4节 配送增值服务	(269)
第17章 配送组织与运行模式	(271)
第1节 企业自营配送	(271)
第2节 第三方物流配送模式	(273)

第3节 共同配送模式.....	(275)
第18章 配送中心与配送网络	(277)
第1节 概述.....	(277)
第2节 配送中心的主要功能.....	(279)
第3节 配送中心的类型.....	(284)
第4节 配送中心与配送网络结构.....	(287)
第19章 配送中心作业管理	(294)
第1节 进货作业管理.....	(294)
第2节 配货作业管理.....	(297)
第3节 补货作业管理.....	(305)
第4节 输送作业管理.....	(308)
第5节 车辆配载方法.....	(312)
第6节 配送路线的确定.....	(317)
第20章 配送需求与资源计划	(330)
第1节 DRPI(配送需求计划)的产生.....	(330)
第2节 DRPI的应用.....	(331)
第3节 DRPI应用基本原理.....	(332)
第4节 DRPI计划制定和运行的逻辑步骤.....	(333)
第5节 配送资源计划(DRPII).....	(341)

第五篇 物流规划

第21章 物流规划基础	(348)
第1节 物流规划内容的层次性.....	(348)
第2节 运输基础设施的统一规划.....	(349)
第3节 制定物流规划的基本原则.....	(349)
第4节 物流规划的基本内容.....	(350)
第22章 物流战略规划	(352)
第1节 物流战略的概念及内容.....	(352)
第2节 物流环境战略分析.....	(354)
第3节 物流战略设计.....	(355)
第4节 物流战略实施与控制.....	(361)

目 录

第 23 章 物流园区规划	(365)
第 1 节 物流园区的概念	(365)
第 2 节 物流园区的分类及功能	(367)
第 3 节 物流园区的区位选择	(369)
第 4 节 物流园区的建设与运作	(372)
第 24 章 配送中心规划	(375)
第 1 节 配送中心规划概述	(375)
第 2 节 配送中心的选址	(378)
第 3 节 配送中心的设施与设备规划	(383)
第 25 章 其他物流规划	(388)
第 1 节 城市物流规划概述	(388)
第 2 节 单元货格式立体仓库的总体规划与设计	(389)
主要参考文献	(394)

物流供需调查 第一章

第一篇 物流供需调查与市场分析

第一章 物流供需调查

第一章 物流供需调查 第一节 物流供需调查的意义 一、物流供需调查的意义 二、物流供需调查的内容 三、物流供需调查的方法 四、物流供需调查的步骤 五、物流供需调查的注意事项 六、物流供需调查的组织实施 七、物流供需调查的总结与评价 八、物流供需调查的持续改进 九、物流供需调查的案例分析 十、物流供需调查的结论

第二节 物流供需调查的组织实施 一、物流供需调查的组织实施 二、物流供需调查的组织实施 三、物流供需调查的组织实施 四、物流供需调查的组织实施 五、物流供需调查的组织实施 六、物流供需调查的组织实施 七、物流供需调查的组织实施 八、物流供需调查的组织实施 九、物流供需调查的组织实施 十、物流供需调查的组织实施

第三节 物流供需调查的案例分析 一、物流供需调查的案例分析 二、物流供需调查的案例分析 三、物流供需调查的案例分析 四、物流供需调查的案例分析 五、物流供需调查的案例分析 六、物流供需调查的案例分析 七、物流供需调查的案例分析 八、物流供需调查的案例分析 九、物流供需调查的案例分析 十、物流供需调查的案例分析

第四节 物流供需调查的结论 一、物流供需调查的结论 二、物流供需调查的结论 三、物流供需调查的结论 四、物流供需调查的结论 五、物流供需调查的结论 六、物流供需调查的结论 七、物流供需调查的结论 八、物流供需调查的结论 九、物流供需调查的结论 十、物流供需调查的结论

第五节 物流供需调查的持续改进 一、物流供需调查的持续改进 二、物流供需调查的持续改进 三、物流供需调查的持续改进 四、物流供需调查的持续改进 五、物流供需调查的持续改进 六、物流供需调查的持续改进 七、物流供需调查的持续改进 八、物流供需调查的持续改进 九、物流供需调查的持续改进 十、物流供需调查的持续改进

第1章 物流供需调查

第1节 概 述

物流供需调查是一种专项调查。专项调查是一种统计调查,是为了某一特定目的而专门组织的一种搜集特定资料的统计调查。其形式主要是问卷调查、电话调查、媒介调查、走访调查、发表调查和座谈等。

物流供需调查不是单纯的对信息资料的搜集,而是包括调查设计、调查资料搜集和整理、物流供需调查分析研究、撰写物流供需调查报告等的一个完整过程。

(1) 物流供需调查的分类 物流供需调查是指与企业生产经营中与物流相关的市场调查、委托调查等。主要包括:

- 1) 市场调查,如某企业物流服务的市场占有率专项调查等。
- 2) 企业形象调查,如企业售后服务专项调查等。
- 3) 企业发展意向调查,如企业产品前景意向专项调查等。

(2) 物流供需调查的对象 物流供需调查的对象不仅包括企业、事业单位、机关团体,而且还包括个人等。但由于不同的调查所侧重的内容不同,因而调查对象也不同。

(3) 物流供需调查的频率 从调查频率上看,可分为定期调查和一次性调查两类。定期调查,是指每间隔一定时间进行一次的同一内容的调查。一次性调查,是指针对某一调查题目而进行的一次有针对性的调查。

(4) 物流供需调查的调查方法 在物流供需调查中,通常采用的调查方法有:普查、重点调查、典型调查和抽样调查等。

由于物流供需调查的内容不同、范围不同、要求不同,因而需根据不同的调查而选择不同的调查方法。

(5) 物流供需调查的特点 概括地讲,物流供需调查的突出特点是“短”“平”“快”。

所谓“短”,是指调查周期短,调查内容简单,时效性强。所谓“平”,是指调查目标比较单一,针对性强。一般来讲,每项物流供需调查都是针对某一件事进行的。所谓“快”,是指每项物流供需调查设计快、搜集资料快、整理资料快、提供信息快、完成专项调查分析

报告快。

(6) 物流供需调查的要求 进行物流供需调查的要求是：题材选择要准，方案设计要科学，问卷设计要合理，调查要快速，分析要透彻，提供服务要及时。

第2节 调查方法与形式简介

2.1 物流供需调查的调查方法

物流供需调查的调查方法主要包括重点调查、典型调查和抽样调查等。

2.1.1 重点调查

重点调查是一种非全面调查，它是在调查对象中，选择一部分重点单位作为样本进行调查。重点调查主要适用于那些反映主要情况或基本趋势的调查。

(1) 重点单位的选取 重点调查的重点单位，通常是指在调查总体中具有举足轻重的，能够代表总体的情况、特征和主要发展变化趋势的那些样本单位。这些单位可能数目不多，但具有代表性，能够反映调查单位基本的总体情况。

选取重点单位应遵循的两个原则：一是要根据调查任务的要求和调查对象的基本情况，确定选取的重点单位及数量，一般来讲，要求重点单位应尽可能少，而其标志值在总体中所占的比重应尽可能大，以保证有足够的代表性；二是要注意选取那些管理较健全、业务力量较强、统计工作基础较好的单位作为重点单位。

(2) 重点调查的特点 重点调查的主要特点是：投入少，调查速度快，所反映的主要情况或基本趋势比较准确。

(3) 重点调查的作用 根据重点调查的特点，其主要作用在于反映调查总体的主要情况或基本趋势。因此，重点调查通常用于不定期的一次性调查，但有时也用于经常性的连续调查。

2.1.2 典型调查

典型调查也是一种非全面调查，它是从众多的调查研究对象中，有意识地选择若干个具有代表性的典型单位进行深入、周密、系统的调查研究。

进行典型调查的主要目的不在于取得社会经济现象的总体数值，而在于了解与有关数字相关的生动具体的情况。

(1) 典型调查的优缺点 典型调查的优点是调查范围小，调查单位少，灵活机动，具体深入，节省人力、财力和物力等。其缺点是在实际操作中选择真正有代表性的典型单位比较困难，而且还容易受人为因素的干扰，可能会导致调查的结论有一定的倾向性，且典型调查的结果一般情况下不易用以推算全面数字。

(2) 典型调查的类型 一般来说，典型调查有两种类型：

1) 一般的典型调查是对个别典型单位的调查研究。在这种典型调查中，只需在总体中

选出少数几个典型单位,通过对这几个典型单位的调查研究,说明事物的一般情况或事物发展的一般规律。

2) 具有统计特征的划类选点典型调查,即将调查总体划分为若干个类,再从每类中选择若干个典型进行调查,以说明各类的情况。

(3) 典型调查的作用 典型调查的作用主要有以下两点:在特定的条件下用于对数据的质量检查;了解与数字相关的具体情况。

2.1.3 抽样调查

抽样调查是一种非全面调查,是从全部调查研究对象中,抽选一部分单位进行调查,并据此对全部调查研究对象作出估计和推断的一种调查方法。显然,抽样调查虽然是非全面调查,但它的目的却在于取得反映总体情况的信息资料,因而也可起到全面调查的作用。

根据抽选样本的方法,抽样调查可以分为概率抽样和非概率抽样两类。概率抽样是按照概率论和数理统计的原理从调查研究的总体中,根据随机原则来抽选样本,并从数量上对总体的某些特征作出估计推断,对推断出可能出现的误差可以从概率意义上加以控制。在我国,习惯上将概率抽样称为抽样调查。

(1) 抽样调查的特点 抽样调查有以下三个突出特点:按随机原则抽选样本,总体中每个单位都有一定的概率被抽中,可以用一定的概率来保证将误差控制在规定的范围内。

(2) 抽样调查的几个主要常用名词 在抽样调查中,常用的名词主要有:

1) 总体 总体是指所要研究对象的全体。它是根据一定研究目的而规定的所要调查对象的全体所组成的集合,组成总体的各研究对象称为总体单位。

2) 样本 样本是总体的一部分,是由从总体中按一定程序抽选出来的那部分总体单位所组成的集合。

3) 抽样框 抽样框是指用以代表总体,并从中抽选样本的一个框架,其具体表现形式主要有包括总体全部单位的名册和地图等。抽样框在抽样调查中处于基础地位,是抽样调查必不可少的部分,它对于推断总体具有相当大的影响。

4) 抽样比 抽样比是指在抽选样本时,所抽取的样本单位数与总体单位数之比。对于抽样调查来说,样本的代表性和抽样调查最终推算的估计值的真实性,取决于抽样框的质量。

5) 置信度 置信度也称为可靠度、置信水平或置信系数。在抽样对总体参数作出估计时,由于样本的随机性,其结论总是不确定的。因此,采用一种概率的陈述方法,也就是数理统计中的区间估计法,即估计值与总体参数在一定允许的误差范围之内,其相应的概率有多大,这个相应的概率称为置信度。

6) 抽样误差 在抽样调查中,通常以样本估计值作出对总体的某个特征的估计,当两者不一致时,就会产生误差。因为由样本作出的估计值是随着抽选的样本不同而变化的,即使观察完全正确,它和总体指标之间也往往存在差异,这种差异纯粹是抽样引起的,故称为抽样误差。

7) 偏差 所谓偏差,也称为偏误,通常是指在抽样调查中除抽样误差以外,由于各种原因而引起的一些偏差。

8) 均方差 在抽样调查估计总体的某个指标时,需要采用一定的抽样方式和选择合适的估计量,当抽样方式与估计量确定后,所有可能样本的估计值与总体指标之差平方的均值即为均方差。

2.1.4 几种具体的抽样方式

(1) 简单随机抽样 简单随机抽样也称为单纯随机抽样,是指从总体 N 个单位中任意抽取 n 个单位作为样本,使每个可能的样本被抽中的概率相等的一种抽样方式。

简单随机抽样一般可采用掷硬币、掷骰子、抽签、查随机数表等办法抽取样本。在统计调查中,由于总体单位较多,前三种方法较少采用,主要运用后一种方法。

按照样本抽选时每个单位是否允许被重复抽中,可把简单随机抽样分为重复抽样和不重复抽样两种。在抽样调查中,特别是社会经济的抽样调查中,简单随机抽样一般是指不重复抽样。

简单随机抽样是其他抽样方法的基础,因为它在理论上最容易处理,而且当总体单位数 N 不太大时,实施起来也并不困难。但在实际中,当 N 相当大时,简单随机抽样就不是很容易办到了。首先,它要求有一个包含全部 N 个单位的抽样框;其次,用这种抽样得到的样本单位较为分散,调查不容易实施。因此,在实际中,直接采用简单随机抽样的并不多。

(2) 分层抽样 分层抽样又称为分类抽样或类型抽样,它首先是将总体的 N 个单位分成互不交叉、互不重复的 k 个部分,称为层;然后在每个层内分别抽选 $n_1, n_2, \dots, n_k$ 个样本,构成一个容量为 k 个样本的一种抽样方式。

分层的作用主要有三个:一是为了工作的方便和研究目的的需要;二是为了提高抽样的精度;三是为了在一定精度的要求下,减少样本的单位数,以节约调查费用。因此,分层抽样是应用最为普遍的抽样技术之一。

按照各层之间的抽样比是否相同,分层抽样可分为等比例分层抽样与非等比例分层抽样两种。

实际上,分层抽样是科学分组与抽样原理的有机结合,前者是划分出性质比较接近的层,以减少标志值之间的变异程度;后者是按照抽样原理抽选样本。因此,分层抽样一般比简单随机抽样和等距抽样更为精确,能够通过对较少的样本进行调查,得到比较准确的推断结果,特别是当总体数目较大、内部结构复杂时,分层抽样常能取得令人满意的效果。

(3) 整群抽样 整群抽样中,首先将总体中各单位划分为若干个互不交叉、互不重复的集合,称为群;然后以群为抽样单位抽取样本。

整群抽样特别适用于缺乏总体单位的抽样框。应用整群抽样时,要求各群有较好的代表性,即群内各单位的差异要大,群间差异要小。

整群抽样的优点是实施方便、节省经费;缺点是不同群之间的差异较大,由此而引起的抽样误差往往大于简单随机抽样。

(4) 等距抽样 等距抽样也称为系统抽样或机械抽样,它首先将总体中各单位按一定顺序排列,根据样本容量要求确定抽选间隔,然后随机确定起点,每隔一定的间隔抽取一个单位。

根据总体单位排列方法,等距抽样的单位排列可分为三类:按有关标志排队、按无关标

志排队以及介于按有关标志排队和按无关标志排队之间的按自然状态排列。

按照具体实施等距抽样的做法,等距抽样可分为直线等距抽样、对称等距抽样和循环等距抽样三种。

等距抽样的最主要优点是简便易行,且当对总体结构有一定了解时,充分利用已有信息对总体单位进行排队后再抽样,可提高抽样效率。

(5) 多阶段抽样 多阶段抽样也称为多级抽样,是指在抽取样本时,分两个及两个以上的阶段从总体中抽取样本的一种抽样方式。其具体操作过程是:第一阶段,将总体分为若干个一级抽样单位,从中抽选若干个一级抽样单位入样;第二阶段,将入样的每个一级单位分成若干个二级抽样单位,从入样的每个一级单位中各抽选若干个二级抽样单位入样……以此类推,直到获得最终样本。

多阶段抽样区别于分层抽样,也区别于整群抽样,其优点在于适用于抽样调查的面特别广,没有一个包括所有总体单位的抽样框,或总体范围太大,无法直接抽取样本等情况,可以相对节省调查费用。其主要缺点是抽样时较为麻烦,而且从样本对总体的估计比较复杂。

(6) 双重抽样 双重抽样又称二重抽样、复式抽样,是指在抽样时分两次抽取样本的一种抽样方式。其具体操作过程为:首先抽取一个初步样本,并搜取一些简单项目以获得有关总体的信息;然后,在此基础上再进行深入抽样。在实际运用中,双重抽样可以推广为多重抽样。

双重抽样的主要作用是提高抽样效率,节约调查经费。

(7) 按规模大小成比例的概率抽样 按规模大小成比例的概率抽样,简称为PPS抽样,是一种使用辅助信息,从而使每个单位均有按其规模大小成比例地被抽中概率的一种抽样方式。其抽选样本的方法有汉森—赫维茨方法、拉希里方法等。

PPS抽样的主要优点是:使用了辅助信息,减少抽样误差。主要缺点是:对辅助信息要求较高,方差的估计较复杂等。

上述各种抽样方式均为随机抽样方式。此外还有非随机抽样方式,即按照调查人员主观设立的某个标准抽选样本的抽样方式,如偶遇抽样、立意抽样、配额抽样等。

2.2 物流供需调查的形式

物流供需调查的形式主要包括:问卷调查、访问调查、电话调查、新闻媒介调查、留置调查、日记调查、文案调查等。

2.2.1 问卷调查

所谓问卷调查,就是根据调查目的制定调查问卷,由被调查者按调查问卷所提的问题和给定的选择答案进行回答的一种专项调查形式。问卷调查是一种常用的物流供需调查手段,是国际通行的一种调查形式,也是我国近年来进行物流供需调查的一种主要形式。

问卷调查有很多优点,包括:

(1) 通俗易懂,实施方便 采用问卷形式进行调查,由于将调查的问题和可供选择的答案均提供给被调查者,由其从中选择。因此,容易被调查者接受。

(2) 适用范围广

(3) 节省调查时间, 提高调查效率 由于在调查问卷中已将调查目的、内容和问题及可供选择的答案均列出, 因此, 除特殊情况外, 无需再详细说明, 只需由调查者进行选择回答即可, 从而节省了时间, 加快了调查进度。

2.2.2 访问调查

访问调查是按所拟调查事项, 有计划地通过访谈、询问方式向被调查者提出问题, 通过他们的回答来获得有关信息和资料的一种调查形式, 它也是物流供需调查的一种基本形式。

访问调查的最大特点在于, 整个访问过程是调查者与被调查者直接见面, 并相互影响、相互作用, 是人际沟通的过程。因此, 访问调查要取得成功, 不仅要求调查者做好各种调查准备工作, 熟练掌握访谈技巧, 还要求被调查者的密切配合。

在实际调查中, 访问调查有多种形式, 概括起来主要有:

(1) 面谈调查 面谈调查通常是指召开座谈会或访问被调查者, 通过面谈来实现搜集调查资料的一种专项调查形式。其优点在于: 方便灵活, 回答率高, 搜集的资料真实可靠, 也可沟通感情, 观察被调查者态度。面谈调查对调查人员要求较高, 如果调查人员的素质不高, 态度、语气和技术等不当, 会影响调查资料的质量。

(2) 专家调查 专家调查通常是指召开专家座谈会, 以座谈、讨论、分析、研究、征询意见等方式, 取得调查资料, 并在此基础上, 找出问题症结所在, 提出解决问题方法等的一种调查形式。

访问调查的主要优点是能够把调查与讨论研究结合起来, 不仅能提出问题, 还能探讨、研究解决问题的途径; 不足之处是由于受访问人的素质、被访问的人数限制, 以及被访问者的代表性不当等, 有可能影响调查结果。

2.2.3 电话调查

电话调查是指调查者通过查找电话号码簿, 用电话向被调查者进行询问, 以达到搜集调查资料目的的一种调查形式。电话调查在西方发达国家应用较多, 在我国还只是刚刚起步。在不久的将来, 电话调查将逐渐进入我国人民的日常生活中。

电话调查的优点: 搜集的资料速度快、费用低, 可节省大量的调查时间和调查经费; 搜集的资料覆盖面广, 可以对任何有电话的地区、单位和个人直接进行电话询问调查。

电话调查的缺点: 每次电话调查时间不能过长; 不能提过于复杂的问题; 对挂断电话拒绝回答者很难做工作。

2.2.4 新闻媒介调查

新闻媒介调查是指以新闻媒介为载体, 发布调查问卷, 通过广大听众、观众、读者自愿回答并反馈调查结果, 达到搜集调查资料目的的一种专项调查形式。这里所说的新闻媒介, 主要是指电视、广播、报刊、Inter 网等。

新闻媒介调查的特点包括:

(1) 广泛性 这是因为各新闻媒介都拥有众多的听众、观众或读者, 而且来自不同的阶层, 在不同的岗位工作。

(2) 时效性 这是因为新闻媒介信息传播快, 不受时空、地域等条件的限制。

(3) 公开性