

《市场统计 与预测》 学习指导

SHICHANGTONGJITUYUYUCE
XUEXIZHIDAO

徐浪 张照贵 主编
西南财经大学出版社



责任编辑:吴定光

封面设计:穆志坚

书 名:《市场统计与预测》学习指导

主 编:徐 浪 张照贵 副主编 李南成 毛忠明

出版者:西南财经大学出版社

(四川省成都市光华村西南财经大学内)

邮编:610074 电话:(028)7763785

排 版:西南财经大学出版社照排部

印 刷:四川气象印刷厂

发 行:西南财经大学出版社

四 川 省 新 华 书 店 经 销

开 本:787×1092mm 1/32

印 张:4.25

字 数:85千字

版 次:1995年9月第1版

印 次:1995年9月第1次印刷

印 数:4000册

定 价:4.80元

ISBN7-81017-978-0/F·805

1. 如有印刷、装订等差错,可向本社发行部调换。
 2. 版权所有,翻印必究。
-

前 言

《〈市场统计与预测〉学习指导》是根据徐浪和张照贵主编、西南财经大学出版社出版的《市场统计与预测》一书编写的。本书按该课程“高教自学考试大纲”要求,分章列出各章的基本概念、要点、重点、难点,以及思考题和练习题,并对练习题作了详细解答,以供自学参考。

本书各章撰写分工如下:徐浪,第一章、第二章、第四章;向蓉美,第三章;聂富强,第五章;周光大,第六章;李南成,第七章;毛忠明,第八章;张照贵,第九章。由徐浪、张照贵负责全书总纂和定稿。

因时间与水平所限,书中疏漏恐难免之,恳望广大读者指正、赐教。

编 者

1995年5月

目 录

第一部分 学习内容

第一章 市场调查概述.....	(1)
一、目的要求	(1)
二、学习方法	(1)
三、应掌握的主要内容	(1)
第二章 市场调查的方法与技术.....	(4)
一、目的要求	(4)
二、学习方法	(4)
三、应掌握的主要内容	(5)
第三章 市场调查资料的整理与分析	(13)
一、目的要求.....	(13)
二、学习方法.....	(13)
三、应掌握的主要内容.....	(13)
第四章 商品市场供需统计	(21)
一、目的要求.....	(21)
二、学习方法.....	(21)
三、应掌握的主要内容.....	(22)
第五章 金融市场统计	(36)
一、目的要求.....	(36)
二、学习方法.....	(36)
三、应掌握的主要内容.....	(37)
第六章 其他要素市场统计	(45)

一、目的要求	(45)
二、学习方法	(45)
三、应掌握的主要内容	(46)
第七章 市场长期趋势与季节变动预测	(53)
一、目的要求	(53)
二、学习方法	(53)
三、应掌握的主要内容	(55)
第八章 经济周期分析与预测	(64)
一、目的要求	(64)
二、学习方法	(64)
三、应掌握的主要内容	(65)
第九章 其他市场预测	(74)
一、目的要求	(74)
二、学习方法	(74)
三、应掌握的主要内容	(75)

第二部分 练习题答案

第二章 市场调查的方法与技术	(95)
第三章 市场调查资料的整理与分析	(96)
第四章 商品市场供需统计	(100)
第五章 金融市场统计	(103)
第六章 其他要素市场统计	(105)
第七章 市场长期趋势与季节变动预测	(107)
第八章 经济周期分析与预测	(113)
第九章 其他市场预测	(114)

第一部分 学习内容

第一章 市场调查概述

一、目的要求

本章是对市场调查基本问题的概述。通过本章学习,要求了解市场调查的含义、原则、市场调查的组织形式,理解市场调查的作用、类型及市场调查应注意的问题,掌握市场调查的程序、步骤等市场调查入门的基础知识和基本知识点。

二、学习方法

本章主要介绍市场调查的一些基本问题:市场调查的含义、作用、分类,企业市场调查的主要内容,市场调查的原则和步骤及市场调查应注意的问题,等。学习本章,主要是对市场调查一些问题作常识性的了解,学习方法上以理解和记忆为主;本章重点为“应掌握的主要内容”中所列示的问题。

三、应掌握的主要内容

(一)基本概念

市场调查

统计报表与专门调查

探测性调查、描述性调查、因果关系调查、预测性调查

市场供给与市场需求调查

批发市场与零售市场调查

生产资料与消费资料市场调查

(二)要点、重点、难点

1. 市场调查的概念

市场调查是运用科学的方法,有目的地、系统地对市场现象和市场问题进行的考察,用以了解市场信息和市场资料、掌握市场变化动向和规律、为预测和经营管理决策提供依据。

市场调查的对象是市场现象;市场调查对信息资料的搜集是有目的的、系统的;市场调查是对市场现象的客观反映;市场调查是为预测和决策提供依据。

2. 市场调查的基本作用

(1) 市场调查是获得市场信息的主要途径,是认识市场的有力武器;

(2) 市场调查为市场预测和科学决策提供依据。

3. 市场调查的原则

客观性和准确性、全面性和系统性、时效性、计划性和经济性。

4. 市场调查的步骤

(1) 调查准备。包括明确调查任务、制定调查计划、组织调查人员和进行必要的物质准备。

(2) 实施调查。用各种具体市场调查方法搜集市场信息和资料。

(3) 调查资料整理分析。包括分类、编校、列表、汇总、计算有关指标并进行分析。

(4) 提出调查报告。

5. 搞好市场调查应注意的问题

(1) 要经常性的进行市场调查；

(2) 要重视市场调查的结果并及时付诸应用；

(3) 建立市场信息系统, 为市场调查提供经常性的资料来源；

(4) 市场调查人员应具备良好的素质。

(三) 思考题

1. 什么是市场调查？市场调查有哪些基本含义？

2. 简述市场调查的基本作用。

3. 市场调查应遵循哪些基本原则？如何理解？

4. 一项正式市场调查应按怎样的步骤进行？

5. 搞好市场调查应注意哪些主要问题？

第二章 市场调查的方法与技术

一、目的要求

本章介绍了市场调查的一些基本方法和技术。通过本章学习,要求了解现成资料调查的内容,样本单位确定的方法,市场调查的四种具体方法;理解现成资料调查的作用和检索资料的基本原则,随机抽样和非随机抽样的特点,调查问卷的构成、设计原则和设计步骤,问卷中问题的类型和问句的含义,态度测量表的概念和直接、间接量表的特点;掌握用分层抽样确定样本单位的方法。

二、学习方法

本章的基本内容包括:现成资料的调查(内容、作用、资料来源、检索资料的基本原则);调查中样本单位的确定方法(随机抽样和非随机抽样);市场调查的具体方法(固定样本持续调查、询问调查、观察调查、实验调查等);市场调查的技术技巧(走访调查技巧、询问技术、问卷的设计等);态度测量表和间接态度探测。

本章所介绍的内容都是市场调查中的一些实质性问题,是进行市场调查所必须掌握的一些基本方法和技术。学习本章,仍以理解、记忆为主,但调查单位随机抽样要求按公式计算。

本章的重点以下一个大题目中所列示的问题为主。

三、应掌握的主要内容

(一)基本概念

现成资料调查	随机抽样
简单随机抽样	分层随机抽样
整群随机抽样	等距随机抽样
两相抽样	非随机抽样
任意抽样	判断抽样
配额抽样	固定样本持续调查法
询问调查法	观察调查法
实验调查法	调查问卷
态度测量表	直接量表
间接量表	

(二)要点、重点、难点

1. 现成资料调查及调查内容

现成资料调查即文案调查,是指利用各种文书档案资料进行市场调查。其调查内容主要包括两个方面:(1)从各种文案材料中查找有用的市场信息资料;(2)检索对现成资料进行调查的资料来源。

2. 现成资料调查的主要作用

- (1)为了解市场情况提供部分必要信息;
- (2)为实地调查打下良好的基础;

(3)为市场趋势、季节、周期及各种市场现象关系的分析提供必要的资料。

3. 现成资料调查检索资料的基本原则

(1)先内部后外部,先近期后远期;

(2)从一般到具体,由表象到实质。

4. 实地调查中样本单位确定的两种方式及特点

实地调查中样本单位的确定,有随机抽样和非随机抽样两种方式。随机抽样是按随机原则从调查总体中抽取部分单位组成样本,其特点是:能保证样本对总体的代表性;能对总体作出有一定把握程度的估计和判断;能计算和控制抽样误差。非随机抽样是按调查者主观设定的某个标准来确定样本,其特点是简单、方便、易于操作,但不具备随机抽样的上述优点。

5. 分层抽样各层样本单位数的分配方法

(1)等比例分配法。是按照各层单位数占全部总体单位数的比例来对拟抽的 n 个样本单位在各层间进行分配。这种分配法的基本原理是:若各层之间标志变异程度相当,即各层内总体单位标志值的差异程度都不是很大,不会因为某一层多抽或少抽样本单位而影响抽样误差的大小。因而,按各层总体单位占全部总体单位的比例来分配各层的样本单位,既方便又能充分保证样本和总体结构的一致,从而提高抽样估计的准确性。

(2)标准差比例分配法。是按各层标准差占标准差总和的比重来对拟抽的 n 个样本单位进行分配。这种分配法的基本原理是:由于抽样误差受标志变异程度(方差)大小的影响及样本单位数多少的影响,对于总体单位标志值差异程度较

大(即方差较大)的层,若所抽样本单位较少,其抽样误差必然较大,要减少抽样误差,就应适当多抽一些单位。因而,为了保证抽样推断的精确度,不致使误差过大,按标准差比例对样本单位进行分配,可获得较好的统计效果。

(3)最佳分配法。这种分配既考虑了各层标志变异程度对抽样误差的影响,也尽可能保证样本结构和总体结构的一致性,综合了上述两种分配方法的优点,因而称为最佳分配法。不难看出,当各层标准差相当时,该分配法就是等比例分配法。

(4)最低成本分配法。这种分配法在充分保证抽样的统计效率和样本对总体代表性的前提下,力求以最少的调查费用获得调查对象最充分的信息。这种方法分配样本单位数是通过设定费用函数:

$$C = a + \sum_{i=1}^k C_i n_i \quad \text{①}$$

其中 a 为与样本容量大小无关的固定调查费用, C_i 为在第 i 层每调查一个单位所需的费用。在总费用 C 固定时,在约束条件①下求样本单位数的最优分配,从而推导出各层样本单位数的分配公式。显而易见,当各层单位调查费用 C_i 相等时,该分配法即等同于最佳分配法。

6. 多阶段抽样的步骤

(1)将调查总体按一定标志逐级(或层)分成若干群体,如全国按省别划分作为抽样的第一级单位,再将每个一级单位分解成若干第二级单位(如每省划分为若干市、县);以此类推,又可将市、县再分解成更小的第三级单位(例如区)等。

(2)按随机原则,先从一级单位中抽出若干单位组成一级

样本;再从各一级样本单位中抽出下属的若干二级单位组成样本;以此类推,直至抽出最后一级样本实施调查。

例如,对居民消费品购买力进行调查,可采用先抽选调查城市,从调查城市中抽取基层单位,从抽中的基层单位中抽取调查户的三阶段抽样方式。

7. 询问调查法的几种具体方法及应用范围

询问调查法是按事先准备好的调查事项,以不同的方式向被调查者提出询问,以被询问人的答复作为调查原始资料的一类调查方法。包括面谈询问、电话询问、邮寄问卷询问、留置问卷询问等四种方法。

面谈调查法适用于对调查范围小、调查单位分布较集中、需与对方作深入探讨并需了解对方的各种直接反映的问题进行调查;电话调查适用于对时效性较强并需对方作出简短答复的问题进行调查;邮寄调查适用于对调查区域较广,答复需要一定时间的问题进行调查;留置问卷调查适用于对调查范围小、作答需要一定时间的问题进行调查。

8. 实验调查的两种主要方法及实验效果

(1)事后对比实验法。以 X 代表实验组的值(如销售量),以 Y 代表控制组的值,则实验效果为: $X - Y$ 或 $\Sigma X - \Sigma Y$ 。以教材中所举例的数字代入即: $1500 - 1200 = 300$ 件, $1400 - 1300 = 100$ 件,或 $(1500 + 1400) - (1200 + 1300) = 400$ 件

(2)事前事后对比实验法。实验效果为:

$$(X_2 - X_1) - (Y_2 - Y_1)$$

9. 调查问卷及其作用

调查问卷是以问句的形式系统地记载调查内容并可以记

录答案的一种印件,又称调查表或询问表。调查问卷是询问调查搜集原始资料的基本工具,使调查内容系统化、标准化、便于统计处理和汇总分析,一份高质量的问卷,有助于获取全面、准确的调查资料,达到调查目的。

10. 调查问卷的构成

调查问卷包括说明词、调查的具体项目、被调查者的基本情况、编码编号、调查者项目及调查证明记录等。

11. 调查问卷的设计原则

明确性、重点性、具体性、可接受性、通俗性、简便性。

12. 调查问卷的设计步骤

(1)明确调查目的,把握调查主题,明确需要搜集哪些资料 and 需要调查的对象;

(2)构想对每项需要搜集的资料用什么方式或句型提问,详尽地列出问题,并逐一检查、筛选;

(3)对问卷进行试问试答、初步测试;

(4)修改问卷、定稿付印。

13. 问卷中的问题类型

(1)按问题的形式划分,包括封闭性和开放性问题;

(2)按调查内容不同划分,包括事实性问题、意见性问题、行为性问题和动机性问题。

14. 问卷中问句包含的内容及与一般问句的不同点

问卷中的问句包含询问语句、记录的答案、电子计算机编码及作答的说明四部分内容(其中询问的语句及答案记录是问句必不可少的主要内容)

问卷中的问句与一般问句的不同,除了必需包含特定的内容,还可以不是问句的形式和口吻,而是叙述某种情况或事

实,以征询被调查人的意见。

15. 构造问句应注意的问题

- (1)避免使用多义字眼;
- (2)问句中字眼必须简单明确、界定清楚;
- (3)避免使用含糊不清的句子和模棱两可的字眼;
- (4)避免使用不易理解的句子和专业性术语;
- (5)避免询问对方难以回忆的问题;
- (6)避免提一般性问题;
- (7)避免一个问句多个要点;
- (8)避免使用带诱导性或倾向性的字眼;
- (9)问句应简单扼要,答案不宜过多。

16. 量表的种类

(1)根据询问语句的择定主体,分为直接量表和间接量表;

(2)根据量表的性质,分为类别量表、顺序量表、等距量表和等比量表;

(3)根据不同态度答案数目,分为平衡量表和不平衡量表;

(4)根据应答者作答时的可选择程度,分为强迫性和非强迫性量表。

17. 间接态度探测的原因

(1)有时缺乏对自己所持态度与动机的自觉意识,直接态度探测时往往不能准确回答;

(2)对于非理性行为,在直接态度探测时常会作出合乎理性行为的回答,从而掩盖非理性动机;

(3)对于非认可行为,由于不愿承认有违社会道德标准而

在直接态度探测时作出不真实的回答；

(4)由于不愿在陌生人面前吐露真情，以免有损自己的尊严与品格，从而在直接态度探测时作不真实回答；

(5)出于礼貌，直接态度探测时不愿回答批评性问题。

18. 常用间接态度探测方法

(1)字眼联想法；(2)语句填空法；(3)漫画法；(4)主题统觉探测法；(5)卡片整理法。

(三) 思考题

1. 什么是现成资料调查？其内容包括哪些？
2. 简述现成资料调查的主要作用。
3. 现成资料调查检索资料的基本原则是什么？
4. 调查单位的随机抽样方式有哪些显著特点？
5. 举例说明多阶段抽样的步骤。
6. 询问调查法有哪些具体方法？各适用于哪些情况的调查？
7. 实验调查法有哪两种主要方法？如何测定实验效果？
8. 什么是调查问卷？调查问卷有什么作用？
9. 设计调查问卷应遵循哪些基本原则？如何理解？
10. 设计调查问卷有哪些基本步骤？
11. 调查问卷中的问句与一般的问句有何不同？
12. 为什么对态度探测有时要采用间接方法？原因何在？

(四) 练习题

1. 某企业为了了解本地区居民对本企业产品的看法，拟

进行一次抽样调查,在进行抽样调查之前,掌握到本地区居民有关资料如下:

居民户按月 收入分类	各类居民 户数	居民户收入 标准差(元)	户均调查 费用(元)
收入较低	25000	80	30
中等收入	68000	160	36
收入较高	31000	300	42
合 计	124000	—	—

问:若按分层随机抽样方式,拟抽 200 户组成样本,各层样本单位数应如何分配?计算出各种可能分配方法(等比例分配法、标准差比例分配法、最佳分配法、最低成本分配法)下分配到各层的样本单位数目。