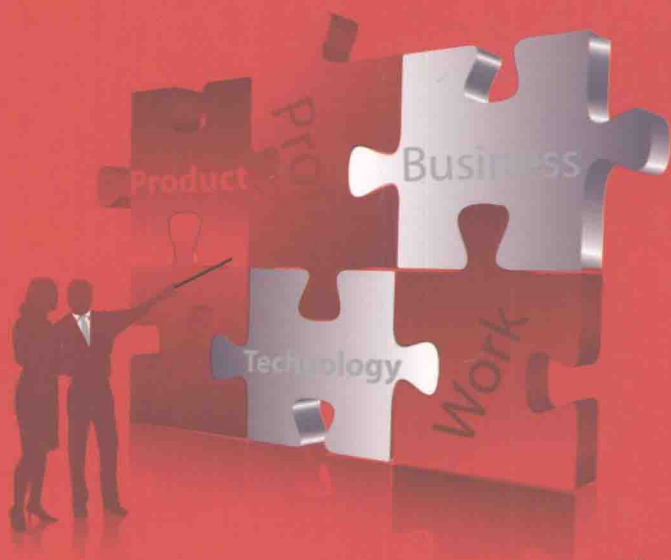


高职高专经管类专业核心课程教材



董力 延静 主编
陈捷 丁玉书 副主编

调查技能与分析

第2版



清华大学出版社



调查技能与分析 (第2版)

经济学原理	代海涛
管理学基础	林景良
财政与金融	李 光
统计基础与实训	韩千里
基础会计 (第2版)	李 平
经济法概论	葛洪武
商务英语	林 群
国际贸易概论	洪志鹤
商业银行经营管理	李 琰
商务谈判实务 (第2版)	丁玉书
调查技能与分析 (第2版)	董 力
项目管理	彭四平
电子商务实务	周建良
现代生产管理技术	金小明

清华大学出版社数字出版网站

WQBook 
www.wqbook.com

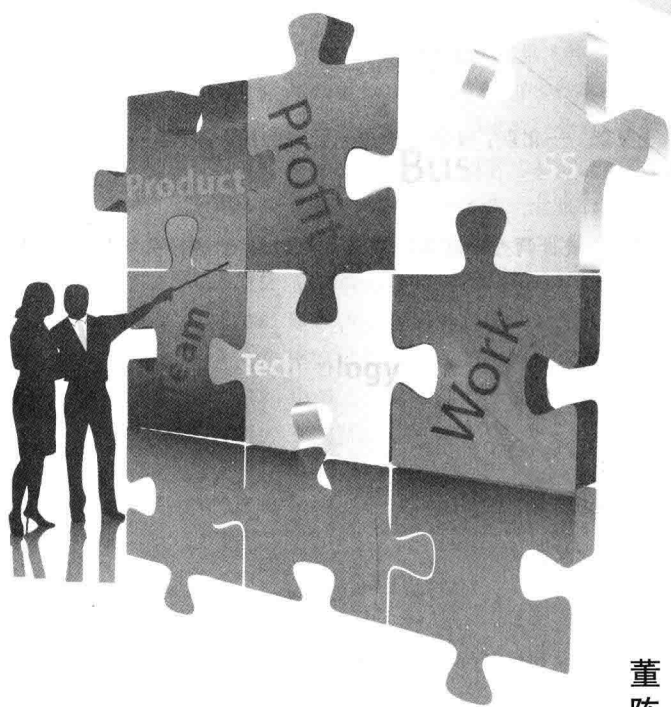
ISBN 978-7-302-27703-3



9 787302 277033 >

定价: 32.00元

高职高专经管类专业核心课程教材



董力延静 主编
陈捷丁玉书 副主编

调查技能与分析

第2版

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书遵循调查统计的基本过程和规律,具体介绍了文案调查信息收集、调查方案的设计、调查问卷的设计、实地调查、调查数据的统计处理与显示、调查数据的描述与分析、调查数据的动态分析、相关与回归分析、撰写调查报告、调查报告的演讲与展示等知识,并通过指导学生实训,达到学以致用、强化应用技能培养的目的。

本书自出版以来,因写作质量高、注重实用性,深受全国各类高校广大师生欢迎,已多次重印,并被列为普通高等教育“十一五”国家级规划教材、国家级精品课程教材。此次再版,作者审慎地对原教材进行了修订补充,以使其更好地服务于广大师生。

本书既适用于高职及大中专院校经济管理与财经类专业学生的学历教育,也可作为工商企业、调查咨询公司从业人员提高业务素养与应用技能的培训教材。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

调查技能与分析/董力,延静主编. —2版. —北京:清华大学出版社,2012.4

(高职高专经管类专业核心课程教材)

ISBN 978-7-302-27703-3

I. ①调… II. ①董… ②延… III. ①统计调查—高等职业教育—教材 ②统计分析—高等职业教育—教材 IV. ①C81

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 276284 号

责任编辑:刘士平

封面设计:宋 彬

责任校对:袁 芳

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795764

印 装 者:北京国马印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:16 字 数:358 千字

版 次:2006 年 8 月第 1 版 2012 年 4 月第 2 版 印 次:2012 年 4 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:32.00 元

产品编号:043890-01

前言

国家经济管理工作依靠的是统计,而统计的依据是调查。任何经济活动和商务运作的策划与实施也必须进行必要的市场调查和统计。调查是统计的基础,统计离不开调查,一切经济活动与市场运作都离不开调查统计。

调查技能与统计分析既是一种工具,又可作为一种手段;既用于描述目的,也可作为分析、决策的依据,而被广泛应用于国家经济建设和各行各业生产经营及科学研究中。调查技能与统计分析不仅是统计人员所必须掌握的基本功,也是企业管理人员应该了解和掌握的必要工具。本书的出版对于开展和规范调查统计工作具有重要意义。

本书作为高职高专财经管理专业的特色教材,共设有 10 个项目。本书遵循调查统计的基本过程和规律,采取项目制、任务驱动式、程序步骤法,具体介绍文案调查信息收集、调查方案的设计、调查问卷的设计、实地调查、调查数据的统计处理与显示、调查数据的描述与分析、调查数据的动态分析、相关与回归分析、撰写调查报告、调查报告的演讲与展示等知识,并通过指导学生实训,达到学以致用、强化应用技能培养的目的。

本书自出版以来,因写作质量高、注重实用性,深受全国各类高校广大师生欢迎,已多次重印,并被列为普通高等教育“十一五”国家级规划教材、国家级精品课程教材。此次再版,结合我国近年新修订实施的统计法,作者审慎地对原书进行了案例更换、新内容补充等修订工作,以使新版教材能够更好地为统计调查实践教学服务。

本书具有理论适中、专项知识系统、内容丰富、案例鲜活、贴近实际、操作性强、通俗易懂、注重教学理念和教材结构的创新、突出职业性等特点,且采用新颖一体化格式设计。本书既适用于高职及大中专院校工商管理、电子商务、物流管理、财会、金融等经管与财经专业学生的学历教育,也可以作为工商企业、调查咨询公司从业人员提高业务素养与应用技能的培训教材,对于广大社会读者也是一本非常有益的读物。

本书由李大军进行总体方案策划并具体组织,董力和延静主编,陈捷和丁玉书为副主编,董力统稿,著名统计专家延静教授审定。具体参编人员如下:董力(项目一、项目六),李洁(项目二),郑强国(项目三),卜小玲(项目四),刘晓晓(项目五),陈捷(项目七、项目八),丁玉书(项目九),张慈、李晓莉(项目十),赵秀艳、李瑶(附录);华燕萍负责全书修改和版式调整,李晓新负责制作本书课件。

在教材改写修订过程中,我们参阅、借鉴了国内外有关统计方面的最新书刊资料和调查业界的研究成果,并得到北京市统计局、调查咨询公司、部分商贸企业及有关专家教授的具体指导与帮助,在此一并致谢。为配合本书的使用,我们提供了配套的电子课件,读者可以免费从清华大学出版社网站(www.tup.com.cn)下载。由于编者水平有限,书中难免存在不妥之处,恳请同行和广大读者批评指正,以使其日臻完善。

编者
2011 年 8 月

目 录

项目一 文案调查信息收集	1
项目目标和技能要求	1
项目组织与实训环境	1
项目课时安排	1
项目考核与评分办法	2
项目内容	2
任务1 文案调查法	2
任务2 互联网信息收集常用的各种搜索引擎	3
任务3 企业内部信息的收集	6
任务4 企业外部信息的收集	11
实训作业	13
项目二 调查方案的设计	15
项目目标和技能要求	15
项目组织与实训环境	15
项目课时安排	16
项目考核与评分办法	16
项目内容	16
任务1 市场调查工作的流程	16
任务2 确定市场调查主题	18
任务3 设计调查方案	21
典型案例	24
实训作业	28
项目三 调查问卷的设计	29
项目目标和技能要求	29
项目组织与实训环境	29
项目课时安排	29
项目考核与评分办法	30
项目内容	30
任务1 调查问卷设计的要求	30
任务2 调查问卷设计的程序	31
任务3 调查问卷的类型与结构	33

任务4 调查问卷中的问题与答案设计	36
任务5 调查问卷设计后的评估、修改及测试	39
典型案例	41
实训作业	45
项目四 实地调查	47
项目目标和技能要求	47
项目组织与实训环境	47
项目课时安排	48
项目考核与评分办法	48
项目内容	48
任务1 调查人员的基本素质与要求	48
任务2 对调查人员进行培训	50
任务3 入户面访调查方法	52
任务4 拦截访问调查方法	54
任务5 实地调查的实施技巧	56
任务6 实地调查工作的质量控制	60
典型案例	60
实训作业	61
项目五 调查数据的统计处理与显示	62
项目目标和技能要求	62
项目组织与实训环境	62
项目课时安排	63
项目考核与评分办法	63
项目内容	63
任务1 调查数据的预处理	64
任务2 调查数据的统计分类或分组	65
任务3 调查数据的统计汇总计算	65
任务4 制表绘图	74
相关知识点	82
典型案例	85
实训作业	88
项目六 调查数据的描述与分析	89
项目目标和技能要求	89
项目组织与实训环境	89
项目课时安排	90
项目考核与评分办法	90

项目内容	90
任务1 对调查数据集中趋势的描述与分析	92
任务2 对调查数据离中趋势的描述与分析	101
任务3 用 Excel 计算描述统计量	113
实训作业	116
项目七 调查数据的动态分析	117
项目目标和技能要求	117
项目组织与实训环境	117
项目课时安排	117
项目考核与评分办法	118
项目内容	118
任务1 根据具体问题,编制时间数列	119
任务2 对时间数列进行水平分析	120
任务3 对时间数列进行速度分析	125
任务4 对时间数列进行长期趋势分析	129
实训作业	134
项目八 相关与回归分析	136
项目目标和技能要求	136
项目组织与实训环境	136
项目课时安排	136
项目考核与评分办法	137
项目内容	137
任务1 根据具体问题,确定变量之间的相关关系	138
任务2 对变量之间的关系进行相关性分析	139
任务3 对变量之间的关系进行回归分析	145
任务4 根据回归结果进行预测	149
实训作业	150
项目九 撰写调查报告	151
项目目标和技能要求	151
项目组织与实训环境	151
项目课时安排	151
项目考核与评分办法	152
项目内容	152
任务1 调查报告的结构	152
任务2 撰写前言	153
任务3 拟写调查报告的主体部分	154

任务4 撰写结尾(附录)	157
任务5 撰写调查报告的技巧	157
典型案例	160
实训作业	170
项目十 调查报告的演讲与展示	171
项目目标和技能要求	171
项目组织与实训环境	171
项目课时安排	171
项目考核与评分办法	171
项目内容	172
任务1 调查报告演讲与展示的准备	172
任务2 调查报告演讲与展示的辅助工具	174
任务3 调查报告演讲与展示的技巧	175
典型案例	177
实训作业	179
附录A 综合调查技能实训案例	180
附录B 中华人民共和国统计法	215
附录C 统计从业资格认定办法	221
附录D 部门统计调查项目管理暂行办法	225
附录E 专项调查知识	230
参考文献	247



项目一

文案调查信息收集



项目目标和技能要求

1. 项目目标

文案调查信息收集也称为二手信息资料收集,通过二手信息资料的收集,可以使调查人员迅速了解有关信息,方便、快捷地获取相关资料,从而把握市场机会。通过这个项目的学习与训练环节,使学生掌握获得二手信息资料的方法。

2. 技能要求

(1) 掌握二手信息资料收集的方法,认真归纳分析,从而培养学生综合分析问题的能力。

(2) 通过文案调查,培养学生从动态的角度收集能够反映市场变化趋势的历史及现实资料的能力。

(3) 使学生掌握互联网信息资料收集常用的各种搜索引擎的使用方法,方便、快捷地收集到有关资料与信息。

(4) 通过网络信息数据收集的实践过程,培养学生通过相关网站学会查找宏观经济指标、统计报表及相应统计数据,并使具备信息收集与处理的能力。



项目组织与实训环境

1. 项目组织

(1) 教师先组织学生采用文案调查法,收集二手信息资料。

(2) 在学生掌握基本方法的基础上,教师在计算机机房进行教学,组织学生利用网络搜索引擎等工具登录国家统计局、北京统计信息网等网站,收集相关统计指标数据。

(3) 根据实训目的和完成统计调查工作任务的实际需要,配合调查方案的总体设计与调查问卷的设计,在计算机实训室,收集选题背景的资料,为写好调查报告做充分的准备。

2. 实训环境

(1) 全班同学进入计算机实训室,每人一台计算机,在网络环境下,收集相关二手信息资料。

(2) 教师现场讲解与指导。



项目课时安排

(1) 时间: 1~2 周。

(2) 课时: 4~8 课时。



项目考核与评分办法

(1) 结合本项目知识,教师布置实训任务由学生按要求完成,并从理论上加以解释、说明,完成文案调查信息收集,分数比例占 50%。

(2) 利用常用网络搜索引擎进行网络信息数据的收集,考核学生应用计算机网络的实际操作水平,分数比例占 50%。

(3) 综合两部分完成情况,按比例进行考核,综合评定成绩。



项目内容

本项目内容包括:

- (1) 文案调查法;
- (2) 互联网信息收集常用的各种搜索引擎;
- (3) 企业内部信息的收集;
- (4) 企业外部信息的收集。

任务 1 文案调查法

文案调查法又称资料查阅寻找法、间接调查法、资料分析法或室内研究法。它是利用企业内部和外部现有的各种信息、情报,对调查内容进行分析研究的一种调查方法。文案调查应围绕调查目的,收集一切可以利用的现有资料。

1. 文案调查的要求

文案调查的特点和功能,决定了调查人员进行文案调查时,应该满足以下几个方面的要求。

(1) 广泛性

文案调查对现有资料的收集必须周详,要通过各种信息渠道,利用各种机会,采取各种方式大量收集各方面有价值的资料。一般来说,既要有宏观资料,又要有微观资料;既要有历史资料,又要有现实资料;既要有综合资料,又要有典型资料。

(2) 针对性

要着重收集与调查主题紧密相关的资料,善于对一般性资料进行摘录、整理、传递和选择,以得到有参考价值的信息。

(3) 时效性

要考虑所收集资料的时间是否能满足调查的需要。随着知识更新速度的加快,调查活动的节奏也越来越快,资料适用的时间在缩短,因此,只有反映最新情况的资料才是价值最高的资料。

(4) 连续性

要注意所收集的资料在时间上是否连续。只有连续性的资料才便于动态比较,便于掌握事物发展变化的特点和规律。

2. 文案调查的功能

在整个调查活动中,文案调查有着特殊的地位。它作为二手信息资料收集的重要手段,一直得到世界各国的重视。文案调查的功能表现在以下4个方面。

(1) 文案调查可以发现问题并为解决问题提供重要参考

根据调查的实践经验,文案调查常被作为调查的首选方式。几乎所有的调查都可始于收集现有资料,只有当现有资料不能提供足够的证据时,才进行实地调查。因此,文案调查可以作为一种独立的调查方法加以采用。

(2) 文案调查可以为实地调查创造条件

如有必要进行实地调查,文案调查可为实地调查提供经验和大量背景资料。具体表现在以下几个方面。

① 通过文案调查,初步了解调查对象的性质、范围、内容和重点等,并能提供实地调查无法或难以取得的各方面的宏观资料,便于进一步开展和组织实地调查,取得良好的效果。

② 文案调查所收集的资料可用来证实各种调查假设,即可通过对以往类似调查资料的研究来指导实地调查的设计,将文案调查资料与实地调查资料进行对比,鉴别和证明实地调查结果的准确性与可靠性。

③ 利用文案资料并经实地调查,可以推算所需掌握的数据。

④ 利用文案调查资料,可以帮助探讨现象发生的各种原因并进行说明。

(3) 文案调查可用于经常性的调查

实地调查费时费力,操作起来比较困难,而文案调查如果经调查人员精心策划,具有较强的机动灵活性,能随时根据需要,收集、整理和分析各种调查信息。

(4) 文案调查可以全面掌握现实资料与历史资料

文案调查不受时空限制。从时间上看,文案调查不仅可以掌握现实资料,还可以获得实地调查所无法取得的历史资料;从空间上看,文案调查既能对内部资料进行收集,也可掌握大量的有关外部环境方面的资料。尤其适用于因地域遥远,条件各异,采用实地调查需要更多的时间和经费的调查。



任务2 互联网信息收集常用的各种搜索引擎——

互联网是将世界各地的计算机联系在一起的网路,它是获取二手信息资料的最新工具。对任何调查而言,互联网都是最重要的信息来源。

互联网信息资料收集的特征是,容易进入,查询速度快,数据容量大,同其他资源连

接方便。在互联网上,要查找的信息,只要网上有立即可以得到。

互联网的发展使信息收集变得容易,从而大大推动了调查的发展。文案调查人员坐在计算机前便能轻松地获得大量信息,只要选择、利用适当的搜索引擎查找,输入需要查找的关键字,计算机就可以自动帮助查找出来,通过互联网获得包含该关键字的许多信息。

1. 搜索引擎大全

通过搜索引擎大全进入各大分类搜索网,进行分类搜索。常见的搜索引擎如图 1-1 所示。



图 1-1 搜索引擎大全

2. 谷歌(Google)搜索引擎

谷歌搜索引擎(<http://www.google.cn>)如图 1-2 所示。



图 1-2 谷歌搜索引擎

3. 百度(Baidu)搜索引擎

百度搜索引擎(<http://www.baidu.com>)如图 1-3 所示。



图 1-3 百度搜索引擎

4. 新浪网搜索

新浪网搜索(<http://www.sina.com.cn>)如图 1-4 所示。



图 1-4 新浪网搜索

5. 中文雅虎网搜索

中文雅虎网搜索(<http://cn.yahoo.com>)如图 1-5 所示。



图 1-5 中文雅虎网搜索

6. 中搜网搜索引擎

中搜网搜索引擎(<http://www.zhongsou.com>)如图 1-6 所示。



图 1-6 中搜网搜索引擎

任务 3 企业内部信息的收集

企业内部信息的收集主要是收集调查对象活动的各种记录,主要包括以下内容。

(1) 企业基本信息

登录该企业官方网站首页,可以了解到该企业的企业文化、企业定位及企业的各种

基本信息。

(2) 业务信息

业务信息包括与调查对象活动有关的各种信息,如订货单、进货单、发货单、合同文本、发票、销售记录、业务员访问报告等。通过对这些信息的了解和分析,可以掌握本企业所生产和经营的商品的供应情况,分地区、分用户的需求变化情况。

(3) 统计信息

统计信息主要包括各类统计报表,企业生产、销售、库存等各种数据信息资料,各类统计分析资料等。企业统计信息资料是研究企业经营活动数量特征及规律的重要定量依据,也是企业进行预测和决策的基础。

(4) 财务信息

财务信息是由企业财务部门提供的各种财务、会计核算和分析信息资料,包括生产成本、销售成本、各种商品价格及经营利润等。财务信息反映了企业活劳动和物化劳动占用与消耗情况及所取得的经济效益,通过对这些资料的研究,可以确定企业的发展背景,考核企业经济效益。

(5) 企业积累的其他信息

企业积累的其他信息,如平时剪报、各种调研报告、经验总结、顾客意见和建议、同业卷宗及有关照片和录像等。这些信息资料都对市场研究有着一定的参考价值。例如,根据顾客对企业经营、商品质量和售后服务的意见,就可以对如何改进加以研究。

1. 收集企业基本信息

(1) 登录物美集团网站首页(如图 1-7 所示),可以了解到物美集团的企业文化、企业定位及企业的相关信息,如图 1-8 所示。



图 1-7 物美集团网站首页