

第一章 绪 论

一、什么是投资

投资是指一定的经济主体为了获得未来货币增值利益而投入经济要素以形成资产的经济活动。^① 经济要素包括资金（资本）、劳动力、机器设备、原料、能源、土地、技术和专利等 这些要素基本上都可以用相应的一定量的资金（资本）来代表。因此又可以这样给投资下定义，即投资是指经济主体为获取预期收益而投入资金（资本）以形成资产的经济活动。

经济主体即投资者，也就是形形色色的经济法人和自然人，在现时的社会经济生活中，其表现为各种类型的事业单位、企业组织、企业集团、个人、政府以及外国厂商等。

预期收益不仅包含着投资的动机与目的，也体现着一定的经济数量关系，包括可衡量的经济收益和不可衡量的经济收益，还包括社会效益和环境效益方面的收益。投资的事业和领域，可以是建设领域、生产领域，也可以是流通领域、服务领域；可以是固定资产，也可以是流动资产；可以是物质产品的生产，也可以是精神产品的生产。投资的形式，包括直接投资、间接投资、直接与间接相结合的灵活投资。投资的行为，包括投资资金和各要素的筹集、投

参见李昌清主编：《投资学概论》，第 2 页，北京：中国财政经济出版社，1993 年版。

放使用、回收以及利润再投资等。

投资的目的是追求未来货币增值。投资者现在支出一定量的钱，其目的是想在将来获得更多的钱，实现货币增值。从现在支出资金到将来报酬的获得，要经过一定的时间间隔。这表明投资是一个行为过程，这个过程越长，未来报酬的获得就越不肯定，即风险越大。

投资是一种经济行为，是商品经济的范畴，是近代资本主义制度的产物，并随着社会经济的逐渐发展而被赋予了特定的含义。同时，投资既然是一种行为，那么它就像人们的其他行为一样受人的意识、心理的调节和控制。事实上，每当我们提到诸如投资动机、投资收益预期、投资决策、投资风险规避等问题时，这其实就是人们心理活动的具体表现。特别是在股票投资领域人们的心理活动更是表现得淋漓尽致。

二、投资的意义和作用

投资对社会和经济的发展具有重要的作用。从根本上说，生产的发展、生活的改善、社会的进步，没有哪一项活动能离得开投资和经济增长。在市场经济条件下，投资在国民经济发展与国际交往中发挥着越来越重要的作用。

（一）投资与企业发展

企业是国民经济的细胞，而投资是社会经济生活的血液，二者的关系极为密切。从生产力角度来考察，一方面，投资是企业发展的第一动力。首先，新企业的诞生完全依赖于投资。随着经济和社会的发展，生产不断向深度和广度拓展，专业化日益明显，新部门和新产业不断出现，这就会涌现出大批新建企业。没有投资的注入，新企业就不可能产生。其次，现有企业的发展也离不开投资。不管企业是扩大生产经营场所即从外延上扩大再生产，还是提高和改善原有的资产要素即从内涵上扩大再生产，都需要新投

资的追加和原有投资使用效率的提高，离开了投资与再投资，企业的生命也就完结了。再次，企业总体向前发展的必然过程，离不开各企业之间优胜劣汰的竞争，优等企业的发展扩大，劣等企业的破产淘汰，破产法的实施和企业兼并，也只有在投资的总体运动中才能实现。

另一方面，企业的发展状况对投资又具有促进和制约作用。投资的经济要素除了一部分是以自然状态存在的自然资源外，其主要部分还是依靠现有企业的资金积累、物资积累。因此，企业的发展状况好，提供的投资积累就多，反之则少，就是说要想有更多的投资注入社会，就必须要有经营管理好现有的企业。

（二）投资与经济增长

投资与经济增长的关系十分密切。一方面，经济增长是投资赖以扩大的基础。从社会角度看，投资作为资金价值的垫付行业，归根结蒂取决于社会总产品价值向投资资金的转化程度。可以说，一切用于投资的资金，都是社会经济活动结果的货币表现。经济发展的程度，直接制约着投资的数量。另一方面，投资增长又是经济增长的必要前提。投资形成了生产手段和生产能力（即物资、资金）因而，不论投资来自何处，它的规模和投资率（投资所占国民收入的比率）对经济增长都有巨大的推动作用。

（三）投资的乘数效应

乘数也叫倍数，是指投资量变化数与国民收入变化数的比率，它表明投资的变动将引起国民收入若干倍的变动。这个道理有点像种庄稼种下 100 公斤种子，可能会收获 1000 公斤的粮食。乘数效应最早是凯恩斯在《就业、利息和货币通论》一书中提出来的，用以说明收入与投资之间的关系，是宏观经济学的一个重要理论。用 K 代表投资乘数， ΔY 代表收入增加量， ΔI 代表投资增加量。

$$K = \frac{\Delta Y}{\Delta I}$$

投资的增加之所以对国民收入的增加具有乘数效应，这是因为经济部门是相互关联的，某一部门的一笔投资，不仅会增加有关部门的收入，也会增加其消费。这些消费又形成其他部门的收入和消费，最终使国民收入成倍增长。

例如，某部门增加投资 1000 万元，有关部门的收入会因此增加 1000 万元。如果将收入的 80% 用于消费，即用 800 万元来消费，第二部门就会增加收入 800 万元。第二部门仍将收入的 80% 用于消费，第三部门就会增加收入 640 万元 依此类推 会引起相关联部门的收入增长。

乘数效应可以从两方面起作用：一方面，投资的增加会引起收入成 K 倍增加，也就是说收入的增加大大超过投资的增加；另一方面，投资的减少会引起收入成 K 倍减少，也就是说收入的减少要大大超过投资的减少。因此，西方经济学家称乘数效应为一把“双刃的剑”。

当然，投资也不是越多越好。超出国家和企业承受能力的投资必然会引起经济过热，引起通货膨胀，也会引起物价上涨和人民生活水平下降；同时不当的投资会破坏经济总量和结构的平衡，对经济增长不但不起积极作用，还会起破坏作用。因此一定要把握好投资的总量和结构，使投资取得最佳的经济效益。

三、投资的分类

在经济活动中，由于投资的主体不同、方式不同、投入的领域不同以及投资所起的作用不同，使投资显得纷繁复杂。为了研究的方便可以以不同的标准对其进行分类。

（一）直接投资和间接投资

这是按照投资行为的直接程度来划分的。

直接投资是指投资者拥有全部或一定数量的企业资产所有权和经营权，对企业具有全部或较大控制力的投资。直接投资的实

质是资金所有者和资金使用者的合一，是资产所有权和资产经营权的合一。它在资产的经营管理上充分体现了投资者的意志。

间接投资是指投资者不直接投资开厂设店，仅凭持有股票和债券获取一定的收益，因此对企业资产及其经营不具有直接的所有权和经营权，一般也无控制权（如果所持公司股票股份数额达到一定的比例，将对公司具有控制权，这时即变为直接投资）。间接投资的实质是资金所有者和资金使用者分开，资产所有权和资产经营权分离。它在资产的经营管理上不体现投资者的意志。

（二）生产性投资和非生产性投资

按照投资的领域，可以分为生产性投资和非生产性投资。

生产性投资是指投入到生产、建设等物质生产领域中的资产。

非生产性投资是指投入到非物质生产领域中的资产。

（三）外延性投资和内涵性投资

按照投资在扩大再生产中所起作用的方式，可以分为外延性投资和内涵性投资。

外延性投资是指用于扩大生产经营场所、增加生产要素数量的投资，它代表“投入生产的资本不断增长”。外延性投资的实质是从投资要素量的增加上来扩大投资规模以促进社会扩大再生产的进行。

内涵性投资是指用于提高生产要素的质量、改善劳动经营组织的投资，它代表“资本使用效率不断提高”。内涵性投资的实质是从提高投资要素的使用效率、加强劳动过程的组织管理、提高劳动效率上来促进社会扩大再生产的进行。

除以上这些分类外，还有经济性投资和政策性投资、积极投资和消极投资、国家投资和企业投资等类别。这些不是本书讨论的重点，不再细述。这里值得一提的是实物投资和证券投资的区分。

（四）实物投资和证券投资

如果我们以股份制企业作为考察的对象，而且对资本运营全

过程进行考察，就可看出证券投资与实物投资是同一个投资运营过程的两个阶段，而且证券投资是最基本的资本垫付，对于实物投资具有决定意义。

实物投资是主体垫付资本购买生产要素（或者以自有生产要素）并投入到一定领域，以期将来获得资本增值的经济行为。证券投资是主体垫付资本购买证券（如股票和债券）以获得资本增值效益的经济活动。二者是密切联系的。证券投资是本书研究的重点内容。

四、股票投资心理研究的主要内容和发展简史

（一）心理学与实践活动

心理学是研究人的心理现象和行为发生、发展、变化规律的科学。从一开始它就根植于活生生的现实生活中。各种实践领域对心理学知识的迫切需要是推动心理学发展的根本动力，也为心理学提供了施展“才华”的用武之地，这从近代各种心理学的应用分支学科的产生和发展过程中可见一斑。比如，20世纪初期为满足教育界对诊断和区分智力落后儿童的需要，在法国产生了智力测验的最早量表——比奈—西蒙量表，在此基础上后来发展起来了心理测量学；为适应近代教育制度的发展，20世纪初在美国发展了教育心理学；随着近代机器化大工业的发展，迫切需要用心理学的知识来理解、沟通、组织和激励企业员工，于是产生了管理心理学（组织行为学）；20世纪二三十年代，为满足销售产品的需要产生了消费心理学和广告心理学，特别是60年代以来，企业的营销观念从一开始的生产观念，经历了营销观念、传统营销观念，发展到了大营销观念和最近的社会营销观念，这时消费心理学和广告心理学引起了人们的广泛关注并获得了长足发展。

人的行为基本上都是在一定的心理和意识的支配下（无论是有意还是无意的）进行的。人们的认识、情感、意志、性格、气质、

能力、兴趣、爱好以及需要、动机、理想、信念、世界观、价值观甚至行为习惯等等都是制约人们如何行动的内在原因。认识这些因素是理解人的行为的重要一环。当然要认识人的本质，掌握人的心理和行为的规律不能停留于此，不能单纯地、封闭地、孤立地研究人和人的心理及行为，应该在实践活动中，在生活过程中，从人与客观现实的相互作用中研究人、把握人。人不是抽象意义上的人，而是具体的、活生生的处于一定社会关系中的人，人与现实环境之间互相作用。因此人的心理和意识一方面是客观现实在头脑中的反映（能动的反映）即来源于客观现实，受制于客观现实。另一方面心理和意识对客观现实又可以起反作用，即心理意识可以给自然界和社会打上自己的烙印——改造和创造客观世界。人是实践的动物，人的实践和认识的发展总是遵循着实践——认识——再实践——再认识……这样的规律在发展、在提高、在进步。要提高实践活动的效率，就要提高人的认识，提高人的心理活动的素质。每一实践领域都离不开人，都有研究人的任务，在投资这样的经济活动中也是如此。

心理学的大量研究证明，不同实践领域中的人的心理活动既具有共性，也具有个性。不同实践领域的不同特性对人的心理活动提出的要求也不一样。正是这种矛盾的特殊性决定了各种分支学科研究对象的特殊性，也构成了各学科存在和发展的基础。

（二）投资心理和行为研究简史

投资心理学（或称股票市场心理学）是经济心理学的重要分支。

经济心理学（Economic Psychology）思想最早出现在20世纪初。塔德（Tarde）在1902~1903年出版了第一本名为《经济心理学》的著作。经过漫长的70多年的发展，70年代末80年代初经济心理学的研究才走向组织化和正规化。国际经济心理学研究会（International Association for Research in Economic Psychology，简

称 IAREP) 和《经济心理学杂志》(1981 年创刊) 对此起了很大的推动作用。

20 世纪 80 年代著名的经济心理学家有乔治·卡托纳 (George Katona) 和范·拉杰 (Van Raaij) 等。当时的研究中心处在法国、瑞士和荷兰。随着一些介绍性和研究性的著作被译成英文, 经济心理学的研究逐渐在世界范围内开展起来。经济心理学是一门独立的学科, 它通过行为科学的方法研究消费等经济行为的心理学机制, 建立和寻找处理经济问题的新理论和新方法, 从而更好地解决社会经济问题。它包括偏好研究、决策及其影响因素研究、决策结果与需求满足感的相关研究等。总之, 经济心理学是一门研究经济行为心理现象的交叉性学科。

当代经济心理学研究有两大主流。

实验经济学过去一直是经济心理学的重要组成部分, 现在仍然是经济心理学发展的主流。1971 年 9 月, 黑兹·绍尔曼 (Heinz Sauermann) 在美国克伦柏格市组织召开了第一届实验经济学研讨会。从那时起, 人们开始有意识地对实验经济学问题开展研究。第二届研讨会 (1980 年召开) 的核心问题是“议价与垄断行为”。第三届研讨会 (1982 年秋召开) 的专题是议价问题和经济决策的不同抱负 (Aspiration) 水平。由此可见, 人们逐渐对实验经济学产生了浓厚的兴趣。近期研究的侧重点是实验性游戏以及对市场的边际理性行为建立模式。

当代实验经济学在用实验方法研究经济学的基础上, 对新古典经济学派的理性假设的有效性进行了分析, 已经提供了许多重要的经济事实, 为心理现实主义 (Psychological Realism) 与经济模型的不和谐问题的解决提供了一条新的途径。

当代经济心理学研究的另一主流是对经济现象进行心理学分析。例如, 人们不再把经济看做是与心理毫不相干的变量, 而认为它是一个影响实施经济行为时的心理状态的重要的独立的变量。

再如,20世纪80年代初西方的高失业率重新引起了人们对失业问题的心理问题进行研究的兴趣(如Jahoda,1982;Keloin和Jarrett,1985;Ware,1987)。另外,近几年东欧国家研究较多的是经济社会化(Economic Socialization)问题,《经济心理学杂志》为此出了一期有关该课题的专辑。

西方经济心理学研究的基本内容包括五个方面:第一,经济因素与个体满足感的关系;第二,通货膨胀、失业和税收等经济现象中的心理学因素;第三,效用和决策理论;第四,消费者行为;第五,经济心理分析。

当代经济心理学在沿着两大主流继续发展的同时,具体的工作是结合理论和实际经验来解决那些经济心理学家们长期争论的问题。

荷西(Hursh,1984)曾经批评过经济学的消费需求理论,认为它是一种“生物学”的理论。经济心理学家(G. Antonides,1989)进一步的工作是在不同水平上(概念、理论和操作)将心理学上有关态度的理论糅合进消费者需求理论中,讨论效用与态度的关系、市场消费者行为的解释以及心理物理学含义上的刺激感受性与效用的联系等。

奥罗夫·达尔巴克(Olof Dahlback,1991)做了一个储蓄和冒险性的相关研究。他假设存款能够用作应付经济危机的手段,不同的存款方式所起的防险作用有差异,因此可以认为个体的风险偏好会影响储蓄。他分析了冒险倾向和储蓄习惯之间的关系(对冒险倾向通过在不同情境下对被试提问进行测评),结果表明:与不谨慎的被试比较,谨慎的被试倾向于保持更低的债务并在银行中存更多的钱;被试的冒险倾向同总净资产及应付突然额外支出货币量之间不存在显著相关。在这项研究中,达尔巴克把冒险性作为一种人格特质(心理量)对待,储蓄则是一个货币银行学概念。

在对过去价格的记忆与评估研究中,坎普(Kemp,1991)分析

了通货膨胀率与心理量的关系。他用两个实验研究了个体对过去价格的记忆。实验一要求 50 名联邦德国居民回忆前几年一般商品价格和特殊商品价格，结果比对 15 年前价格的记忆更加准确。这表明对过去价格的错误知觉与保持时距有关而与通货膨胀率无关。实验二要求 65 名新西兰被试回忆过去价格变化发生的时间。结果显示：离现在近的价格变化时间被估计得比实际更近；离现在远的价格变化被估计得比实际更远。这个结果证明：对过去价格回忆的倾向性不是中心倾向性（Centring Bias）的产物。人们不但在回忆过去价格上是不精确的，而且在价格的错误回忆和知觉上也存在系统倾向性。该研究提供了理论和经验上的事实以支持通货膨胀的预期理论。

在关于市场心理满足感的实验研究中，卡彻梅尔（Kachelmeier, S. J. 1991）认为经济理论关于在市场行为中人们仅关心货币财富的一般假设是不完全的。因为议价和公众选择性研究指出人们不仅对货币刺激而且对满足感的知觉也存在反应。他的研究目的是考察市场行为中心理满足感的作用程度。他选取了 8 个市场进行实验，结果表明：心理满足感能够影响市场价格，但作用效果会随时间的延长而削弱。

股票市场心理学（Psychology of Stock Market）是当代经济心理学的重要分支。美国拉斯维加斯市内华达大学心理系为本科生开设了这门课程。讨论的内容包括：第一，投资基础。如现金、股票市场、证券、经济分析等概念。重点强调其中的心理学因素。第二，文献综述。包括早期作者如 Mackay（1841~1914），Hoyle（1898~1968），Selden（1912~1968）和近期作者如 Neiu（1954~）等文献的回顾。他们侧重研究在投资和投机活动中心理因素的重要性。第三，现代作者的工作。Wyckoff（1963）研究了市场循环、大众行为、证券类型、数字偏好以及日期与季节效应。Dremen（1977, 1982）分析了依从、感情等非理性心理变量，从而解释许多

职业投资者的心理弱点产生的原因。除此之外，还有对股票市场行为进行精神分析的研究（Block 和 Correnti, 1973; Haas 和 Jackson, 1967）等。第四，关于投资者人格特质的研究。第五，关于投资与投机的心理理论。海登（Hayden, 1967）认为风险规避（Risk Averter）水平根据乐观—悲观连续带（Optimism-pessimism Continuum）可以划分为不同的层次，乐观和悲观的心理预期在投资和投机行为的决策中起着相当大的作用。

我国的经济心理学总体上尚处在萌芽阶段，能够获得的国外资料和信息非常少。但我国在与经济心理学有关的一些心理学分支学科如消费心理学（又称消费者行为学）、广告心理学等领域的研究从 20 世纪 80 年代就开始了，并出版了一定数量的专著、研究报告和论文等。在股票投资心理方面也有我们自己的研究，如华东师范大学心理系俞文钊教授和彭星辉先生对上海股民的投资行为与个性特征的研究、对投资心理与居民消费结构的动力变化的研究等均属于这个领域的工作。国内的相关研究基本上还处在起步阶段。相信随着我国社会主义市场经济体制的进一步确立和发展，随着股份制现代企业制度的普遍推行，随着我国金融体制的改革和股票市场的不断扩大和完善，我国居民的金融意识也逐渐觉醒，参与证券投资的人会越来越多，因此加强经济心理学（包括投资心理学）的研究具有重要的现实意义。

（三）股票投资心理研究讨论的主要问题

我们知道，投资的领域较大，种类也多，但就主体参与的广泛性及各种投资领域（如股票市场、债券市场、期货市场、黄金市场、外汇市场、房地产市场等）在国内的规模来看，股票市场首屈一指，研究股票投资心理具有典型意义，因此本书主要讨论股票投资中的心理学问题。

为了讨论问题方便，首先要明确一个基本概念，即股票投资心理学。股票投资心理学是研究股票投资者在股票投资过程中的心

理和行为规律的科学。它是在投资学和心理学的结合部上产生的一门边缘性学科。

股票投资者是进行股票投资活动的主体，又称投资人、投资主体，是指从事股票投资活动的法人或自然人。而中小额投资者俗称为股民。股票投资主体是股票投资权利体、投资责任体和投资利益体的内在统一。这是因为：第一，投资主体必须拥有投资权利，能相对独立地做出投资决策，包括投资目标的确定、投资方式的选择等方面的自主决策。不拥有投资权利，不能相对独立做出投资决策的法人或自然人不构成真正的投资主体。第二，投资主体必须承担相应的投资风险或责任，包括承担的政治风险、经济风险、法律风险和社会道德风险。不能承担投资风险或责任的法人或自然人不构成真正的投资主体。第三，投资主体必须享受一定的投资利益。不能享受一定投资利益的法人或自然人不构成真正的投资主体。总之，股票投资主体就是资本所有权在股票投资领域中的人格化。

股票投资过程是指股票投资者在一定的动机驱使下，投入一定量的资本在自认为适当的时候，来选择、评价（分析）决定、购买、储存和卖出股票以获利了结或停损出局的过程。可见这个过程从投入资本开始以出售股票结束。

在上面这个过程中投资者的心理活动表现得淋漓尽致，投资者的行为也具有一定的规律性。投资者的心理活动主要包括认识、情绪、意志、投资者的个性倾向——需要、动机、态度、股民的风险意识、挫折和适应心理、股民的性格、气质、智力等等。这些心理因素都对投资的绩效、投资的行为方式有重要作用。股票市场是个社会场所，股民之间的心理和行为必然相互影响、相互作用，因此股民心理活动还包括从众心理和从众行为、造谣信谣心理、心理气氛、人气、多空搏杀心理、主力与散户心理等等股市社会心理现象，这些也是本书要讨论的重要内容。

股票投资心理学还面临着如何使投资学与心理学有机结合起来的问题。要研究投资心理和投资行为必然要涉及投资学的一般知识，因此本书还要结合心理分析介绍和评论一些投资的概念、理论、方法等内容。

最后，本书还要总结一下目前股市上常用的投资技巧和方法，介绍和评价一些成功投资者的经验并给以心理学的分析。

五、研究股票投资心理的方法

方法问题是科学研究的重要问题。没有正确的、合适的方法，没有方法的逐步完善和进步，科学要取得进展是很难的。科学方法可以帮助人们发现新的事实、现象以及现象与现象之间的必然联系。对于股票投资心理研究来说，应该根据研究对象、研究课题的性质、研究的物质条件等等因素的不同，选择相应的某种方法或几种方法，并以求各种方法取得的结果之间相互印证。股票投资心理研究所用的方法来自实验心理学和社会心理学。

（一）实验室实验法

实验室实验法是在实验室中，控制一切估计会干扰实验结果的其他因素，有目的、有组织地操纵某个因素，观察此因素对被试心理和行为有何影响。

在实验操作时，实验者不能主观地任意挑选被试，而是应该使某一范围内的每个人都有同等机会作为被试，这称之为实验取样的随机化，以使实验结果减少特殊性和偶然性，增强可靠性。例如，要研究性别与投资行为的冒险性特征之间是否有内在联系，选择被试时要考虑到使各种各样的股民（文化水平不同、年龄不同、性格不同、地区不同、股市经验不同）在理论上都有同等的机会被选为被试，尽量保证除了性别不同之外，其他因素均基本相同。

实验室实验必须设立对照组。实验结果如何，必须将实验组与对照组加以比较，对照组人员的条件应与实验组完全相同或尽

量相仿，所不同的只是实验组接受特殊的实验措施，而对照组不接受特殊的实验措施。如果两组的反应之间发生了差别，就可以归结为是由实验组接受了特殊的实验的影响所致。这里的关键是在于把被试随机地安排在不同的实验条件下（不同的组中）。这意味着，每个被试被安排在任何一种研究条件下的机会都相等。随机分配的最大优点是：任何没有完全控制的变量几乎肯定是随机地分布于各种条件下，这就保证了这些变量不可能以系统的方式影响实验的结果。例如，要查明表扬对人们行为的影响，可以设立一个受表扬组（实验组）对被实验者工作加以表扬；再设立一对照组，即不对该组成员的工作加以表扬。一段时间之后，比较两组后继工作的成绩，若受表扬组优于对照组，其结果可视为表扬造成的。

实验法的优点是控制条件严格，可以避免许多其他因素的干扰，所以实验结果较为可靠。

但学术界对实验室实验法也有强烈的批评，这些批评大致包括两个方面：一是控制变量（条件）不可能彻底。控制各种变量是实验法的一个主要优点，但对人类被试的环境实行完全彻底的控制是做不到的。个人之间在无数细微方面都有差异，这使得对各种变量的控制进一步受到了限制。我们力求说明人们做些什么，当然意思是指在给定的一系列条件下，大部分人在大部分时间内做些什么。如果有些未测量到的个体差异影响了结果，我们的结论就不可能对所有的人都是适用的。在态度、价值观、能力、个性特征和新近的经验等方面的差异，都会影响人们在实验中的反应方式。因此，即使有能力控制实验条件，同一个条件也不会以相同的方式影响每一个人。第二方面的批评是指责实验室实验是人为环境，脱离了活生生的社会生活。实验室实验法的确存在这样的问题，因此，对于实验结果不能迷信，对其实验结果的推广与应用，必须持慎重态度。

当然也不能全盘否定实验室实验法。如果在实验设计、被试

选择、结果分析和解释等环节能非常细致、考虑周到并参照和兼用其他研究方法，效果就会更好。

（二）现场实验法

现场实验法又叫自然实验法，是在自然情况下控制条件进行实验，对于由此发生的相应的心理、行为变化进行分析研究，得出结论。例如，工厂比较计时工资与计件工资对工人生产积极性的影响，可以对条件相仿的两组工人施以两种不同的工资制，然后比较双方劳动的热情与生产效率，以判断两种工资制孰优孰劣。

这种方法在很大程度上可以推断出因果关系。但运用这种研究方法必须与有关方面建立协作关系。它与实验室实验法比较起来，控制条件与施加实验措施可能不如实验室实验法那样方便，但它更接近于生活的真实情况，故其实验结果较易于推广。

（三）现场调查法

现场调查法是研究者运用问卷、谈话等方式，对研究对象进行调查了解，以收集材料并加以分析归纳。这种方法用来研究投资需要、动机、决策、风险态度、情绪反应等内容较为实用。

该调查方法简单易行，调查的结果可提交给有关部门作为参考。调查前必须精心设计调查表，调查表可以采用无记名方式。面对面谈话必须事先拟定谈话范围、主题、提问提纲等，谈话要设法在融洽的气氛中进行，以使被调查者能够畅所欲言。

（四）观察法

从一定的目的出发，对研究对象进行系统和有步骤的观察记录，以获得数据得出结论，即为观察法。例如，有位研究人员以大学生价值观的变化为研究课题，对某大学的一个班级学生进行了为期四年的系统观察，获得了大量丰富而又真实的材料。

这种研究方法的最大优点在于：对于所研究的对象既没有施加任何外来的影响，又能够掌握研究对象的许多生动活泼的实际材料，所以它有很大的现实意义，资料的可靠性也较强。但这种研

究方法也有一定的缺点 即可了解到“是什么”但很难推测“为什么”。这种方法如果运用得当，也不失为一种较方便的方法。

运用观察法，应注意以下几点：

第一，进行连续性观察。即对同一对象的同一问题要做多次观察，如果只做个别一两次的观察，则观察所得免不了有很大的偶然性。多次观察可以发现研究对象的心理活动的稳定性，只有观察到稳定的心理活动，才能获得具有重要价值的材料。

第二，进行轮换性观察。即对同一课题变换几次对象进行重复观察，以验证同一类研究对象的心理活动是否有同样的变化，如果变换了的研究对象对同一课题有基本相同的心理变化，这样获得的资料是很有价值的。

第三，进行隐蔽性研究。即研究者的观察活动力求不使被观察者觉察到，这样才能使被研究者的心理活动自然流露出真实的变化。否则，容易出现种种假象——“迎合心理”或“逆反心理”。所谓迎合心理，就是被研究者出于“好心”而主动配合研究者的意图，故意表现出符合研究者主观愿望的心理变化；所谓逆反心理，就是被研究者出于“好奇”或反暗示，而故意反常地表现出自己的心理活动。不管是迎合心理还是逆反心理，它们都是假象，都不能反映被试真实的心理状态，从而使研究资料失去意义。

以上介绍的几种研究方法都各有利弊，很难说哪一种方法最好，运用时最好根据具体情况来选择恰当的方法。

随着电子计算机在研究中的广泛应用，科学研究的数据处理更加省力、准确。这里我们从消费心理学中转引一个应用因子分析技术在电脑中处理消费者动机研究结果的实例，以期给读者一个借鉴。

（五）因子分析技术在研究动机中的应用

1. 因子分析技术与 SPSS 统计软件包

在分析消费者的动机特点和动机类型的时候，我们提到过，消

费者的动机具有复杂性、组合性的特点，对于不同的商品而言，消费者的动机是不同的并且有可能存在相互交叉的现象，就是在同一种商品的消费中，每一位消费者的动机可能包含了多种类型，不同的消费者之间，消费这种商品的动机类型更是千差万别。这对于工商企业来说就带来了一个困难，即怎么样去了解消费者这些复杂多样的动机。如果不能比较准确地掌握一个群体消费者的动机类型，工商企业要做出商品生产、经营和管理的计划与安排就显得非常困难。

比如在消费服装方面，人们就存在着多种多样的动机，并且每一种消费动机所起的作用不同，工商企业在生产和经营中，应该分别考虑消费者不同的动机类型，并采取不同的营销策略；推销不同品种的服装时，应该考虑到需要进行不同的市场定位，这样服装商品的推销才会有针对性。

那么，有没有一种方法来解决这个难题，从而清楚地探明消费者的不同动机呢？

回答是肯定的。在分析消费者动机这样复杂的心理时，有一种专门的技术即因子分析技术，这种技术能把复杂的问题（像消费者在消费某种商品时的动机类型）简化为几个主要的因素（或称为因子），这几个主要的因子在这个复杂的问题中起主要的作用。比如在服装消费心理的研究中，我们发现人们在消费某一类型的服装时，就包含了十几种甚至于几十种不同的动机，使用因子分析技术，可以把这些复杂的动机提取为四五个主要的因子（视具体情况确定提取因子的数目），这四五个因子在消费某一类型的服装中起着最重要的作用。既然能抓住这种商品消费中最主要的影响性的因素，我们从消费者的需要和动机的角度来制定生产和经营计划就有了具体的依据，而不至于面对十几种甚至于几十种消费者的动机不知所措。

值得一提的是，因子分析技术也正是在心理学的科学研究中