# 第三章 市场调查的技术方法

**【学习目标】**

通过本章的学习，你应该达到以下目标：

知识目标

☆ 掌握观察调查法的概念、特点、分类、程序及其运用。

☆ 掌握询问调查法的概念、特点、分类、程序及其运用。

☆ 掌握市场调查问卷设计技术。

☆ 掌握实验调查法的概念、特点、分类、程序及其运用。

☆ 掌握文献调查法的概念、程序及其运用。

技能目标

☆ 根据不同的市场调查对象及其影响因素选择恰当的调查方法。

☆ 根据询问调查法的任务和要求设计完整的市场调查问卷。

## 3.1观察调查法

### 3.1.1观察调查法的含义与特点

（一）观察调查法的含义

观察调查法，简称观察法，是调查者凭借自身的感觉器官或借助科学的观察工具,深入调查现场对调查对象当时正在发生的、处于自然状态下的市场情况进行直接观察和记录的一种市场调查方法。

（二）观察调查法的特点

　　 其主要特点有以下几点。

　1.观察调查法所观察的内容是经过周密考虑的

观察调查法是观察者根据研究市场问题的某种需要，有目的、有计划地搜集市场信息资料，是为科学研究市场现象服务的。

2.观察调查法要求对观察对象进行系统、全面的观察

观察调查法是科学的观察，它必须是系统、全面的观察。在实地进行观察之前，必须根据市场调查目的的要求，对观察对象、观察项目、观察的具体方法等进行详细计划，设计出系统的观察方案 。

3.观察者在充分利用自己感觉器官的同时，还要尽量运用科学的观察工具

在对市场现象进行实地观察时，其观察工具有两大类：一是人的感觉器官，如眼、耳、鼻、舌、手等，特别是眼睛，在实地观察中能获得大量的市场信息；二是科学的观察工具，如照相机、摄像机、望远镜、探测器等。

4.观察的结果是当时正在发生的，处于自然状态下的市场现象

市场现象的自然状态是各种因素综合影响的结果，没有人为制造的假象。在自然状态下的观察就是不带有任何人为制造的假象，完全依靠市场现象所处的时间、地点条件下的客观表现进行观察，以保证观察结果客观真实地反映市场实际情况。

### 3.1.2 观察调查法的基本类型

（一）按观察者是否参与到被观察的市场活动中划分

按观察者是否参与到被观察的市场活动中，可分为参与观察和非参与观察。

1.参与观察

参与观察，又称局内观察，是观察者直接参与到被观察的市场活动中，从内部收集市场第一手资料。

2.非参与观察

非参与观察，又称局外观察，是观察者以局外人的方式在调查现场收集市场资料。

（二）按观察结果的标准化程度划分

按观察结果的标准化程度，可分为控制观察和无控制观察。

1.控制观察

控制观察是指事先制订好观察计划，为观察对象、范围、内容、程序等作出严格的规定，在观察过程中必须严格按计划进行。

2.无控制观察

无控制观察是指对观察的内容、程度等事先不作严格的规定，只要求观察者有一个总的观察目的和原则，或者有一个大致的观察内容和范围，在观察时根据现场的实际情况进行有选择的观察和记录。

（三）按选择观察对象的角度划分

按选择观察对象的角度，可分为直接观察和间接观察。

1.直接观察

直接观察是观察者直接到商店、家庭、街道等场所进行实地观察。

2.间接观察

间接观察是通过对实物的观察，来追索和了解过去所发生的事情，故又称为对实物的观察法。

### 3.1.3观察调查法的实施步骤

1.制订观察计划

观察计划包括观察的任务、方法、手段、时间、地点、观察提纲、观察问卷、选择和培训观察员、经费的来源与开支以及如何进行观察员培训、观察的注意事项、观察资料整理分析的方法等内容。

2.制定观察提纲和观察问卷

　　观察提纲和观察问卷主要包括观察内容、观察时间、观察地点、观察对象、观察者的注意事项、观察变量和指针的说明、观察结果的填写方式等内容。制定观察提纲和观察问卷一定要做到简明扼要。

　　3.选择和培训观察者

观察者是观察调查法的执行者，是观察调查法成败的关键，所以，要求观察者具有敏锐的观察力和明察秋毫的素质。

　　4.实地观察收集资料

这一步骤是观察调查法的重点。观察者首先要获准进入观察现场；其次是要同观察对象搞好关系，建立相互信任感；再次是要运用各种方法进行观察，收集资料，包括选择最佳观察点，选择特定的方法记录结果。

　　5.观察资料的整理和分析

　　观察者带着对市场现象的观察资料退出现场后，就要进入市场调查资料的整理分析阶段。

### 3.1.4运用观察调查法的原则

　　1.客观性原则

　　坚持观察的客观性是观察调查法首要的和最基本的原则。

　　2.全面性原则

观察的全面性是由市场现象复杂性的客观事实所决定的，也是科学观察市场现象的一般原则。

　　3.持久性原则

　　由于市场调查的目的是认识市场现象的本质及其发展规律，而市场现象的本质及其发展规律必须通过持久的观察才能被发现，所以持久性原则是观察调查法必不可少的原则。

　4.规范性原则

　　运用观察调查法时要注意遵守国家法律和社会公德，特别要注意尊重少数民族地区的风俗习惯和宗教信仰，不得侵害公民的各种权利。

### 3.1.5运用观察调查法的基本要求

　　1.正确选择观察对象

　　观察调查法对市场现象进行观察既可以与全面调查方式相配合，也可以与非全面调查方式相配合。

　　2.确定最佳的观察时间、地点

　　市场现象是不断发展变化的，在不同时间、不同地点会有不同的表现。

　　3.灵活安排观察顺序

　　观察调查法的观察项目是在观察方案中确定的，不同的观察类型对观察项目的要求有所不同。

　　4.尽量保持观察对象的自然状态

　　在观察调查法的运用中，经常会出现观察活动对观察对象的影响，使其不能保持原有的自然状态，而使被观察者出现一些紧张、好奇等心理，以至影响其正常的行为。

　　5.认真做好观察记录

　　观察调查法在观察者对市场现象进行观察的同时或之后，必须认真做好观察记录，把所观察到的市场现象记载在一定的物质载体上。

### 3.1.6观察调查法的常用观察技术

　　1.神秘购物者观察法

　　神秘购物者观察法是指经过专门培训的调查者假扮成顾客，去实地观察并详细记录他们购物或接受服务时发生的实际情况，以了解市场现象的一种观察技术。 2.单向镜观察法

　　单向镜观察法，又称第三者介入法，它是在一个装有单向镜和录音录像设备的房间里安排观察人员（第三者），在被观察者不知情的条件下，通过单向镜观察主持人组织座谈会和采访调查者的情形，然后将主持人现场座谈、访谈获得的信息和观察者观察到的信息进行综合分析，得出调查结果。

　　3.购买模式观察法

　　购买模式观察法是指观察者通过观察、追踪购买者的购物路线、形态和行为来分析购买模式的一种调查方法。

　　4.人种学观察法

　　人种学观察法是一种新的用于市场调查研究的观察技术，它源于人类学的研究。

5.痕迹观察法

痕迹观察法是指被调查者不直接观察受访对象的行为，而是通过一定的途径来观察他们行为留下的实际痕迹。

### 3.1.7观察调查法的常用记录技术

　　1.观察卡片

　　观察卡片，又称观察表，是为了完成观察任务而特制的一种记录观察内容的卡片。

　　2.符号

　　符号是指用符号代表在观察中出现的各种情况，在记录时，只需根据所出现的情况记录相应的符号，或在事先写好的符号上圈写即可，不需要文字的叙述，这样的符号方式可以加快记录观察的速度，避免因手忙脚乱出错，而且也便于资料的整理。

　　3.速记

　　速记是用一套简便易写的线段，圈点等符号系统来代表文字，迅速地记录观察中遇到的各种情况的一种记录方法。

　　4.记忆

　　记忆是在观察调查中，采取事后追忆方式进行的记录。通常用于调查时间紧迫或不宜现场记录的情况。

　　5.机械记录

　　机械记录是指在观察调查中运用录音、录像、照相、各种仪器等手段进行的记忆。

## 3.2询问调查法

### 3.2.1询问调查法的含义与特点

（一）询问调查法的含义

　　询问调查法，又称采访调查法、访问调查法，是调查者通过口头、书面、电信等方式向被调查者提出问题，由被调查者回答，以此了解市场实际情况，收集市场有关资料，获得市场信息的一种实地调查方法。

（二）询问调查法的特点

　　询问调查法与其他市场调查方法相比，具有如下4个主要特点。

1.相互性

2.交往性

3.多样性

4.简明性

### 3.2.2询问调查法的基本类型

　　（一）面谈询问法

　　面谈询问法，又称直接询问法，是指询问者与被询问者面对面地提问和交谈，甚至是讨论，来获得有关市场信息资料的一种询问调查法。

　　1.依据谈话方式不同，面谈询问法可分为自由交谈方式和调查表提问方式

（1）自由交谈方式。

（2）调查表提问方式。

2.依据询问者与被询问者接触的方式不同，面谈询问法可分为个别询问和集体询问

（1）个别询问，是指询问者按照询问提纲的要求，逐个地面对面与被询问者单独交谈，并收集市场资料的一种询问调查类型或方式。

（2）集体询问，又称开调查座谈会，是根据询问提纲的要求，选择部分有代表性的个人，围绕调查的中心议题，进行讨论座谈，收集市场信息资料的一种面谈询问方式。

　　（二）电话询问法

　　电话询问法是由询问者通过电话与被询问者交谈，获取市场信息资料的一种询问调查法。在西方发达国家，采用电话询问法往往是以电话用户号码为依据，进行随机抽样，确定被询问的对象。在我国，随着电话的普及，电话询问法的使用越来越多。

　　电话询问法一般适用于被调查者比较熟悉或调查问题比较简单的市场调查，常用于探索性的初步调查，为以后进一步调查奠定基础。

　　（三）问卷询问法

　　问卷询问法，又称问卷调查法，简称问卷法，是调查者把事先设计好的调查问卷送给或邮寄给被调查者，被调查者按要求自行填写回答，定期由调查者收回或由被调查者寄回的一种询问调查法。

1.问卷询问法的特点

（1）易实施，精确度高。

（2）数据处理分析方便。

（3）时效性较强，调查效率较高。

2.问卷询问法的分类

根据调查问卷的发放方式的不同，问卷询问法一般可分为送发问卷询问法、邮寄问卷询问法、报刊问卷询问法3种。

（1）送发问卷询问法，又称留置问卷询问法，是调查者将调查问卷当面交给被调查者，说明有关的要求，并留下调查问卷，请被调查者按要求自行填写，再由调查者定期收回调查问卷的一种询问调查法。

（2）邮寄问卷询问法，是调查者通过邮局向被调查者寄发调查问卷，被调查者按规定自行填写回答调查问卷后，再通过邮局将调查问卷寄给调查者的一种询问调查法。

（3）报刊问卷询问法，是调查者将调查问卷刊登在报刊上，随报刊发行传递到被调查者手中，并号召报刊读者对调查问卷做出书面的回答后，按规定的时间寄回给报刊编辑部或调查者的一种询问调查法。

　　（四）网上询问法

1.网上询问法的优点

（1）速度快。

（2）费用低。

（3）容量大。

（4）质量高。

（5）灵活有趣。

2.网上询问法的缺点

（1）调查总体欠完整。

（2）存在无限制样本问题。

3.网上询问的方式

（1）通过电子邮件发送调查问卷。

（2）利用自己的网站开展网上询问。

（3）借用别人的网站。

### 3.2.3询问调查法的实施步骤

询问调查法的具体步骤如下。

　　1.询问准备

　　询问的准备工作首先要根据研究的目的和市场现象的具体情况，确定是用标准化询问还是非标准化询问。

　　2.进入询问

　　进入询问是询问调查的开端，询问者要想方设法接近被询问者，尽快熟悉被询问者。目的是使被询问者产生回答提问的动机，做好回答问题的准备。

　　3.实施询问

　　实施询问主要是指询问者对被询问者进行提问，并做好询问记录，这是询问调查的中心环节，是取得市场现象有关资料的过程。

　　4.结束询问

　　结束询问阶段是整个询问调查的最后一个环节，这个环节也很重要，不可忽视。

## 3.3实验调查法

### 3.3.1实验调查法的含义与特点

（一）实验调查法的含义

　　实验调查法起源于自然科学的实证法，后来逐渐应用到社会科学中，成为市场调查的一种方法。它是指市场调查者有目的、有意识地通过改变或控制一个或几个市场影响因素的实践活动，来观察市场现象在这些因素的影响下的变动情况，认识市场现象的本质和发展变化的规律性。

（二）实验调查法的特点

1.实验结果的对比性

实验调查法必须将实验结果资料与实验对象的纵向、横向或纵横综合的资料进行对照比较分析。通过比较分析，找出事物之间的因果关系。

2.实验事件的可控性

在实验调查法中，调查者可以有效地控制所选择的自变量对因变量的影响，有意识地使调查对象在相同条件下重复出现，进行实验对比，得到可靠的资料。

3.实验条件的相同性

运用实验调查法选择的调查对象，进行实验的试验组的情况与控制组、非控制组或推广应用范围的具体情况，在地理环境、政治要求、规模大小、结构内容等方面都应该做到基本相同，以保证实验调查的成功和实践结果推广应用的有效性。

### 3.3.2实验调查法的基本类型

（一）单一实验组前后对比实验

单一实验组前后对比实验是一种最简单的实验调查法，它是在不设置控制组（对照组）的情况下，考察实验组在引入实验因素前后状况的变化，从而来测定实验因素对实验对象影响的实验效果。

（二）实验组与控制组对比实验

在单一实验组前后对比实验中，由于不能完全排除其他非实验因素的影响，只能粗略地估计实验效果。采用实验组与控制组对比实验则可以避免这一问题。

（三）实验组与控制组前后对比实验

在使用实验组与控制组对比实验时，必须注意实验组与控制组之间要具有可比性，即二者的规模、类型、地理位置、管理水平、营销渠道等各种条件应大致相同。

### 3.3.3实验调查法的实施步骤

为了保证实验调查法达到结果快、效果好的目的，实验调查法必须按科学的步骤进行，一般要经过如下几个步骤。

（一）根据市场调查课题，提出研究假设

在市场实验调查之前，通过对现象的初步了解和理论分析，提出市场现象之间及与各种影响因素之间的因果关系假设，是进行实验调查的第一步工作。

（二）进行实验设计，确定实验方法

　　实验设计是指调查者如何控制实验对象，如何开展活动，当然也包括如何进行实验检测。这其中要应用不同的实验方法，从而验证研究假设，达到实验调查的目的。

（三）选择实验对象和实验场所

　　实验调查一般是在较小范围内开展，这就必须选择适当的实验对象和实验场所。

（四）实施实验，收集资料

　　根据实验设计的规定实施实验，包括实验活动的开展，即开展改变市场现象环境的实验活动，它是通过改变、控制实验自变量来实现的。

（五）整理、分析资料，得出实验结论

　在这一步工作中，要充分应用各种研究问题的方法。根据实验记录的资料，做实验检测，主要是用对比方法，观察实验活动的效果，并对其进行数量测定。

### 3.3.4实验调查法的运用技巧

（一）实验者的选择

实验调查是一种探索性、开拓性的市场调查工作，要取得市场实验调查的成功，就要求实验者必须具备一定的条件。

（二）实验对象和实验环境的选择

　　正确选择实验对象和实验环境，对实验调查的成败有着重要作用。实验对象和实验环境的选择，一定要做到所选实验对象和实验环境在同类市场现象中具有高度的代表性，对于复杂的市场现象，还应具有不同类型、不同层次的代表性。

（三）实验过程的控制

对实验过程的控制主要包括两个方面。

1.对实验活动的控制

2.对非实验因素干扰的控制

（四）实验效果的检测和实验结果的评价

实验效果的检测和实验结果的评价是紧密联系的，检测是评价的前提，评价是对检测结果的分析和解释。

1.实验检测

实验检测是实验调查的必要步骤，它必须具有科学性、统一性和可重复性。

2.实验评价

实验评价是对实验检测结果的解释或说明，一般应包括两个方面：一是对实验结果的内在效应的评价，即对某项市场实验调查的研究假设，作出正确程度的评价；二是对实验结果的外在效应的评价，即对某项市场实验调查结果，推广应用于其他同类事物的正确程度作出评价。

## 3.4文献调查法

### 3.4.1文献调查法的含义与作用

（一）文献调查法的含义

　　文献调查法，又称文案调查法或间接调查法，是调查人员在充分了解市场调查目的之后，通过搜集各种有关的文献资料，摘取现成的数据资料加以整理、衔接、调整及融合，以归纳或演绎等方法予以分析，进而提出市场调查报告及有关营销建议的市场调查方法。

（二）文献调查法的作用

具体来说，文献调查具有如下作用。

1.可以发现问题并为市场研究提供重要参考依据

　　根据市场调查的实践经验，文献调查法常被作为市场调查的首选方式。

2.可为实地调查创造条件

如有必要进行实地调查，文献调查法可为实地调查提供经验和大量的背景资料。

3.可用于有关部门和企业进行经常性的市场调查

4.不受时空限制地进行市场调查

### 3.4.2文献调查法的实施步骤

为使文献调查能顺利地取得成效，文献调查法一般应按以下步骤进行。

（一）确定文献调查的基本目的和具体要求

文献调查首先必须明确市场调查的基本目的和具体要求，以避免造成调查方向、资料失误。

（二）拟订详细的调查计划和培训调查研究人员

（三）掌握资料的来源，积极收集资料

调查人员要从各种可能供应的资料中，按照调查的目的积极收集各种相关资料。

（四）筛选资料和评估资料的适用性

筛选资料的目的是去伪存真、去粗取精，并将资料整理成统一的形式。

（五）资料的调整、衔接与融合

文献调查通常会使用两种以上的文书档案，资料之间可能有中断和矛盾，也可能有互补作用。

（六）制作文献调查报告

　 市场调查主持人在报告递送之后，还应继续保持与报告使用者的联系，了解报告被采用的程度和采用后产生的实际效果。计划执行人对报告内容如有疑问，主持人还应做详细解说，从旁边协助他们施行建议的事项。到此，调查工作才算圆满完成。

### 3.4.3文献调查的运用技巧

文献资料的来源渠道不同，收集的方法技巧也不同，下面介绍几种常用的收集文献资料的方法技巧。

（一）查找法

　　查找法是获取文献资料的基本方法。

（二）索讨法

索讨法是向占有市场信息资料的单位或个人无价的索要。

（三）购买法

购买法是通过一定的代价，从有关单位获取资料的方法。

（四）交换法

交换法是指与一些信息机构或单位之间进行对等的市场信息交流的方法。

　　（五）接收法

接收法是指接纳外界主动免费提供的信息资料的方法。