

<<东南亚市场调查与预测>>

图书基本信息

书名：<<东南亚市场调查与预测>>

13位ISBN编号：9787548703242

10位ISBN编号：7548703244

出版时间：2011-8

出版时间：中南大学出版社

作者：石峡 编

页数：297

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<东南亚市场调查与预测>>

内容概要

《东南亚市场调查与预测》从市场调研的一般原理出发，阐述了东南亚市场调研的意义，论述了东南亚市场宏观环境调查的基本现状，农业、工业、服务业等主要行业的发展概况，以及对东南亚市场消费者进行调查的基本原理。

在技术层面。

《东南亚市场调查与预测》阐述了东南亚市场调查设计的间接方法、直接方法、抽样技术等基本技巧，以及预测东南亚市场常用的定性方法和定量方法。

最后介绍了东南亚市场调研报告的基本原则和方法。

全书按市场调研和预测的程序进行论述，操作性强，将一般市场调研的通用性和东南亚市场的特殊性相结合，既可作为普通高等院校师生的教材，也可作为相关市场调研人员和决策层的培训教材，对研究东南亚市场的相关科研人员和机构也是一本不可多得的参考书。

<<东南亚市场调查与预测>>

书籍目录

第一章 绪论

第一节 市场调研概述

第二节 市场调研的基本原理

第三节 东南亚市场调研的意义

第二章 东南亚市场宏观环境调查

第一节 东南亚政治与法律环境调查

第二节 东南亚经济与基础设施环境调查

第三节 东南亚文化与地理环境调查

第三章 东南亚市场行业调查

第一节 市场行业调查一般概述

第二节 东南亚国家农业发展概况

第三节 东南亚主要工业发展概况

第四节 东南亚服务业发展概况

第四章 东南亚市场消费者调查

第一节 消费者一般理论

第二节 消费者需求的基本理论

第三节 东南亚国家消费者市场特征

第五章 东南亚市场调查设计

第一节 东南亚市场的间接调查

第二节 东南亚市场的直接调查

第三节 东南亚市场调查问卷设计

第六章 东南亚市场调查的抽样技术和资料整理

第一节 东南亚市场调查抽样技术的一般原理

第二节 东南亚市场调查资料整理一般步骤

第七章 东南亚市场预测的定性方法

第一节 原始资料的收集

第二节 定性研究的作用和方法

第三节 访问调查法

第四节 东南亚市场的定性研究

第八章 东南亚市场预测的定量方法

第一节 市场预测定量方法的一般原理

第二节 东南亚市场预测的时间序列法

第三节 东南亚市场预测的回归分析法

第九章 东南亚市场调研报告

第一节 调研报告的意义

第二节 东南亚市场调研报告的结构和内容

第三节 东南亚市场调研报告的撰写

第四节 市场调研报告的评价、反馈和完善

参考文献

<<东南亚市场调查与预测>>

章节摘录

调研方法是对调研过程中所用方法的介绍,包括所用方法以及选用该方法的理由。完成一个调研项目要用到一定的方法。

对调研方法的描述可以让调研报告的阅读者知道报告中的数据是如何收集的以及结论是怎样作出的。同时,附录内应有一份空白调查问卷。

调研方法部分要阐明以下几个问题: (1) 调研方案的设计:说明所开展的调研项目是属于探索性调研、描述性调研还是因果性调研,以及为什么选用这一类型的调研。

(2) 资料收集方法:所采集的是一手资料还是二手资料。资料的获取方法是选用调查法、观察法还是实验法。

所用调查问卷或观察记录应编入附录,以备查阅。

(3) 抽样方案设计:目标总体是什么,抽样框如何确定,是什么样的样本单位,它们是通过何种抽样方法被选取出来的。

对以上问题的回答根据及相应的运算须在附录中列明。

(4) 实地调查:启用了多少名以及什么样的实地工作人员,对他们是如何培训的,在调查过程中是如何监督管理的,实地工作如何检查所获得的资料的可靠性。

这一部分对于最终结果的准确程度十分重要,因为最终结果的得出要以实地工作所获得的数据作为基础。

(5) 资料分析方法:说明所使用的定量分析方法和理论分析方法。

(四) 调研结果 调研结果是调研结果的主体构成部分,它提供调研人员收集到的所有相关事实和观点,但不企图对调查委托方的计划做任何暗示,因为这是结论部分的任务。

这一部分的写作直接决定调研报告的质量高低和作用大小。

主体部分要客观、全面地阐述市场调研所获得的材料、数据,用它们来说明有关问题,得出有关结论,对有些问题、现象要做深入的分析、评论等。

总之,主体部分要善于运用材料来表现调研的主题。

如果调研结果在行业内和赞助人中有重要影响,这就不可避免地要求达到一定的一般化概括,虽然这不排除特别说明例证和重点,引用被调查者例子增加报告的真实可靠性,并使全部结果更可信。

引例的说明对于增加报告的活泼型和个性特别有用。

它们有力地提醒读者,所表达的观点是被调研人的而不是调研人员的。

调研人员有责任保证,引例真正地反映了普遍观点,而不是选择来支持个人的偏见。

记住下面一点也很重要:引用了一整串引语,但不提供有意义的说明,而是让读者去试着提炼模型中某些结论。

调研人员必须花费大量的时间和精力来分析、解释调研资料,以使用结构严谨和有效的方法得出调研结果。

在一份调研报告中,常常要用若干统计表和统计图来呈现数据资料。

如影响某种商品消费的因素调研得出:有消费者购买力因素,市场竞争情况,该商品的价格、质量、售后服务情况和销售网点的分布等,用图表的形式就能清晰地反映每一种影响因素各占总数的百分比,得出该项调查的结果。

但是仅用图表将调查所得到的资料呈现出来还不够,研究人员还必须对图表中的数据资料所隐含的趋势、关系和规律加以客观的分析描述和分析,也就是说要对调研的结果作出解释。

对调查结果的解释是找出数据资料中存在的趋势和关系并用适当的语言加以描述。

原始资料经过简化和统计处理并制成图表资料后,虽然其中隐含的趋势关系可以看得出来,但是如果经过一定的训练,要准确领会图表的全部内涵也不是那么简单,因此研究者对图表资料加以解释是必要的。

调研结果部分的内容通常比较多,篇幅比较大。

.....

<<东南亚市场调查与预测>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>