

市场调查中的敏感性问题处理方法综述

马 岚

(广东商学院 经济贸易与统计学院, 广州 510320)

摘要: 目前对敏感性问题处理方法的讨论多局限于随机化回答技术, 文章基于实用有效的原则, 从问卷设计、调查方法选取及调查实施三个方面对敏感性问题的处理方法进行了系统论述。

关键词: 市场调查; 敏感性问题; 处理方法

中图分类号: F713.52 **文献标识码:** A **文章编号:** 1672-5557(2006)01-0044-02

市场调查是企业获取市场信息、掌握市场动态、进行生产决策、开展市场营销的重要手段,但在实践中常因碰到敏感性问题而使调查陷于僵局状态。所谓敏感性问题(sensitive question)“是指所调查的内容涉及私人机密而不愿或不便于公开表态或陈述的问题。例如考试中的作弊现象,青少年的婚前性行为,社会上的卖淫嫖娼、赌博吸毒,偷税漏税等。”^[1]因敏感性问题涉及被调查者的隐私,故直接提问会引起被调查者的反感而不愿真实回答或拒绝回答,进而影响调查数据的整体质量。因此,在调查中应尽量避免敏感性问题,但有时非问不可,无法避免,这就需要敏感性问题进行一定的处理。

一、处理敏感性问题的基本思路

敏感性问题之所以“敏感”在于问题本身涉及被调查者的隐私、秘密等不愿意或不便于公开表态的内容,被调查者出于自我保护的本能反应而在心理上形成防卫。处理敏感性问题方法众多,基本思路大多基于消除被调查者心理防卫,对其隐私、秘密等形成有效保护。但目前理论界对敏感性问题处理方法的讨论多囿于随机化回答技术,而忽略一些简单而行之有效的处理方法。本文正是基于实用有效的原则,从问卷设计、调查方法选取及实施调查的细节考虑以消除被调查者的防卫心理,并在总结笔者实践与教学体会的基础上对上述三个方面中敏感性问题的处理方法加以综述,以期对市场调查实践工作提供些许启发。

二、问卷设计中敏感性问题的处理

在一般的问卷设计中应注意问句的提问方式、备选答案的设置以及措辞的准确无误等,避免因问卷本身设计的缺陷而使本来应为“非敏感性”的问题,变为“敏感性”问题。如确实要提出敏感性问题,可采用以下处理方法:

1. 运用说明性语言。在问卷开头或敏感性问题之前可以加入一些说明性语言,说明调查机构与调查人员始终恪守

调查行业准则与职业道德,对被调查者的个人信息及所提供的资料将严格保密,以消除被调查者的心理防卫。如:对“在校大学生恋爱观及性观念调查”中可以在问卷开头说明:“您好,我们是××调查公司的调查员。为了解目前在校大学生的恋爱观及性观念,我们将征询您的看法。请您客观陈述您的观点,我们将对您的回答及个人信息予以严格保密。感谢您对我们的支持与配合!”

2. 运用转移法^[2]或解释法。转移法即采用第三人称方式提问,将本该被调查者根据自己实际情况回答的敏感性问题,转移到根据他人情况作答以降低敏感度。如:“许多人的信用卡都透支,您知道是什么原因吗?”如果直接提问“您的信用卡透支的原因是什么?”可能会引起被调查者的心理防卫而拒绝回答,采用转移法将被调查者的视角转移到其他信用卡持有者,消除自身的心理防卫从而获得有效的答案;解释法即在敏感性问题提出前声明这种行为或态度是较为平常或常见的,以拉近问卷与被调查者的距离,消除其心理防卫。

3. 运用过滤性问题。过滤性问题的作用类似于过滤器,即通过设置一个或一组问题作为条件以筛选被调查者,问题答案符合条件的被调查者继续作答,而排除不符合条件者。在对敏感性问题的处理中,可以充分利用过滤性问题,从而将敏感人群排除出去或使其跳答至非敏感性问题。如某企业对其猪肉系列产品的市场调查中,就会遇到涉及民族禁忌的敏感性问题。因回族等伊斯兰教民族在此项调查中为敏感人群,这样的调查肯定遭致其拒绝,甚至惹其愤怒,所以在问卷设计过程中必须充分考虑到这一点,可在问卷开头提出“您的民族为__族”这一过滤性问题。若被调查者为非伊斯兰教民族,则按照设定的问题顺序继续调查;如为伊斯兰教民族,那么调查终止或请其跳答×题(非敏感性问题)。

4. 运用随机化回答技术。随机化回答技术的基本特征

作者简介: 马 岚(1977—),女,山西太谷人,经济学硕士,广东商学院经济贸易与统计学院教师,研究方向为市场调查与分析。

是“被调查者对所调查的问题采取随机回答的方式,避免在没有任何保护的情况下直接回答敏感性问题,从而既对被调查者的隐私和私密加以保护,且能获得所需要的真实资料。”^[1]其代表模型有:沃纳模型和西蒙斯模型。沃纳模型的基本思想是:调查人员设计两个相关的敏感性问题,要求被调查者从中随机抽取一个回答,而调查员不知其具体抽中哪一个。调查完毕后,调查员按数理统计方法将资料进行整理,并根据全概公式求得对该敏感性问题的估计回答。在这种情况下可适当减轻被调查者的心理防卫,激发他们的合作积极性,提高对敏感性问题的回答率。西蒙斯模型与沃纳模型的最大不同之处在于,调查人员设计的随机化问题是两个不相关的调查问题,一个为敏感性问题,另一个为非敏感性问题。这样处理的目的是更大程度地激发被调查者的合作意识,更为有效地提高敏感性调查数据的质量。两种模型的具体操作方法及估计量推算可参见相关资料。

5. 运用其他处理技术。其他处理技术主要有分层弱化模型^[3]、无敏感性调查模型^[4]等,这些方法的基本思想是降低问题的敏感度或变敏感性问题为非敏感性问题,有关论述可见相应参考资料。另外,问卷设计中还应注意敏感性问题的摆放位置,一般放于整个问卷中间偏后的部分,这样既避免了开头提出敏感性问题引起的被调查者的突兀及反感心理,又避免了末尾提出敏感性问题造成的无回答误差。

三、调查方法选取中敏感性问题的处理

市场调查的方法众多,有小组座谈会、深层访谈法、面访调查法、电话调查法等,因敏感性问题的根源在于被调查者出于自我保护的本能反应而产生的心理防卫,所以在敏感性问题调查中应避免采用调查者与被调查者“面对面”的调查方法,“面对面”会导致被调查者处于害羞、尴尬、自我防卫的境地,而应采用“非面对面”的邮寄调查法、电话调查法及网络调查法等。

邮寄调查法是采用邮寄问卷的方式对被调查者进行调查的方法,具有“非面对面”、费用低廉、保密性强的优点,但因其回收率过低、时效性不强而未被广泛采用。因此邮寄调查法对于敏感性问题的解决有一定的作用,但不为推荐。

电话调查法是通过打电话的方式对被调查者进行调查的方法,具有“非面对面”、费用较为低廉、时效性强的优点,但因其受调查员素质高低、抽样总体与目标总体是否一致、问卷长短等因素的影响,故在实践较为推崇,但应加以有效控制。

网络调查法是随互联网应运而生的新兴调查方法。所谓“网上敏感性问题调查,就是通过上网方式,按照随机原则

抽取部分网员作样本进行敏感性问题调查,进而估计全部网员特征的调查方法”^[5]。该方法具有“非面对面”、费用较为低廉、时效性强的优点,但因其受抽样总体与目标总体是否一致、被调查者身份难以掌握、网络安全等因素的影响,故在实践中值得探索应用。

四、调查实施中敏感性问题的处理

1. 加强调查的前期宣传。对于敏感性问题调查更应大力加强调查的前期宣传工作,宣传调查机构、调查准则、调查目的、调查内容与调查方法等,这样就使得可能的被调查者对本次调查形成初步的认识,从而在一定程度上减轻或消除他们的心理防卫。

2. 营造良好的调查环境。对于敏感性问题调查提倡采用“非面对面”的调查方法,但如果必须采用“面对面”方式,这时就应注重营造良好的调查环境。良好的调查环境是指被调查者在其中感觉舒适、且可以自由发挥的环境,是指可以不受调查员及其他被调查者影响的环境。最好采用自填式问卷,即由被调查者自己填写的问卷,并在调查区域范围内专门辟出一小块空间,待调查员发放问卷之后,被调查者可以在其中专心作答。并在该专门区域内适当配置饮用水、问卷用笔及问卷回收箱等,最大程度地满足被调查者的需求。

3. 提高调查员自身素质。调查员素质的高低直接影响敏感性问题调查的质量。因本身是敏感性问题调查,被调查者就极为敏感,若此时调查员满口脏话、态度粗鲁、无法回答被调查者就调查提出的相关疑问,这样难以消除被调查者原有的心理防卫,甚至加深其防卫程度,因此应从业务水平、形象气质、语言表达等多方面提高调查员素质。

参考文献:

- [1] 冯士雍,倪加勋,邹国华. 抽样调查理论与方法[M]. 北京: 中国统计出版社, 1998: 319.
- [2] 柯惠新,丁立宏. 市场调查与分析[M]. 北京: 中国统计出版社, 2000: 146.
- [3] 涂光华, 马岚. 企业市场调查中敏感性问题的处理[J]. 统计研究, 2002, (10): 41-43.
- [4] 张伴洲. 敏感问题调查技术新探[J]. 统计研究, 2001, (11): 48-50.
- [5] 孙 蕾, 蔡 亮. 敏感性问题的统计调查新方法——网上调查[J]. 统计与信息论坛, 2000, (3): 43-44.

(责任编辑: 黎 芳)