

## 市調研究員

### 市調研究員 聚光燈

**學歷科系：**大學以上社會科學學院傳播、心理、社會科系或是商學院行銷、經濟、統計、企管科系等

**經歷條件：**此項工作人員須具備基本的統計分析、市場調查等知識，一般無經驗之人員，可經過數個月的在職訓練，由較小案件學習，而至培養獨立作業之能力。

**專業能力：**市調研究員主要工作是蒐集與商品相關的市場資訊，依據所得到的統計數據加以分析，所以最好熟悉相關統計軟體的使用，如 SPSS、SAS 等，而市場概念與資料庫應用也是不可或缺。

**性格速寫：**對行銷有很大的興趣、觀察敏銳反應快、要能隨時掌握產品市場的最新資訊。個性積極執著，除了對數字有一定的敏感度，市調研究員必須抱持高度工作熱忱，並且具有獨立作業的精神。因為研究員必須整天對著電腦跑資料，所以耐得住性子、坐得住的人會比較適合。

**工作環境：**除因調查情況所需，有時候會到調查場所進行瞭解之外，市調研究員大部分的均坐在辦公室內，工作環境頗為舒適，一天工作時間為八小時。

**分佈產業：**專業市調公司、廣告公司、企管顧問公司、公關公司，或是大型企業裡的市場研究部門。

**薪資條件：**新人起薪約為 30000 元起，依主計處統計 93 年 5 月專業科學及技術服務業平均薪資為 47843 元。

**未來前景：**市場調查正朝著有利的方向發展，其發展空間非常寬闊。任何一個產業，都需要進行市場研究，專業市場調查公司、知名品牌的市場研究部門，或是傳播公司等調查機構愈來愈多，這顯示了懂得市調研究員未來的出路，也是同樣地寬廣，而研究員個人的價值會隨著資歷累積，不會被時間淘汰。

**必備證照：**無

職訓課程：無

## 市場調查受到重視

市場調查公司在國外可算是相當古老的行業，有上百年的歷史，而在國內，大約於民國 60 年代才開始出現，而到民國 70 年左右，才普遍受到重視。早期的調查方法非常簡陋，隨著外商的進入國內市場，以及本土廣告積極朝向國際化發展，市調公司漸漸受到業者重視，市場調查報告也供企業作為提升服務品質、推出新產品的重要參考依據。當然，市調公司調查技術與工具的改進，也是市場調查受到重視的背景因素。

例如，民國 70 年年代時，收視率的調查就出現問卷及日記式調查的方法。到了 80 年代，技術更為先進，科學化的個人收視記錄器的出現，在國內引起注意。不少企業一開始時，並不認為需要市場調查，感覺好像是在賣保險一樣，可有可無。但是在競爭激烈的現代社會，唯有知己知彼，才能百戰百勝，有愈來愈多的企業在開發新產品或成立新公司時，都會透過市調研究員進行深入的調查與分析，協助找出可行策略的判斷依據。

市調公司賣的就是「讓數字說話」的產品，但是往往各家數字說的話有時頗有歧異，因此衍生出有關公平性、可靠性的諸多爭議。各種調查的樣本都是抽樣而來，無法擴及全面，所以自有其限制性，但就好比銅板丟 10 次、100 次，以及 1,000 次，當然是丟最多次的結果最具有參考性，更何況還會有誤差問題，市調研究員只能力求數據說話。

## 市調研究的工作流程

市場研究員的主要工作為市場做行銷調查與分析，從中找出適當且能有效的銷售模式及行為。通常工作內容包括：提出報告，針對問題點做問卷規劃、抽樣、討論提案內容，並經由各種調查方式執行調查，最後運用統計工具做分析，並向客戶說明研究結果。

通常研究員的工作流程是這樣的：首先是先與客戶接洽，瞭解客戶需求以擬定提案；接著就得收集相關資料，甚至包括以前曾做過的或者其他單位所做的有關調查，提出問卷設計；到了正式進行調查階段，還得與訪員保持聯繫，解決過程中出現的各種疑難雜症；調查結果出爐後，研究員必須要以電腦跑出數據，

形成分析資料；最後將結果寫成書面報告，詮釋數字背後的深層意義，提供企業在行銷或決策擬定的參考依據。

研究步驟最重要部分是研究設計和雙方溝通。進行市場調查研究，最害怕的是不瞭解客戶真正的需求，在搞不清楚研究目的的情況下，後面蒐集到的資料都毫無用處，所以前製作業時間一定要拉很長，以確認客戶的需求。一名優秀的市調研究員會在工作過程中，一直問自己「客戶做這個研究的目的」、「研究對象到底是誰」，只要抓住這兩個中心，研究的結果絕對不會偏離客戶需求。通常市調研究員在接到案子的時候，會針對客戶的問題提出假設，試著先去解答，再去看看回答的邏輯是對的還是錯的，或是這個問題裡面還有什麼東西再經過檢驗。研究員在分析過程中，會產生很多疑問，不斷去刺激對問題的想法，把所有可能的選項因素找出來，思考「消費者心中到底在想什麼？」透過調查去驗證，以找出最適合的一個理由。

### 市調研究員的專業背景

從事市調研究員的人需具備何種專業背景？由於市調結果必須轉化成書面報告，賦予意義，所以研究員除了對市場調查工作本身要非常熟悉之外，還需具備豐富的常識，以提供設計問卷的專業意見。作一個研究員要具備廣泛的資料背景，因為「你不知道妳明天會遇到什麼客戶？」在其他領域的資訊要充足，才會至少知道往哪一方向去研究，平常最好不斷的去閱讀各種各樣新的資訊，掌握每個產業的相關動態，把接收到的資訊轉化成自己的知識。

市調研究員要具備統計學的基本背景，因為市調重視科學化數據，所以研究員必須熟悉研究方法和設計，懂得檢定、分析數據。一般市調公司研究員的職務多半需要社會科學學院傳播、心理、社會或是商學院行銷、經濟、統計、企管等科系的大學或研究所畢業生。許多市調研究員不是很有自己的想法，可以發現別人沒想到的部分，就是喜歡不斷的發問，對於任何事情都充滿好奇心。

此外，在工作流程中的每一個階段，研究員必須要與客戶保持密切聯絡，以站在客戶顧客的角度，提供他們需要的東西，所以數字敏銳度與協調溝通的能力，是研究員必備的任職要求。而要進一步得到客戶的信賴，清楚的表達能力也是絕對不可或缺的。當然，一定要對研究工作抱持高度有興趣，才能從一堆雜亂的數字裡，整理出邏輯性的解釋。