

# 統計調查訪談人員

## 重點摘要

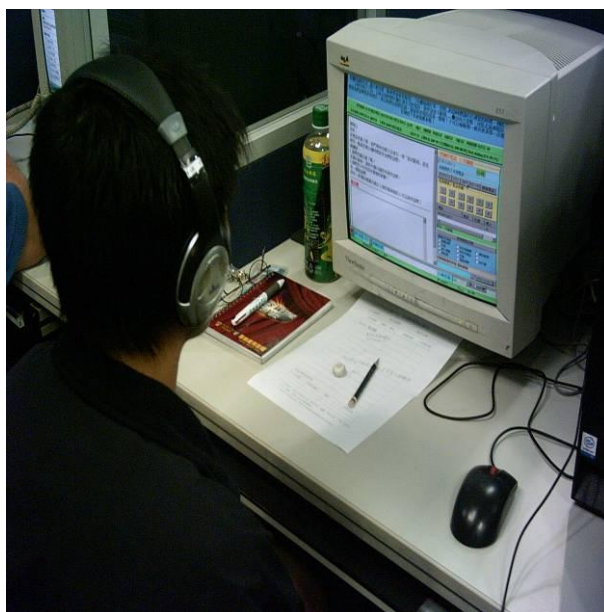
- ◆ 統計調查訪談人員需要國/臺語流利、口齒清晰、勤勉、態度親切、自律、獨立等特質；而累積豐富經驗、技巧的統計調查訪談人員，更是統計調查領域不可多得的好人才。
- ◆ 統計調查訪談人員以兼差性質居多（計時或兼職等非典型僱用者約占全部市場調查員 8 成），督導則以專任人員為主。實際工作環境視訪問方式而定，電話訪問皆在室內進行，面訪則可能在街道上、住家、工廠或辦公室內等。
- ◆ 未來就業機會頗佳，可參與許多不同領域的工作，但需具備相關知識及獨立完成工作的能力。

## 職業特性

簡單的說，市場調查就是蒐集市場資料並予以分析或預測；先由統計調查訪談人員負責實地蒐集市場上第一手資料，交由分析人員進行資料整合分析，如資料分析、資料判讀與調查報告撰寫等。

由於市調工作最重要的是可信度，稱職的統計調查訪談人員在整個市調工作中，必須堅守中立客觀、忠於實際狀況，不可預設立場。除了必須熟悉市場調查的作業流程與調查技巧，更應明白每一步驟對市場準確度的影響性，畢竟一份完整的市場調查工作是由許多細節環環相扣而成，無論哪一環節的工作，都必須對整體市場調查負責<sup>1</sup>。一般統計調查訪談人員的作業流程為（1）訪談前：跟受訪對象聯繫、預約確認訪談時間，為使訪談過程進行順利，事前了解問卷中的每個名詞、背景知識、可能遭遇問題及處理解決方法等準備工作都是不可缺少的；（2）訪談中：口齒清晰的陳述問題、解釋說明並適時的記錄，最後在訪談完成時致謝；

(3) 訪談後：就訪談資料進行初步檢查、確認、整理，若遇到資料不清楚時進行再次訪談。由於統計調查訪談人員負責蒐集第一手資料，因此每一個訪談流程對資料品質都有重大的影響。



統計調查訪談人員使用電腦訪問系統軟體之工作情形

由於市場調查的需求遍及不同政府部門與產業，工作內容則依照政府部門與產業特性會有些許差異，近年來我國社會、經濟等均呈快速發展，各政府機關為建設規劃及施政決策需要，由專責之調查員負責基層統計實地調查。主要工作內容為執行上級政府交辦事項，如工商調查、物價查價、人力資源調查等。初任或資深者工作內容一致，業務分配上資深者需兼負教導新人工作，而初任者為使其儘快熟悉業務，故訓練前 2 個月工作量採取減半方式。

一般市調公司之工作，主要為協助雇主或委託者蒐集市場產品或服務等資料，一般又分為訪員及督導員。訪員主要工作為聯繫受訪者並完成問卷內容填寫或蒐集商品資訊，初任或新進人員通常以訪問簡短問卷為主。資深者則可升任督導員或審核員，負責問項較複雜之問卷或審查訪員完成之問卷。

整體而言，統計調查訪談人員一般會使用電話、紙、筆、橡皮擦、PDA、電話訪問系統軟體（如 WINDOWS 版 CATI 系統）、文書軟體等工具及設備，外勤調查員多自備機車或汽車，較方便到各地受查者訪問。

## 工作條件

統計調查訪談人員的工作環境依工作屬性不同而有差異，電話訪問主要在辦公室場所進行，而面訪則可能需在菜市場、百貨公司等公共場所尋找受訪者，或是前往受訪者住家、工廠或公司行號辦公室內進行訪談。



統計調查訪談人員電話訪談之工作環境

為因應不同的調查對象、目的和動機，採取資料蒐集的方式亦不同，統計調查訪談人員主要使用的方式為電話調查及親自訪查 2 種方式，為配合受訪者時間，可能必須利用一般民眾下班時間或週末假日進行，而需犧牲假日與家人相處時間。大部分的統計調查訪談人員兼差性質居多（計時工作、兼職工作等非典型勞動者約占全部市場調查員 8 成），督導則以專任人員為主。兼職的工作時間不固定，可依個人意願自由排班，通常早班 3 小時、午班 3.5 小時或晚班 3.5 小時方式來進行訪談。

因工作性質需要，統計調查訪談人員需長時間對著電腦打字、接聽電話及說話，會有視力及聽力受損、聲帶受損、喉嚨痛、聲音沙啞等現象，而面對拒訪或態度不佳的受查戶，情緒上也容易受到影響，此外，在交通或自身安全上也必須多加留意。



統計調查訪談人員街訪的工作情境

## 目前就業情況

根據行政院主計總處基層統計調查網人員表示，因應業務需求，各縣市政府都設有約僱調查員，其中以臺北市人數最多，性別不拘，但從業人員主要以女性為主。

而依市場調查業者表示，隸屬企業之統計調查訪談人員目前年齡層在 20 歲～55 歲，分布較廣且沒有太大限制。從業人員以女性為主，男女比例約為 2：8。以就業地區而言，多數市場調查公司選擇設立於都會區，自然提供就業機會，也會聘用較多的統計調查訪談人員。

## 訓練資格及升遷

統計調查訪談人員需要國/臺語流利、口齒清晰、勤勉、態度親切，且具有積極、自律、獨立特質，因要面對不同的受查者，故要能承受抗壓性；而基於整體員工更佳表現，逐漸要求大專學歷的標準。資深統計調查訪談人員最好具備市場調查知識及市場調查訓練，能熟悉市場調查的流程，才容易進入狀況。一般無經驗之人員可經由在職訓練，或由較小之案件學習，培養獨立作業之能力。

在訓練方面，目前統計調查訪談人員不用取得認證的資格，但一般的政府機關與市調公司通常會不定期聘請業界或學界的專業人士來進行市調、市場行銷、訪問技巧、訪談應對能力、問卷說明、統計技巧等教育訓練。大部分的訓練課程都可以在民間的企管顧問公司中上課補強，而市調專業功力則可藉著參加相關調查前的講習會、產業的研討會、展覽會、產品發表會來獲取。

至於升遷方面，在行政院主計總處約僱的基層統計調查網人員沒有升遷之機會，而在企業工作的統計調查訪談人員升遷通常視工作表現而定，但相關訪問能力、溝通應對能力是影響統計調查訪談人員入行，乃至於日後工作晉升一個極為重要的因素。訪員需累積一定之訪問時數後，始有晉升督導之資格。而在市調實務操作上，若能有專業強的前輩指導，很快就能進入狀況，符合工作需求。

## 薪資收入

根據勞動部統計資料顯示，民國 108 年 7 月受僱之統計調查訪談人員平均薪資為 44,299 元，其中經常性薪資 39,743 元、非經常性薪資 4,556 元。

## 前景與展望

隨著邁入資訊化社會，政府機關、研究機構或民間企業對調查統計業務需求日益殷切。因此政府及民間經常動員大量人力、物力執行各種定期或不定期之調查，如人口及住宅、工商業及農漁業等基本國勢調查等<sup>2</sup>。加上近年來由於市場競爭趨於激烈，各企業的毛利不斷下降，進入所謂的「微利」時代，企業為評估市場需求、消費者對產品的滿意度及作好產品市場區隔，以便一舉命中市場目標，愈來愈倚重專業的市調公司、產業調查機構、顧問機構、廣告公司、公關公司提供市場調查評估，以精確的行銷降低生產成本，提高產品競爭力，甚至有些中大型的服務業也開始擴大市調研究部門的編制，使得相關人才的需求亦有成長。

而各種調查皆以達成「反映真實現象，發掘癥結問題，提供決策取向」為目標，使得統計調查訪談人員角色日顯重要。市場調查工作不再侷限於進行市場調查及調查分析，還必須要能提供給客戶相關的市場行銷建議，才能滿足客戶的要求。統計調查訪談人員僅負責進行訪問工作，其專業程度較低，容易被取代，未來可多加充實市場資訊蒐集的技術、行銷專業知識、市場總體環境之知識、市場預測技術、市場資訊電腦處理等專業<sup>3</sup>，才能累積實力，作為晉級或轉業的憑藉。

## 相關職業介紹

統計調查訪談人員進行調查以了解市場接受產品或服務的程度與喜好。需使用這些技能的工作包括行銷企劃人員、市場分析人員、統計人員、客服人員、銷售人員、業務人員等。

## 相關資訊來源

行政院主計總處

<https://www.dgbas.gov.tw/mp.asp?mp=1>

臺灣亞太產業分析專業協進會(APIAA)

<http://www.apiaa.org.tw/>

中華民國對外貿易發展協會

<https://www.taitra.org.tw/>

## 備註

---

<sup>1</sup> 輔仁大學謝邦昌教授－認識市調。

<sup>2</sup> 輔仁大學謝邦昌教授－市場調查規劃設計與統計分析系列二：調查方法研討。

<sup>3</sup> 輔仁大學謝邦昌教授－市場調查概念及運用。