



怎样做好个体经营户经济普查

■ 张月球

正在开展的第五次全国经济普查,普查的对象是在我国境内从事第二产业和第三产业活动的全部法人单位、产业活动单位和个体经营户。个体经营户是一个很大的群体,如何在五经普中查准查清个体经营户,准确摸清个体经营户的经营发展状况意义重大。

从笔者了解情况看,个体经营户普查面临的难点主要表现在以下三方面。

一是个体经营户面广量大。从街头巷尾到田间地头都有个体经营户在活动,而且个体经营户规模较小、经营随意性较大、经营不稳定,商铺主的更换也很频繁,有的商铺一年内有可能转手三四次。个体经营户有市场内、市场外、自营、出租、合伙经营、家庭经

营,并且经营业主大多为外地人,人员流动性较强。此外,诸如上门服务、装修队、流动商贩等无固定经营场所行业因无定所,调查难度大。因此个体经营户的调查复杂且繁重,需要投入大量的人力。

二是个体经营户没有准确的财务数据。个体经营户普遍规模小、人数少,大部分是小作坊、夫妻店,有些个体经营户没有详细的财务统计台账,全靠回忆口述,因此调查人员要获得较准确的调查信息,需要通过一定的调查技巧,结合店面情况、员工人数、货物周转时间等情况来整理出调查资料。

三是个体经营户配合度不高。个体经营户调查中会涉及销售收入、利润等敏感指标,受财不外露思想的影响,部分个体业主基于自身利益考虑,对调

查心存顾虑。其一怕调查数据被工商、财税等管理部门作为缴纳税费依据,如实填报反而增加负担;其二怕个人隐私和商业机密被泄露,对自己经营不利;其三是法律观念不强,从心里对调查产生抵触。

针对上述问题,笔者认为做好个体经营户普查,应从以下三方面着手。

——做好经济普查宣传工作。传统媒介与新兴媒介相结合,扎实推进宣传工作。通过公交站台张贴海报、悬挂横幅、LED 滚动播放宣传标语、使用流动广告宣传车等方式开展多形式、全覆盖的普查宣传。对个体经营户重点宣传普查工作的性质、特点和相关政策法规,消除他们对于普查工作的误解和顾虑,赢得调查对象的充分理解和支持配合,提高数据的准

确性。

——组建一支高素质普查员队伍。各乡镇在组建普查机构时,对抽调的普查员不仅要满足数量需求,更要突出业务人员的业务素质。要组建一支政治觉悟高、组织协调沟通能力强、文化水平高、工作认真负责,同时具备一定财务、统计、经济相关知识的普查员队伍。

——抓好培训,提高普查人员的业务技能。加强对普查员全面系统的业务培训,首先要安排足够的培训时间,让调查员充分理解调查方案和指标内容;其次注重入户调查技巧的培训,要做到既传授普查业务知识又传授普查入户登记询问技巧,这样才能确保个体经营户调查的工作质量。

(作者单位:江苏省宿迁市统计局)

抓实工业价格调查质效三环节

工业生产者价格(以下简称“工价”)指数反映了工业生产领域价格的变动趋势和幅度,是监测经济运行的重要指标。就如何提高工价调查工作质效,笔者谈几点思考。

——紧抓数据质量主线。建立覆盖工价调查全流程的工作制度,指导样本企业建立统计工作管理制度。通过设置vlook-up函数自动匹配企业信息 and 价格数据,及时发现价格环比变动幅度超过5%、差异说明逻辑不匹配等情况。分别开展工价调查数据质量专项检查、整改回头看、统计执法检查 and 基层基础工作自查,以查促改补短板,推动以点带面。

——规范基层基础台账。依托企业信息库,对照最新报表情况实时更新企业生产经营情况、企业负责人、企业统计员和规格品等信息,重点关注出现“关停并转”样本企业。建立企业走访台账和问题清单,指引企业制定标准的原始台账模板,要求报表台账附上规格品价格凭证,数据超限说明需有理有据,倒逼企业报表时对照价格凭证填报数据。设置集中培训与到企培训两列条目,一方面定期召开集中业务培训会议,抓好统计法律法规“首要课”、基础业务“重点课”、以教促学“示范课”等;另一方面针对报表异常、问题较多、新换企业统计员的企业开展到企培训“定制课”,确保企业“全覆盖”、培训上下“无温差”。

——建立提质增效机制。全面梳理印发各层级工价人员职责清单,确保调查全流程,工作内容清单化、清单责任化、责任节点化。每月第二个工作日科室内部召开工价调查工作小结会,就上月出现问题进行梳理总结,及时传达反馈至各层级人员。建立三级复核和审核机制,一方面对企业上报数据形成镇街沟通、区级初审、市级复核的三级审核机制,从源头数据层层把关;另一方面对月报表由专业人员进行价格凭证、原始数据、统计台账、直报数据、存档数据的6项一致性审核,进而通过专业人员、科室负责人、分管队领导三级逐级签审。制定“走访”“问题”和“整改”三张滚动清单,每月随机制定走访名单,设置“红黄绿”三级标准,红牌企业次月再次实地走访,黄牌企业隔月抽查走访,绿牌企业按需随机走访。“问题”清单以季度“只增不减”为原则,新增问题再次纳入次月走访清单,“整改”清单每月动态更新。建立部门联动监测服务机制,与发改部门签订合作框架协议,重点包括数据分析、月度会商和联合报告等合作内容。每月撰写工价调查价格监测呈阅件上报市政府,积极主动发挥价格调查监测职能。

(作者单位:国家统计局佛山调查队)

■ 黄晶

电话回访是提高劳动力调查基础数据的重要环节,通过电话回访可以进一步规范入户调查工作,督促调查员做到有效入户、准确登记。笔者结合近年来工作实际,浅谈优化劳动力调查电话回访工作的几点思考。

筛选回访对象,确保回访覆盖面

为减少对调查对象的重复打扰,电话回访清单要剔除当月已回访、已核查或上月已回访的调查对象,再从中随机抽选,形成当月电话回访清单,开展电话回访工作。选取的回访对象应涵盖全市所有调查村居,涉及各村居新老调查户,并确保新、老户各成功完成1户电话回访。

熟练全流程,精选回访内容,确保回访质效

一是电话回访人员应熟悉调查全流程、理解调查指标、沉着冷静灵活地应对各类型受访者,适时消除受访者疑虑,获取真实信息,整个回访过程应尽量控制在两分钟内完成。二是为减少拒访,提高电话回访成功率,电话回访内容不宜过多,回访时间不宜太长。选取的回访内容应主要包括:调查员是否入户调查,地址、家庭人口数和有工作人数是否准确,是否发放一封信,能精准了解调查员入户调查工作的规范性。

多方宣传,提高回访可信度

为提升电话回访可信度,在每月现场调查结束后,及时向调查户发送感谢信,标明国家、省、市核查电话号码,提醒调查对象配合回访工作。同时,通过电信部门办理来电名片设置,电话拨出时能在对方手机上显示来电部门,进一步消除受访者顾虑。

分对象调整回访时间,提高回访完成度

频繁联系调查户不仅会降低调查户的配合度,还可能会间接影响到次月入户调查质量,所以选择正确的回访时间至关重要。根据填报信息,区分对象和时间段开展电话回访工作。一是对已退休的老人、照顾家庭的女性、工作时间在夜间或暂无工作的申报人,可在上午9点至11点、下午3点半至5点的



原永红 绘图

时间段内进行电话回访。二是对正常上下班、在校学生的申报人,可在中午12点至1点、晚上6点半至8点的时间段内进行电话回访。避开上下班高峰期、休息和工作时间,降低调查对象抵触情绪,有效提高电话回访成功率。

规范文明用语,提高回访配合度

电话接通后需做到文明礼貌、清晰明了表明身份,说明来意,让受访者消除顾虑如实回答。以“您好,请问是某某先生/女士/同学吗?”为开头,确定是本人后表明身份和目的,询问“本月10-16日是否有调查员到您家里开展劳动力调查?”为帮忙回忆可适时解释劳动

力调查工作是什么样的调查,如问“您家住几口人?有没有工作?什么样的工作?”这类问题。在确定调查员入户后,按照回访内容询问“您家共有几人居住?”“有工作的几人?”等内容;对未入户而采用电话调查的需追问“是否有特殊原因只能电话调查?”或“调查员是否约定入户时间?”等来进一步确认未入户原因。对于调查对象反映未入户调查的需将重点指标做全方位核实,确保上报资料无误。以“感谢您的配合,再见!”为结束语。同时,因地域问题,回访过程中如遇到年纪较大的受访者,可以适时调整方言,拉近与受访户的距离,以便更好完成回访工作。

(作者单位:国家统计局厦门调查队)

如何选取消费价格调查规格品

■ 黄书耘

岁末年初开展年度初始化工作是居民消费价格调查的重要基础性工作,其中规格品选取更是初始化工作的关键环节。笔者结合工作实际,浅谈在年度初始化中如何做好居民消费价格调查规格品选取。

规格品选取要符合制度要求

要认真对照最新《流通和消费价格统计报表制度》,参照《居民消费价格调查项目目录》中最低规格品数量要求做好规格品抽选,每一基本分类的代表规格品数量原则上不能少于制度规定的最低标准,同时要符合基本分类指标解释,尤其要重点关注每年报表制度中的新变化、新要求,如2022年报表制度中将“食用动物油”的指标解释改为“指以动物油脂为原料加工而成的各种生、熟的食用油,包括猪油、牛油、羊油、黄油等,删除“黄油制品、人造黄油”。此外,要注意部分分类价格操作办法对于规格品数量的相关要求,如网络采价、扫

描数据规定规格品数量应为制度规定该类别最低所需调查规格品数量的2倍以上。

规格品选取要满足基本原则

当前调查规格品主要分为本地规格品、全省集中采价规格品、全国集中网采规格品和全国统一规格品。全国统一规格品设置要应选尽选,确保本地无销售的,必须经上级审核后方可不选,务必做到规格品代码、计量单位与全国统一规格品目录完全一致。在选取本地调查规格品时也要满足五项基本原则,即选择消费量较大、价格变动趋势和变动程度代表性强、性质差异大、实际生产和未来销售前景较好、含有注册商标、产地、规格等级等标识的合格品。部分行政记录采价项目可征询行业主管部门和采价点人员意见,同时为体现地方特色,可补充部分本地地方小吃、名优副食特产及有地方特色的服务项目等。

规格品选取要做到同质可比

同质可比是价格调查所遵循的基

本原则,在新年度规格品抽选中尽量保证同一分类下在不同采价点采集的规格品一致,如确实无法做到规格品一致的,要选择价格档次相当、实际性质相同的规格品,保证价格的可比性。同时要注重差异性、季节性,选择服装、电器等规格品时应多选择不同档次、不同风格的品种,同一品牌下最好选择不超过3个规格品,进一步提高差异性。对于服装还应充分考虑季节性,在同一分类下尽量区分调查季节,如裤子可分别采集夏款和秋冬款、外套包含冬羽绒服和春秋款夹克衫等,保证春夏秋冬均有调查品种。

规格品选取要体现消费趋势

保障价格资料的真实性、科学性和准确性是价格调查的核心,为了客观地反映市场价格变动情况,在规格品日常维护和年度初始化时要及时替换已经更新换代或失去代表性的规格品。除更新换代较快的服装、电器外,汽车、工具书、教材、家庭上网套餐、金融保险等分类规格品在年底需进行重点调研核

实,确保采集最新款价格,及时反映市场趋势。如燃油小汽车要核实车企是否推出2024年新款车型、通信和网络套餐更换2024年版本后有无变更套餐内容、工具书教材现有版本有无进行修订等。

规格品选取要注重细节规范

在年度初始化规格品设置的过程中,专业人员需要认真核对规格品名称和代码的规范性,为后续采集管理系统和汇总程序设置打好基础。对规格品名称描述不清,无法准确识别具体规格品的,要及时补充完善名称设置,如水产品等生鲜食品要明确大小质量和新鲜程度;家庭服务要列明服务项目、时长和内容;对上年度中已更换采价点和规格品,系统内进行虚拟折算导致规格代码需变更的,要在新年规格品资料中同步替换变更代码;对实际属于同一规格品,但上年度指标代码不一致的,要及时修改为正确指标代码。

(作者单位:国家统计局滁州调查队)

统计科普

什么是因素分析法?(上)

■ 姜雷光 周平

因素分析法最早是由萨德勒提出的,经过康德尔、汉斯与施奈德等的继承与发展,成为20世纪上半叶比较教育研究中的一种主要方法,后经发扬光大,成为多元统计分析的一个分支,是现代统计学中一种重要而实用的方法。现广泛应用于商品供求关系分析、预测期货价格变化等领域。

一、基本概念

因素分析法是分析总变动中各因素影响程度的一种统计分析方法。使用这种方法能够把反映事物性质、状态、特点等各个因素变量的作用分别罗列分析,比如某工业品的总产值由产量和价格两个因素决定,分析总产值变化中有多少是因为产量变化带来的、有多少是由于价格涨跌带来的,这就是因素分析法的运用。

以某工业品为例,分析产量和价格两个因素对工业总产值变动的影响。变动涉及两个时间点,变动前的时间点是基期,变动后的时间点为报告期。

工业总产值由工业品的产量和价格相乘得到,报告期和基期变动增加的产值为112500元-80000元=32500元。

在测定各因素变动对总产值影响程度时必须保持其他因素固定不变。比如,分析产量因素的影响,要假定价格因素不变。基期总产值为 p_0q_0 ,首先替代产量变化得到 p_0q_1 ,此时价格因素固定在基期,因产量变动使总产值增加的数额为 $p_0q_1 - p_0q_0 = 40 \times 2500 - 80000 = 20000$ 元;然后替代价格得到 p_1q_1 ,此时产量保持不变且固定在报告期,因价格变动使总产值增加的数额为 $p_1q_1 - p_0q_1 = 112500 - 40 \times 2500 = 12500$ 元。

产量变动使总产值增加的数额加上价格变动使总产值增加的数额等于总产值总变动32500元,同时可以分别计算价格和产量对总产值影响的程度。

实际操作过程中可通过连环替代进行简化操作分析,以有三个自变量的因素分析为例,假如 $\alpha_0 = x_0y_0z_0$, $\alpha_1 = x_1y_1z_1$,为了计算各个因素对因变量a变动的贡献,如按照x,y,z的顺序进行分解,第一个因素x对a的影响为 $(x_1 - x_0)y_0z_0$,第二个因素y对a的影响为 $x_1(y_1 - y_0)z_0$,第三个因素z对a的影响为 $x_1y_1(z_1 - z_0)$;三个影响总和为 $x_1y_1z_1 - x_0y_0z_0$ 的总差异。

(摘自《领导干部统计知识问答》(第二版),中国统计出版社)