# 写调查报告的模板8篇

来源：piedai.com 作者：撇呆范文网 更新时间：2024-03-27

*调查报告通常会包括对研究中存在的局限性的讨论，调查报告可能会包括参考文献，以确保信息的来源和可靠性，职场范文网小编今天就为您带来了写调查报告的模板8篇，相信一定会对你有所帮助。写调查报告的模板篇1随着社会经济的发展，人们的消费水平也在不断的*

调查报告通常会包括对研究中存在的局限性的讨论，调查报告可能会包括参考文献，以确保信息的来源和可靠性，职场范文网小编今天就为您带来了写调查报告的模板8篇，相信一定会对你有所帮助。

写调查报告的模板篇1

随着社会经济的发展，人们的消费水平也在不断的提高，大学生的消费结构和消费习惯也发生了巨大的变化。大学生作为一个特殊的消费群体正受到越来越多的关注，他们的消费结构和习惯，对未来主要社会消费群体的消费情况有着直接的影响和反射作用，因此关注当前大学生的消费情况是很必要的。对次我们协会做了以下调查。

1关于每月的平均生活费

根据调查，大学生的月生活费消费，城镇学生消费水平明显高于农村学生。每月的平均生活费在500元以下的仅占4.5%，1301元以上的占5.5%，大部分学生每月的平均生活费在500元到1300元，其中501元—800元的有53.7%，801元—1300元的有36.3%.可见大学生平均月消费还是比较合理的。

2生活费的主要来源

对于生活费的主要来源， 有88%的大学生选择了父母，5%的学生靠获得的奖学金来填补生活开支；，15%的同学通过兼职打工补贴日常开销，另有2%的同学还有其他的经济来源。由此可看出，同学们主要的经济来源是父母，然而随着年级的上升这一比例略有下降，且来源趋向于多元化。

3每月的主要消费项目

21世纪是物质生活与精神生活日益丰富的时代，当代的大学生们已不再满足于宿舍、教室、图书馆三点一线的单调生活。从调查问卷可知，在每月的消费项目中，95%的学生伙食占每月消费额的50%；学生服装消费在10%--20%左右；书籍、各类培训费用大二、大三的在每月消费额中占有一定的比例，大概5%-20%，大一的占用每月消费额相对较少；娱乐、交际在每月消费额中占有相对较高的比例，15%的同学有30%的花费在这方面，75%的学生这方面的比例为10%，10%的学生在10%；对于购物花费在普遍在10%-30%，通讯费用占用5%左右。由此可见，大学生的消费已呈现明显的多元化趋势。如果经济条件允许，娱乐、交际消费将成为学生每月消费的很大一部分，反映出大学生具有走出校园、融入社会、拥有高质量生活的渴望。

4采取消费的形式

随着网络技术的飞速发展，对于消费的主要形式，15%的学生热衷于网络消费，64.5%的学生还是愿意选择大型超市或其他的百货商场,14.5%的学生会选择专卖店或品牌店，其他的6%则大多数选择小商铺。世界经济的不断发展，学生的消费形式也日渐增多。

5理财的情况

在被调查者中，85%的学生表明从来没有记账的习惯，13%的学生则有隔三差五的记账习惯，只有2%的学生会坚持每天记账。对于每月的生活费，大部分学生还比较理智。70.3%的学生是一边花一边打算，12.3%的学生是想花就花，12.4%的学生能省就省，5%的学生则会全部计划好再花。从调查的情况来看，面对相对宽裕的经济条件，学生花钱也相对随意。

6消费时产生的顾虑

消费时总会存在一些顾虑，在被调查者中，85%的学生看中的是商品的性价比，15%的学生会考虑资金的问题，10%的学生也会考虑商品的时髦度，在本次调查中，没有学生会考虑其他同学是否也拥有。可见，随着年龄的.增长，大学生的心理更加成熟了，攀比现象也少了。

7消费的心理

一般情况下，76.7%的学生表明在确实有需要的情况下会去消费，12.3%的学生会看心情去消费，9%的学生会在资金充足的情况下去消费，2%的学生则会选择打折促销是去消费。面对诸如“光棍节”商品疯狂打折季，85.2%的学生选择了看当是有没有需要的态度，7.3%的学生会选择冷静观战的态度，还有5.5%的学生存在一定的购物欲望，2%的学生则选择疯狂购物，在所不惜。可见，大学生的消费心理相对来说还比较成熟。

结论

大学生是一个特殊的社会群体，有着自己特殊的消费观念和消费行为，一方面，他们有着旺盛的消费需求，另一方面，他们尚未获得经济上的独立，消费受到很大的制约。消费观念的超前和消费实力的滞后，使得大学生消费呈现出不同一般的发展，大学生消费受到方方面面的影响，也会影响着方方面面。对于成长中的大学生,其世界观、人生观、价值观正处于定型阶段，极易受家长、教师、同学及社会其它成员的影响,具有较强的可塑性。因而,如何引导当代大学生树立正确的、健康的消费观念是摆在大家面前的一个难题。同样大学生消费市场随着经济的发展，高校的大规模扩招而越来越显示出它的重要性，大学生市场是一个规模和潜力都很巨大的市场，如何规范并合理的发展这样一个市场也是摆在我们大家面前一个刻不容缓的问题。现在就有关大学生消费从个人、学校、社会三方面提以下的几点建议 ：

（一）对于大学生而言，要树立自己合理的消费观念，要理智地对待自己的消费。作为一个纯消费者，大学生经济来源大多靠家庭，所以自己的消费要考虑到家庭的经济状况，父母的承受能力，还要有自制能力，不能盲目地陷入感性消费的误区。如今有的学生消费上大手大脚，还有沉迷于盲目消费中，比如最近许多大学生沉迷于网络游戏，这将大大增加自己的消费负担，更重要的是大学生也会在盲目的消费中迷失自己，以至影响到自己的学业。另外，大学生也要具有消费者的维权意识，进入大学，已经开始慢慢地融入社会，社会中欺骗消费者的各种不法行为屡禁不止，面对纷繁复杂的社会，大学生要学会维护自己的合法权利。

（二）学校应加强对学生消费观念培养。事实求是，高校思想政治教育对学生消费观教育还没有形成足够的重视。对大学生消费心理和行为研究不足 “两课”教学中对大学生消费观的教育指导不够。由于对大学生的消费心理和行为了解不够全面和客观以及课程设置等因素，与人生观、劳动观、金钱观、国情观等重要思想观念紧密相关的消费观的专题教育在思想品德修养课中没有充分开展，从而也难以达到真正的指导目的。

（三）对于社会而言，要积极开拓大学生消费市场，从产品的种类、价格、服务多方面满足不同经济条件大学生的需求，同时要规范市场秩序，为大学生确立一个公正的市场环境让其消费。无论从哪方面讲,大学生的消费市场已不再是可有可无的了，它已严重影响着高校周围地区经济的发展。

（四）对大学生来说还应加强合理储蓄的观念。诺贝尔经济学奖得主罗伯特清崎曾经说过：“理财与你挣了多少钱没关系，它是测算你能留住多少钱以及能让这些钱为你工作多久的能力。”在调查时，当问及对理财的认识时，很多同学表示陌生。当问及一学期结束后经济情况如何时，大部分同学都坦然承认自己的消费已经超出计划范围，甚至有些同学还需要向别人借回家的路费，略有剩余的同学也想着如何把剩余的钱花完，只有极个别同学有储蓄的意识。

写调查报告的模板篇2

一、调查背景：民以食为天，饮食是人们日常生活中举足轻重的部分，对于大学生而言，除了一日三餐主食外，零食也是其生活的重要部分，我们就在校大学生的零食消费情况展开一次市场调研。

二、调查目的：1.调查了解大学生的零食消费习惯2.针对大学生对于零食消费行为，得出结果，以此对卖零食的店家提出改进性建议。

三、研究时间：20xx年6月

四、调查方法：网络问卷调查法

调查对象：在校大学生。

有效问卷：64份（其中男性23份，女性41份）

五、调查问卷内容

1.受访者所在年级分布图

由图可看出受访者大多数为大一大二，占访问总人数的70.32%。大三大四的占29.78%。

2.受访者对零食的喜爱程度

由图可看出占接近受访者90%的人都喜欢吃零食，可见零食产品在大学生范围内深受喜爱。

3.受访者吃零食的频率

由图中可看出受访者吃零食的频率很高，而从来不吃零食的人数只占受访者总人数

的4.69%，可见大学生对零食的需求量较高。

4.受访者一般购买食品单价

由图看出受访者一般购买价格在1元以下占总人数的71.88%，11—20元占20.31%，20元以上则占7.82%，所以零食产品在大学生范围以低价格的食品更为受欢迎。

5.受访者每星期在零食上的花费

由图可看出受访者中每星期花费16—25元的占40.63%，而15元以下占34.38%，31—100占20.32%，100元以上仅占4.69%，零食食品对于大多数大学生来说属于中低档消费。

6.受访者喜欢食品的类型

由于此题为多选题，可看出大多数受访者喜欢吃的零食类有膨化食品类，果脯类，饼干类，肉脯类，坚果类。其中坚果类受访者由56.25%选择。各类商品店开发大学生零食市场时可多为注重这几类零食产品

7.受访者购买食品更倾向于的包装类型

由图可以看出，小袋装较为受欢迎，占35.94%，盒装占23.44%，大袋与散装分别同样占20.31%，可见小份包装的零食产品更为容易携带，也容易被大家选择。

8.受访者购买食品最在意方面

由图可看出，受访者中67.19%的人选择了味道，21.88%的人选择了品质，剩下的人则分别选择了价格，外观与功能。可见对于零食产品来说，味道与品质依然是重中之重。

9.受访者购买以前没购买过的零食或品种因素

此题为多选题，受访者中有59.38%的选择了口味风格。48.44%的选择了他人介绍。42.19%的选择了外观包装。37.5%的选择了没见过，好奇心理。34.38%的选择了广告宣传。23.444%选择了价格。可见口味，广告宣传，外观包装对一件新的零食产品的推出均占有重要因素。

10.受访者购买食品途径

此题为多选题，受访者中84.38%的选择了就近超市，46.88%的选择了大型连锁超市，小卖店占45.31%，而网上购物与专卖店分别占25%与21.88%。受访者购买零食产品基本上采取就近原则，在大学附近的超市与小卖店较受欢迎。

六、总结

总体来说，零食产品在大学生范围内广受欢迎，有较高的需求量，这些对于商家与零食售卖商具有重大的商业意义。

建议：

1. 店家要不定期搞一些促销活动，来激起学生的购物欲望，以促进消费。

2. 店家销售的零食应该以0-10元左右的小零食为主，辅助一些10元以上的进行搭配销售。

3. 店家要想吸引学生购物就必须选方便的地点进行售卖如：寝室周围、校内小卖部或就近的超市。

4. 店家要注意所卖零食的口感，但同时也要重视食品质量安全。

5. 对于各类零食，店家在店内的铺货量应该差不多。坚果类，饼干类果脯类零食略微多些。

6. 对于食品包装，进行小包装类较好

7. 为更好推出新产品，首推味道然后做好宣传与外观包装

但是无论如何,对于大家来说,零食还是少吃一点为好。

写调查报告的模板篇3

一、公司概况

洋洋精密有限公司是专业生产和销售自产的各种化妆品配件，如化妆用镜，盒及各种用途毛刷产品的台资公司。公司凭借自身雄厚的资本实力与管理优势，加强创新及优化企业核心能力，勇攀行业高峰。公司产品90%外销，10%内销。产品有：artistry(雅姿)、nyx（尼克斯）、babyliss pro(法国依韵)、chlitina(克丽缇娜)、mary kay等名牌的化妆配件均由洋洋精密有限公司负责生产，公司对产品的研发及设计也是不可缺少的一部分。洋洋精密有限公司坚持经优质的服务，完美的品质，最低的价格为目标，以客户利益为中心为广大客户服务。

二、洋洋精密有限公司基本财务状况

洋洋精密有限公司注册资金为300万元人民币。因企业规模不大，该公司的总员工不足200人，公司财务管理结构的组织形式为外聘财务事务所为该公司报税,公司内部只设一位出纳及内账会计，负责现金管理支出及内部财务所有统筹工作。其主要会计政策是执行我国的会计制度和会计准则，会计年度为每年的1月1日至12月31日，记账本位币为人民币，采用速达财务软件。公司20xx年度报表的主营业务收入为7096981万元，销售成本为2344851万元，毛利为562万元，毛利率为13.78%。

三、该公司在应收账款管理方面的成功经验

应收账款是企业扩大市场份额，争取竞争主动性的强有力的措施。几年来，洋洋精密有限公司为了在激烈的竞争中立于不败之地，不断开发新产品、开拓新市场并制定新的营销策略。随着业务发展不断扩大，公司内部财务管理制度日趋规范，应收账款的管理制度也更加完善。其在应收账款管理方面有以下几方面的成功经验：

（一）制定合理的信用政策和有效的信用标准。公司财务部门强化会计基础工作，规范会计核算，在做好应收、应付款项的日常工作外，根据应收账款的特点结合自身的具体情况，制定往来款项的信用政策和制度，并严格执行。公司根据不同时期、不同市场环境、不同的销售合作对象，制定出不同的信用期间、信用标准和现金折扣政策，尽量为减少坏账创造条件。该公司决定给予客户信用优

惠时，必须考虑具体的信用条件。在制定信用标准时应考虑同行业竟争对手的情况、公司承担违约风险的能力以及客户的资信程度，在成本与效益比较原则的基础上，确定适宜的信用标准，对客户信用等级做出合理的判断并决定是不是给予客户优惠。

（二）进行风险排队，确定信用等级。该公司通过对客户信用资料的调查分析，确定评价信用优劣标准。对反映客户短期偿债能力的流动比率、速动比率、现金流动负债率以及长期偿还负债能力的指标资产负债、产权比率、或有负债比率、已获利息倍数和带息负债比率进行分析。结合公司承受风险的能力及竞争的需要，划分客户的信用等级，对于不同等级的客户给于不同的信用优惠或附加限制条款。

（三）定期编制《应收账款催收报表》。该公司按照客户账期情况设立《应收账款催收报表》，详细反映内部各业务部门以及各个客户应收账款的发生、增减变动、余额及其每笔账龄等财务信息，每周由财务部门主管信用控制管理人员发送给相关业务部门人员跟进。同时加强合同管理，对客户执行合同情况进行跟踪分析，防止坏账风险的发生。通过《应收账款催收报表》的编制，公司管理决策层和相关部门就能够准确、及时、全面地掌握应收账款的现状，有针对性地制定欠款催收政策。

（四）建立催收责任制。该公司严格执行应收账款催收责任制度。即将应收账款催收工作责任化到个人，将应收账款回收与个人绩效考核挂钩，对造成未收回账款的项目负责人予以警示，而对完成收款任务的个人予以奖励。

四、该公司在应收账款管理方面存在的主要问题

洋洋精密有限公司司的整个应收账款管理体系还是比较全面、规范的。随着社会日新月异的变化，经济迅速发展，公司也面临着新的挑战。在实践中本人也了解到该公司在应收账款方面尚存在以下几方面的问题：

（一）占用流动资金，降低资金使用效率。赊销商品时，发出存货，货款却不能同时收回，大量的流动资金被应收账款占用，造成现金流入短缺，影响该公司资金周转，从而影响其正常经营。

（二）增加经营成本，削弱短期偿债能力。赊销虽然使公司产生了较多的收入，增加了利润，但现金流入并未增加，而且在应收账款引起的催收中，该公司要投入一定的人力、物力、财力，这些都加速了公司的现金流出，也削弱了公司的短期偿债能力。

（三）应收账款的账龄越来越长，增加坏账风险。应收账款如得不到及时清理，该公司不能按时收回货币资金，则意味着潜在的坏账风险，账龄越长，坏账的风险越大，会增加收账成本。该公司还发生了长期赊销客户（个体户经营的小化妆供应客户）在协议结账时竟然人去楼空的情况。

五、改进建议

针对该公司在应收账款管理方面的不足，本人结合专业所学提出如下改进建议：

（一）强化应收账款回收工作。采用账龄分析的方法计算每一笔应收账款的账龄和所有应收账款的平均账龄，并以此来强化应收账款的回收工作。为了加快应收账款的变现速度，除了制定合理的奖惩措施外，也应该制定合理有效的收账程序和方法，如采用电话、信函和发电子邮件等通信方式，也可采用个人拜访或委托专门收账机构进行回款，必要情况下，也可以对欠账客户采取提起法律诉讼的方式来收回应收账款。

（二）重视做好客户的信誉评价工作。销售人员不能一味追求销售量，收款是比销售更需要管理和慎重的环节。要回避应收账款的风险，就必须定期对客户进行信用评价，并根据信用评价结果确定销售政策。在与客户建立新的合作关系的时候，事前一定要做评审，综合评价这个客户的品德、能力等，在合同执行一段时间后，就要对此客户进行一次综合评审，对于一些毛利不理想的客户，在查找自我成本控制的问题的同时，也需对确实没有合理利润的客户中止合同。

（三）对客户的信誉要进行长期动态的监管。由于市场环境各个因素的影响，客户的经营状况、偿付能力也会随之变化，所以在与客户建立长期合作关系后，要注意后续的监督调查，根据客户的状况调整销售策略。公司要发展，必须扩大业务，将必然会出现赊销，应收账款回收风险以及由此而产生的财务风险总是并存，只要洋洋精密有限公司采取适当的信用政策及有效的管理方法，就能使应收账款风险降低、收益最大。相信在该公司管理层的正确领导和全体员工的共同努力下，企业在今后的各方面会有更新的突破，取得更好的发展。

六、调查体会

此次在洋洋精密有限公司的社会实践，收获颇多。通过这次实践，有很深的体会，感觉到理论和实践之间还是有一定差别的，因此本人在实践过程中能主动的请教，虚心的学习，尽量把理论知识融入到实践中去，使自身的理论知识更上一个台阶，实践能力与水平也得到较大地提高。

写调查报告的模板篇4

为了深入了解本市居民家庭在酒类市场及餐饮类市场的消费情况，特进行此次调查。调查由本市某大学承担，调查时间是20xx年7月至8月，调查方式为问卷式访问调查，本次调查选取的样本总数是20xx户。各项调查工作结束后，该大学将调查内容予以总结，其调查报告如下：

一、调查的对象的基本情况

二、专门调查部分

（一）酒类产品的消费情况

1、烧酒比红酒消费量大。分析其中的原因，一是烧酒除了顾客自己消费以外，用于送礼的较多，而红酒主要用于自己消费；二是商家做广告也多数是烧酒广告，红酒的广告很少。这直接导致烧酒的市场大于红酒的市场。

2、烧酒消费多元化。

（2）购买因素比较鲜明，调查资料显示，消费者关注的因素依次为价格、品牌、质量、包装、广告、酒精度，这样就可以得出结论，生产厂商的合理定价是十分重要的，创名牌、求质量、巧包装、做好广告也很重要。

（3）顾客忠诚度调查表明，经常换品牌的消费者占样本总数的32.95%，偶尔换的占43.75%，对新品牌的酒持喜欢态度的占样本总数的32.39%，持无所谓态度的占52.27%，明确表示不喜欢的占3.4%。可以看出，一旦某个品牌在消费者心目中形成，是很难改变的，因此，厂商应在树立企业形象、争创名牌上狠下功夫，这对企业的发展十分重要。

（4）动因分析。主要在于消费者自己的选择，其次是广告宣传，然后是亲友介绍，最后才是营业员推荐。不难发现，怎样吸引消费者的注意力，对于企业来说是关键，怎样做好广告宣传，消费者的口碑如何建立，将直接影响酒类市场的规模。而对于商家来说，营业员的素质也应重视，因为其对酒类产品的销售有着一定的影响作用。

（二）饮食类产品的消费情况

本次调查主要针对一些饮食消费场所和消费者比较喜欢的饮食进行，调查表明，消费有以下几个重要特点：

消费者认为最好的酒店不是最佳选择，而最常去的酒店往往又不是最好的酒店，消费者最常去的酒店大部分是中档的，这与本市居民的消费水平是相适应的，现将几个主要酒店比较如下：

2、消费者大多选择在自己工作或住所的周围，有一定的区域性。虽然在酒店的选择上有很大的随机性，但也并非绝对如此，例如，长城酒楼、淮扬酒楼，也有一定的远距离消费者惠顾。

3、消费者追求时尚消费，如对手抓龙虾、糖醋排骨、糖醋里脊、宫爆鸡丁的消费比较多，特别是手抓龙虾，在调查样本总数中约占26.14%，以绝对优势占领餐饮类市场。

4、近年来，海鲜与火锅成为市民饮食市场的两个亮点，市场潜力很大，目前的消费量也很大。调查显示，表示喜欢海鲜的占样本总数的60.8%，喜欢火锅的约占51.14%，在对季节的调查中，喜欢在夏季吃火锅的约有81.83%，在冬天的约为36.93%，火锅不但在冬季有很大的市场，在夏季也有较大的市场潜力。目前，本市的火锅店和海鲜馆遍布街头，形成居民消费的一大景观和特色。

三、结论

1、本市的居民消费水平还不算太高，属于中等消费水平，平均收入在1000元左右，相当一部分居民还没有达到小康水平。

2、居民在酒类产品消费上主要是用于自己消费，并且以烧酒居多，红酒的消费比较少，用于个人消费的酒品，无论是烧酒还是红酒，其品牌以家乡酒为主。

3、消费者在买酒时多注重酒的价格、质量、包装和宣传，也有相当一部分消费者持无所谓的态度。对新牌子的酒认知度较高。

4、对于酒店的消费，主要集中在中档消费水平上，火锅和海鲜的消费潜力较大，并且已经有相当大的消费市场。

写调查报告的模板篇5

一、问题的提出、

中国著名的大思想家，大教育家孔子先生曾说过：”不学礼，无以立、”在文学气氛浓厚的学校里，某些同学不听老师的教导，一意孤行，语言不文明：给同学乱起绰号，因此有些同学心里留下阴影。对此，我和好朋友展开了调查。

二。调查方法

1、观察法：仔细观察不文明语，何时出现及内容。

2、谈话法：通过谈话了解有些同学为什么说话不文明，并分析原因。

三。调查情况和资料整理

小学生为什么说话不文明，调查后总结出以下几点：

1、由于与别人的矛盾而产生的愤怒情绪，说话会口不择言，一般都发生在男生身上。

2、由于他人行为，举止，或衣着相貌而来娶笑别人，说一些不雅的绰号。

3、 很多小学生说不文明语言都是出于一种反抗情绪。对某件事情不满时，甚至难过时

4、 还有大部分认为，不文明语言是从长辈，周围人嘴里听来的，有的是看电视，电影学来的同，不自然地就讲出来了，时间长了就养成了不好的习惯、

小学生讲不文明语言后的心理表现，总结一下几点：

1、 心里有一种莫名其妙的舒服感、

2、 有时边说边大笑，作为一种发泄方法、

3、 听到周围的人讲过不文明语言，所以不认为有什么不对的地方、

小学生在什么时候会说不文明的话，总结出以下几点：

1、 玩的时候：游戏有人赖皮，用语言互相攻击、

2、公共场合：一个同学在众多人面前让另一个人出洋相，被嘲笑时就开始了语言攻击。

3、暗地里：跟某人关系不好，背地里说有损于他的话、

四、结论

1、一些不文明语言是从家里，社会上，同学口中听来的，再不文明环境里，同学们的语言，举止都会受到影响。

2、同学们有时使用不文明语言并无恶意，但造成的影响不好。

五、体会

中国历来有”礼仪之邦”的美称、作为中国人，我们决不能辜负、应担负起建设文明的重任，必须在各方面发展、通过本次调查，我认为应先提高个人素养，确保自己不说不文明语言，不给他人起绰号等、再对别人进行纠正，使社会上减少不文明现象，作为学生家长也要以身作则，文明待人、

写调查报告的模板篇6

一个案例

“油多了不好。”记者劝孟娜打一些油多一点的菜的时候，她这样说，并执意要记者多吃一些带肉的菜，而她只要了一份1元钱的炒粉丝。这还是在记者在场的情况下，如果是平时，她只要8毛钱的豆腐、土豆或者6毛钱的白菜。

孟娜是中国农业大学车辆工程专业xx级学生，她的家乡在河南柘城。孟娜家里一共有6个兄弟姐妹，还有一个70多岁的爷爷，加上父母，一共有9个人。xx年，孟娜考上了中国农业大学车辆工程专业，父亲卖光了家里能卖的所有粮食，借遍了所有能借钱的亲戚朋友，才把她送到了北京。

孟娜所在的专业每年需交学杂费共6200元。孟娜没那么多的钱，她身上总共不过2300元。她拿出1400元交了学杂费，自己留下900元做1年的生活费用。没有交上的学费只能慢慢补。

学校每个月给每个学生发放107元的生活补贴，孟娜还在学校申请到一个勤工俭学的机会。在那间放了40多台电脑的屋里，孟娜每天用半个小时进行清理，这样下来，每个月能挣上80来块钱。

孟娜不敢上街买东西，一要花车费，二来东西贵。前几天实在太热，她花20元买了一件t恤；实在没有鞋穿了，又花30元买了一双鞋。孟娜柜子里还有一件春天买的外套，值19元。

孟娜是学校里的特困生，但她并不是惟一的。在中国扶贫基金会调查的农、林、师范类高校中，像孟娜这样的特困女大学生，超过了学生总人数的15%，她们“在校期间基本生活费用难以达到学校所在地最低伙食标准，且无力缴纳学费及购置必要学习用品，日常生活没有经济保障”。而中国扶贫基金会这份《贫困女大学生调查报告》显示，在一般的综合性院校，特困女大学生的比例也达到了8%。

五组数字

●15.7%来自独生子女家庭

●93.7%月生活费不足200元

此次调查的贫困女大学生中，有45.6%的贫困女大学生生活困难，只能靠勤工俭学勉强维持；有42.2%的贫困女大学生生活紧张，手中的钱必须用心计划，才能维持生活；还有高达6.6%的贫困女大学生生活特别困难，已经无法维持，不能继续上学。

●84.7%的人承受经济困难的压力

因为贫困，女大学生们承受着巨大的压力，业余生活有诸多阻碍。调查显示，84.7%的贫困女大学生承受着家庭经济困难的压力；60.2%的承受着学费书费上升的压力；48.5%的承受着生活费上升的压力；42.0%的承受着学习紧张的压力；还有28.1％的承受着考试不理想的压力和怕与同学谈论钱方面事情的压力。

在课余时间的安排上，有66.2%的贫困女大学生的业余活动是勤工俭学；有83.8%的贫困女大学生的业余活动是学习，只有9.6%贫困女大学生有休闲、娱乐活动。勤工俭学的工作主要是校内勤工俭学和家教，所占比例分别为50.3%和45.5%。

写调查报告的模板篇7

一、 现状分析与调查结果：

教育部部长周济11月20日在20xx年全国普通高校毕业生就业工作会议上透露,20xx年全国普通高校毕业生将达495万,比20xx年增加82万。在全社会就业形势严峻的情况下,高校毕业生就业压力仍然突出,为此,会议决定将20xx年作为高校毕业生就业工作全面服务年。如此严峻的就业压力，大学生创业依然是热点之一。面对如此严峻的就业形势，创业是不少应届毕业大学生的第一选择。创业是社会发展过程中形成的一种活跃而有效的经济形式，我国在改革开放以后，创业的形势有很明显的好转，不论是私人创办事业涉及的领域还是创业的发展势头，都有着健康发展的趋势。而从西方的发展历程来展望我国未来的发展趋势，学生创业将成为市场洪流中一股新的力量，新的势力。大学生的加入将为创业大军注入了一股新的活力。同时，在校大学生创业也闯入了人们的视眼。

当大学生创业开展得如火如荼的时候，当越来越多的高校毕业生选择创业这种新的就业方式的时候，我们发现在大学校园里创业的概念也越来越为广大的同学所了解与接受，创业意识在高校中已不再陌生。

为了全面了解在校大学生和毕业大学生创业前准备的现状, 研究调查各大高校、政府、社会对大学生创业意识的培养与教育的重视和关注程度，我们在1月20日—2月20日，通过问卷形式为主，网上qq谈话与网上搜寻材料为辅开展调查活动。

从调查问卷中抽出几份题目进行分析，例如第二题，您关注国家出台的扶持大学生自主创业的相关政策、法规?调查中，经常关注，很清楚的大学生占10%，偶尔关注，比较清楚的大学生占30%，不太愿意主动去了解，知道一点的大学生占45%，一点也不知道的大学生占15%。从这里体现出现在的大学生对国家政策的了解程度虽然占比较大的比例，但经常关注的大学生只占10%，所占比例较小，说明大学生关注国家政策是有待加强的。

而第三题您是否有创业的打算 ?调查中，考虑过的大学生占97.5%,完全没想过的大学生占2.5,正在进行创业的大学生占0%,已经尝试过创业的大学生占0%。从这里体现了创业的问题对大学生不是什么与他们毫不相干的事情，绝大多数的学生还是思考过创业的问题。而第十题您有参加过创业类培训或讲座? 调查中，有参加过创业类培训或讲座的大学生占47.5% 没有参加过创业类培训或讲座的大学生的占52.5%。其中，有参加过创业类培训或讲座的次数一般在1-2次。从这体现出大学生参加创业类培训或讲座的比例相对较小,大学生对此的关注度还不够，还有待加强改进。

二、结论分析与建议：

?关于大学生创业问题的调查》是我组研究的课题，在课题申请时，我们是作为一个课外业余任务来完成，经过一番网上浏览、网上问卷调查发现这个课题的具有很大的研究性，社会、国家和高校的关注度极大。由于我们小组在资金、人力、物力、时间、个人学历等因素的限制，调查难度远远超过我们申请课题前的想像。对于我们大专生来说，要作到大范围且研究的极大深度同时极具学术性，是不怎么现实的。因此，出于科学严谨、实事求是的研究态度，我们组员采取网上问卷调查，网上搜集相关材料等形式，调查自己周边大学生(在校就读大学生)，其结论和数据也是具备科学性，确保实践调查成果的真实性和可靠性，从而提升作品质量。

从调查问卷和现场人员访谈可以看出,大学生创业需要社会建立有效的导向机制、激励机制和帮扶机制。高校在大学生自我创业中发挥更多的作用和提供多方面的服务，包括创业指导、资金落实、客户联络、社会沟通等，尤其是提供比较规范、适用、系统的创业教育。高校应开展多种形式的创业教育一方面是要培养大学生的创业意识、创业思维和创业观念，另一方面主要是就大学生创业所需要的各种创业技能进行全面培训，并最终使大学生具有一定的创业能力

对于大学生创业，政府的帮扶作用不可小视。一些地方政府政策的出台，对于大学生创业起到了一定的促进作用，但政府帮扶的持续性需要关注。此外，大学生创业需要良好的社会环境特别是政府的帮扶作用，社会应创造一个良好的社会环境去逐步锻炼其市场适应能力和抗风险能力不管国家政策、高校、社会环境如何，我们认为最重要在于大学生自己，因此大学生主体不容忽视。下面给大学生提出以下几点建议：

(一)树立全新的人才观，重视创业素质的自我培养

从前面所讲，我们可以看到，成功的创业者具备一些核心的主要特质和次要特质，要有创业观念、有才、有胆、有识，同时有坚忍不拔的意志，克服创业过程中的困难，这些高要求决定了当代大学生想走上创业之路，就必须按照创业者素质的培养规律，重视创业素质的自我培养，注重培养自己的能力，锤炼自己的胆子，同时培养自己的创业人格、创业者思维和创业意识与技能，克服中国传统教育模式下培养出“积累型”、“继承型”，掌握的死知识多，运用的知识少，胆子小，生存能力差的人才类型。

实践证明，创业者素质的培养是有规律的，其成长也是有过程的。而从实践中汲取经验和教训之都是创业者成长的捷径，中国有句俗话：“一年学成个庄稼汉，三年学成个生意人”说的就是这个道理。

(二)注意在思想上和精神上锤练自己

要树立自信、自强、自主、自立意识。自信就是对自己充满信心，相信自己有能力，有条件去开创自己未来的事业。自信赋予人主动积极的人生态度和进取精神，相信自己能够成为创业的成功者，尤其在遇到失败和挫折时更需要自信。自强就是在自信的基础上，通过企业的实践，不断增长自己各方面的能力，进一步磨炼自己的意志，建立起自己的形象，敢说敢当，敢作敢为，不贪图眼前的利益，永远进取，使自己成为强者。自主就是具有独立的人格，具有独立性思维能力，不受传统和世俗偏见的束缚，不受舆论和环境的影响，能自己选择自己的道路，善于设计和规划自己的未来，并采取相应的行动。自主还要有远见、有敢为人先的胆略，能把握住自己的航向，自立就是凭自己的头脑和双手，凭借自己的智慧和才能，凭借自己的努力和奋斗，建立起自己生活和事业的基础。

(三)广泛获取创业经验

如今，不少大学都开设了创业指导课，教授创业管理、创业心理等内容，帮助大学生打好创业知识的基础。大学图书馆也提供创业指导方面的书籍，大学生可通过阅读增加对创业市场的认识。

其次，创业是目前媒体报道的热门领域，无论是传统媒体，如报刊、新书、广播电视、还是网络媒体，每天都提供大量的创业知识和信息。一般来说，经济类、人才类媒体是首要选择，比较出名的有《财富人生》、《创业家》、《21世纪经济报道》、《第一财经》，以及“中华创业网”、“中国创业论坛”等专业网站。此外，各地创业中心、大学生科技园、留学生创业园等机构的网站，也蕴藏着丰富的创业知识。通过这种途径获得创业知识，往往针对性较强。

(四)注重自身能力的综合培养

大学生要学会认知，学会做事，学会共同生活，学会生存创业20xx年大学生创业调查报告工作报告。创业涉及方方面面，需要与不同的人和事打交道，对人的能力要求很高。从事创业的人既要懂经营，又要善管理，既要能协调处理各方面的关系，又要当机立断，临危不乱，指挥若定，既要能言善辩，又要能谈判公关，既要能开拓创新，又要不怕挫折、困难。因此，创业能力的综合性很强，其中要有管理能力、组织协调能力、创造能力、经营能力、语言表达能力、判断能力、公关能力、应变能力、分析问题和解决问题能力、把握机遇的能力、谈判能力、心理调适能力等。而联合国教科文组织把“学会认知，学会做事，学会共同生活，学会生存，作为21世纪教育的4个支柱”，并把其作为开启未来人生大门的四把“钥匙”。“学会认知”就是教人掌握认知的方法，学会学习的方法、手段，培养人发现问题、分析问题和解决问题的能力。“学会做事”就是要培养人的创新能力、应变能力和驾驭处理复杂突发事件、危机的能力。“学会共同生活”就是要培养人的团结协作能力和团队精神，培养人的竞争意识和管理能力。“学会生存”就是要不断增强人的自主性、判断力和个人的责任感，培养人的交际能力、语言表达能力、判断能力等等。因此，大学生要主动树立“学会认知，学会做事，学会共同生活，学会生存”的意识，提高创业能力，从而使自己在创业时“走得出”，“站得住”，“干得好”。

(五)通过各种渠道积极参加实践活动，培养自己的创业能力

实践环节能使大学生在校期间积累创业经验，培养创业能力的有效途径。所以大学生在校期间要积极参与创业实践活动，如大学生创业大赛、创业计划书大赛等。其次，大学生还可通过参与社团组织活动、创业见习、职业见习、兼职打工、求职体验、市场和社会调查等活动来接触社会，了解市场，并磨练自己的心志，提高自己的综合素质。第三，商业活动无处不在，大学生平时可多与有创业经验的亲朋好友交流，甚至还可通过email和电话拜访自己崇拜的商界人士，或向一些专业机构咨询

这些“过来人”的经验之谈往往比看书本的收获更多。通过这种人际交往途径获得最直接的创业技巧与经验，将使大学生在创业过程中受益无穷。其四，投身于真正的创业实践。在毕业前后进入创业启动阶段，可以单独或与同学轮流租赁或承包一个小店铺，或加工、修理、或销售、服务等，在真刀真枪的创业实践中提高自己的创业能力。这些活动成为大学生步入社会大课堂的第一步，同时大学生在参与实践的过程中，既为他们将来开展创业活动积累了经验，也培养了他们分析问题和解决问题的能力、组织协调能力、管理能力、应变能力、语言表达能力等，也有利于增强大学生的创业意识和创业热情，为大学生提供应对挫折，面对各种困难的心理准备，促进大学创业成功。

写调查报告的模板篇8

酒类产品的消费情况

1、白酒比红酒消费量大。分析其原因，一是白酒除了顾客自己消费以外，用于送礼的较多，而红酒主要用于自己消费；二是商家做广告也多数是白酒广告，红酒的广告很少。这直接导致白酒的市场大于红酒的市场。

2、白酒消费多元化。

（2）购买因素比较鲜明，调查资料显示，消费者关注的因素依次为价格、品牌、质量、包装、广告、酒精度，这样就可以得出结论，生产厂商的合理定价是十分重要的，创名牌、求质量、巧包装、做好广告也很重要。

（3）顾客忠诚度调查表明，经常换品牌的消费者占样本总数的32.95%，偶尔换的占43.75%，对新品牌的酒持喜欢态度的占样本总数的32.39%，持无所谓态度的占52.27%，明确表示不喜欢的占3.4%。可以看出，一旦某个品牌在消费者心目中形成，是很难改变的，因此，厂商应在树立企业形象、争创名牌上狠下功夫，这对企业的发展十分重要。

（4）动因分析。主要在于消费者自己的选择，其次是广告宣传，然后是亲友介绍，最后才是营业员推荐。不难发现，怎样吸引消费者的注意力，对于企业来说是关键，怎样做好广告宣传，消费者的口碑如何建立，将直接影响酒类市场的规模。而对于商家来说，营业员的素质也应重视，因为其对酒类产品的销售有着一定的影响作用。

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com