# 2024年调查问卷调查报告(精选9篇)

作者：远方的故事 更新时间：2024-03-19

*在当下这个社会中，报告的使用成为日常生活的常态，报告具有成文事后性的特点。通过报告，人们可以获取最新的信息，深入分析问题，并采取相应的行动。下面是我给大家整理的报告范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。调查问卷调查报告篇一小组*

在当下这个社会中，报告的使用成为日常生活的常态，报告具有成文事后性的特点。通过报告，人们可以获取最新的信息，深入分析问题，并采取相应的行动。下面是我给大家整理的报告范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

**调查问卷调查报告篇一**

小组合作学习是随着课题教学改革深入推进、素质教育逐步探索的有益尝试，也是促进学生语文知识的学习、语文能力的发展的一种新的教学方式。作为提高语文课堂教学效率的一个重要策略，当前很多学校都在推行，但是在推行的过程中也出现了这样那样的问题，这主要是因为我们对小组合作学习方式的理解存在偏差，或者小组合作学习应用于中学语文上的契合点并不恰当。这样造成的后果往往与教学改革的初衷相背离，致使很多的小组合作学习只是走走过场，停留在形式主义。为此，我专门以调查问卷的方式进行了调查研究。

为了全面把握小组合作学习的精神实质，以达到学习效果的最优化，我设计了初期问卷调查和中期问卷调查，两个表的内容一样,旨在通过调查，探究学生对小组合作学习方式的认同度、兴趣度以及其真实课堂效果，分析小组合作学习中存在的问题及原因所在，研究解决问题的对策，更加有效地提高课堂教学效果。

本次调查我采用学生无记名问卷的方式进行。调查范围为我们学校七八年级学生，要求如实地反映情况。

初期调查问卷主要考察学生对小组合作学习方式的兴趣与认可度。

通过问卷调查，反映了学生对于语文的兴趣度为一般，16%的学生选择对语文“特别感兴趣”，“比较感兴趣”的占了大多数，为82%。

90%的学生上语文课不喜欢老师一直在讲，他们更倾向于跟小组同学在一起讨论解决问题（89%）。

在传统讲授课堂中，68%的学生选择没有独立思考，而习惯听老师讲解来解决问题的学生更是占到了91%，这表明学生的独立思考能力大大受到限制。

98%的学生认为，在与小组同学一起讨论解决问题、学习新知的时候效率更高，这充分说明小组合作学习能够被学生认可。

通过这次调查，可以看出我校分组合作学习已经普遍开始实施，并深受学生的欢迎，99%的学生对小组合作学习感兴趣，小组合作学习在中学语文课堂上展现了魅力。

但是，通过问卷调查也发现了在合作学习中存在的问题。

1、学生的合作意识和能力仍不够。调查反映：在小组合作学习的过程中，当问题有争论时，45%的同学都是站在优等生的一边，只有35%的学生回答是先记录下来再全班讨论，致使许多学生采取旁观的态度，缺少积极的参与意识。

2、合作小组成员的搭配不够合理。调查反映：有的小组都是

优等生，而有的小组实力相对较差，不能很好地完成老师布置的任务，这样反馈交流就成了个别小组的汇报会，影响了全体学生学习的积极性。

3、合作小组成员分工不到位。调查反映：问卷中有28%的学生认为小组成员分工不重要或无所谓，以至小组活动无计划，无核心负责人，造成混乱的局面，严重影响了学困生的学习兴趣和热情。

4、学生的独立思考能力不够。调查反映：问卷中“在小组合作学习的过程中，你经常发表自己的观点吗？”回答“经常”的占30%，偶尔的占61.2%，几乎都是听别人见讲的占8.8%。其中选择后两个答案都是学习中等或不太好的。

通过对调查问卷及谈话的反馈，我认为：

1、合作小组没有明确的分工，对讨论过程中的结论、问题等缺少记录、比较、分析，容易造成小组成员发表完自己的意见就草草了事。

2、小组合作没有给学生充裕的时间。调查中显示出我们有16%的老师合作都是在备课时设计的。而他们急于完成预设的教学内容，就难免合作时匆匆收场。学生无法从容地进行实验、探索、讨论。

3、虽然我们教师认为应平等参与到合作学习的活动中，但多数教师还不能完全放下架子，还不能真正成为学习活动的参与者、组织者、合作者。

1、关于小组形成：应该在学生自由组合的基础上，根据知识

基础、兴趣爱好、学习能力、心理素质、性别等情况进行综合评定，组建若干个学习小组，使组内成员分工明确，合理搭配，形成最佳组合。

2、关于学习目标：教师是引导者和小组学习的管理者，其设置的合作问题必须是“跳一跳，能摘到桃子”，让学生在合作中感受到成功的快乐，更加激发他们的学习热情。

3、关于效果评价：教师对小组合作学习效果要做到正确、及时地评价，在关注结果的同时更要关注过程，要让学生经历挫折，更要让学生感受教师的信任和赞赏。

4、关于合作与独立思考：教师应该强调合作精神，训练学生如何倾听别人的意见，如何把别人意见进行归纳，同时也要教会学生在小组中独立思考。

**调查问卷调查报告篇二**

语言是人类心理活动的主要载体，是人类用于信息交流的工具，“幼儿语言表达能力的培养”包括教师为幼儿创设良好的语言环境，提供丰富的语言信息，通过生活活动、集体活动、游戏活动激发幼儿想说的愿望，培养幼儿敢于大胆、大声地说，引导幼儿学习语言表达方式和技能，使幼儿养成积极运用语言表达的良好习惯。本课题的研究中教师并不刻意地去追求幼儿语言表达能力的强弱一致，而认同个体之间语言能力客观存在的差异，力求不同程度地激发幼儿的语言表达能力，使每个幼儿想说、敢说、会说。

本次调查对象为我园大班幼儿家长及我园教师。为了做好本课题的研究工作，课题组在研究之初制定了调查问卷，对幼儿家长及教师进行了相关的分析。

从本次调查中可以发现，幼儿的语言表达能力不容乐观，例如能主动问好、交谈的幼儿只占20%，并且接受过语言方面教育的幼儿没有一人，还有20%的家长认为对进行语言能力培养教育持无所谓的态度，这样的调查结果让人堪忧。从教师调查问卷和座谈中可以发现，我园教师虽认识到位，理论知识掌握扎实，但也存在这一些问题，剖析原因主要有这样三类：

1、畏惧，不敢说：

由于有少数教师要在幼儿中树立所谓的尊严与权威，不允许幼儿有任何不同于自己的见解，使得幼儿“师云亦云”，当幼儿站起来面对众人时，就有各种担忧，使得幼儿当众作口头表达时，往往会表现得紧张不安。这种心理上的紧张畏惧感，导致幼儿说话零碎语、口头禅增多，语序颠倒、语不成句等现象，这是一种正常的心理反应，主要是由于幼儿缺少语言实践，自信不足造成的。

2、内向，不想说：

有些幼儿由于性格内向，不想说、不愿说，只愿作听众，教师很难了解其思维过程，而且一些错误的认识由于没能及时得到发现和纠正，导致在以后的练习中再次出错。这部分幼儿语言能力的培养在于多鼓励幼儿大胆表述。

3、语言积累少，不会说。

幼儿的语言表达能力发展得益于平时的语言学习和积累，我们的幼儿还没有养成良好的阅读习惯，缺乏丰富的语言积累。

1.缺乏引导和榜样示范。榜样学习是幼儿学习的一种重要方式，如果教师在一日活动中注重引导和示范，那么长期下来，幼儿也会养成正确表达自己意愿的能力。

2.家长资源未充分应用。应当多与家长进行交流讨论，提高家长对幼儿语言表达能力重要性的认识，从而逐步提高教育水平，指导语言教育实践研究。

3、没有创设语言环境：没有真正从发展幼儿语言表达能力角度出发创设语言环境，教师布置语言表达内容时，很多幼儿消极参与，被动地等待老师讲解，使幼儿产生了思维的惰性和消极参与学习活动的意识。

幼儿周围交际的环境不利于发展自身的语言表达能力;家长不够重视、缺少与孩子应有的言语交流；大部分家长更关注幼儿的书写能力而忽视了幼儿的语言表达能力；幼儿缺乏全面、系统而细致的培训。

综合上述多种因素，在提高大班幼儿语言表达能力方面，带给我的思考有以下几点：

1、消除幼儿的心理障碍

心理障碍，这是一个很复杂的问题。要彻底消除这方面的障碍，需作长远的研究，我们主要是针对原因，树立教师正确的育人观，走入孩子心灵，与孩子建立一种真正平等的师生关系，教师要有包容的心态，让他们敢讲，敢说，从不愿说到愿意说。

2、对教师进行幼儿语言表达能力的相关培训

对于培养幼儿语言表达能力的教学情况，有的教师还存在着诸多问题，如科学性、准确性、逻辑性等，另外在活动中经常出现的一些问题，如教师的教学设计、教学方法的运用等都需要进行培训，通过培训提高教师自身语言素养，明确培养幼儿的语言表达能力目的，掌握培养幼儿语言表达能力的多种教学方法。

3、加强集体活动中“说”的训练

在集体活动中要把“说的训练”看成是一项重要的教学任务，认真地完成。教师要多鼓励、指导幼儿发表见解，给幼儿提供说的时间和空间，教他们有顺序地讲述自己的思维过程，并尽量多地重视他们说的质量，使之语言表达能力在无形中得到提升。

4、家园共育

语言表达能力不仅应用在幼儿园，还涉及到一个孩子生活的方方面面，由于外出打工等因素影响，虽然部分家长还不能对孩子做过多指导，但是家长也要配合幼儿园，给孩子提供充分的环境和支持，鼓励幼儿多说敢说。

**调查问卷调查报告篇三**

为了及时了解20xx年我院新生基本信息，为我院20xx年招生工作的开展提供事实依据和决策参考，20xx年9月9日，招生就业处对新生进行了一次招生综合情况问卷调查，我们根据需求，在20xx年新生问卷调查的基础上做了相应的调整，新增设了许多开放式选项，以期掌握更加全面详实的信息。

1、问卷设计

本次调查问卷分为两大部分：第一部分为被调查者的基本信息，其中包括学校、性别、户籍类别、生源地、专业批次等信息；第二部分为问卷主体部分，主要由招生宣传、志愿填报、录取结果、意见反馈等方面构成。问卷主要为客观题，在需要被调查者提供更具体和充实的信息时，相关问题的答案设置了半开放式的答案，以便更科学和详细的统计数据。

2、调查方式

为了更好地掌握新生的基本情况，本次问卷调查采用全面调查的方式，根据各系实际在校人数，每人一份。为了提高问卷的回收率，本次调查以系部为单位，由学院新生辅导员主任统一发放、统一回收。

3、样本情况

本次调查总共发放问卷1230份，回收有效问卷1168份，有效回收率为95%。在回收的问卷中，从专业批次来看，艺体有144人，占12.33%；一志愿有822人，占70.38 %；二志愿有334人，占28.60%；征集志愿有119人，占10.19%。

1、招生宣传

高三学生认为高考宣传的最佳时间是“考前2个月”占54.97%，其次是“志愿填报期间”占28.77%，再次是“考前半年”占18.92%。

学生了解高校的最主要途径是“学校的招生简章和报纸杂志”，分别占了74.66%、54.20%，根据学生反馈的意见得出，学生关注的杂志主要是高考辅导试题、资料，其中黑龙江省《学子》杂志关注度较高。其次是校园网和省级招生网站分别占27.91%、25.51%，新生给我校招生网站反馈的意见是，希望招生网页容易找到，页面内容丰富，提供网站留言功能。在高考咨询期间学生最希望获得是“电话咨询”占55.82%，其次是“网络、qq咨询”占34.50%，学生对我校网络qq咨询反馈的意见是：在线老师少，回复速度较慢。学生对我校总体情况“基本了解”占62.67%，“了解”占20.46%，“不了解”占17.47%。根据学生反馈的意见得出，在招生期间加大宣传力度，增加宣传手段，学生入学后应及时做好新生入学教育工作。

2、志愿填报

学生在选择学校时考虑的主要因素有：“高校所在地”占55.65%，“往年分数”占47.35%，“社会声誉”占36.22%，“就业”占35.96%，，“师资水平”占24、66%，在报考志愿时学生主要听取：家长（37.76%）、自我决定（73.89%）、高校招生老师（54.11%）、班主任（17.38%）等人的意见。

根据学生反馈的意见得出，对于专科的学生来说，学生和班主任老师的关系紧密程度较低，但一旦能够听取班主任意见的学生，基本上会按照班主任的指导填报志愿。大多数专科考生在填报志愿时会受到家长意见的影响，但往往都是自己决定选择哪所高校，而自己在决定选择时，招生老师对其影响较大。影响学生选择专业的因素有：热门专业46.49%、品牌专业39.55%、就业25.77%、往年分数22.43%、个人兴趣4.62%，学生理想的专业建筑类27.83%、经济类27.14%、机械类23.80%、师范类17.64%、交通运输类16.35%，而在填报我校专业的调查中，高考分数、考生本人较了解学院、家长的意向等选项占据了较大比重。

3、录取结果

在对“你对录取到我校满意吗？”的调查中，基本满意的占61.47%，十分满意的.占17.64%，满意的占13.27%，不满意的占7.62%。选择“非常满意”和“满意”的学生，大多是学前教育专业、工程造价专业、会计专业、航空服务专业和平面设计专业。选择不满意选项的同学，较之20xx年有大幅度的下降，其中，不满意的同学外省居多，由于我院今年在黑龙江省实行大计划录取，学生往往录取到自己喜欢的专业。

通过问卷调查分析，学生对录取结果的满意度直接影响这他们学习的积极性，因此建议学校应在现有的条件下，继续推行大计划录取制度，尽可能扩大专业选择的自由，在新生入学后，系部应及时对学生进行专业的指导，在专业介绍方面，如专业的性质、特点、发展前景，专业所需的学科基础，专业与个性的匹配性，毕业生的主要就业领域等；帮助和指导学生认识自己，通过就业指导课，让学生分析自己的优势和特点，找到适合自己的专业领域；培养学生选择专业的意识、能力和相应的责任感等。

4、意见反馈

在“你对学校招生工作有何意见和建议”这个版块中，我们没有设置选项，留给学生自由回答空间。从调查结果上来看，学生回答积极，提出了许多宝贵意见和建议。笔者总结以下几点：

（1）加强学校网站建设，丰富网站内容。学生希望进入我校网站直接能看到招生方面的信息，同时在网站上不仅要看到“招生计划”、“历年分数”、“招生政策”等这些“传统项目”，希望能从多方面了解学校，如：学生活动、校园生活、就业情况、食堂住宿等，并配以视频和图片。

（2）提高咨询服务效率，及时回答考生问题。学生反映，在报考期间，学生拨打我校咨询电话往往都是占线，在网上咨询时，回复非常慢，希望学校尽可能快速回答学生问题。

（3）及时公布录取结果，快速发放通知书。学生反映今年我校录取结果公布较慢，在龙招港上查到的都是“院校在阅”，而在我校网上查不到录取信息。因此，学生反复打电话咨询，这也是造成我校咨询电话拥堵的原因之一。

（4）建议在考生报考前学校多提供一些教学资源相关信息，希望学校能提供教学设备、图书馆资源信息、教育设备的分布位置；教学质量、师资力量等。在学校相关信息上，希望学校提供地理位置、气候条件、住宿条件、消费水平以及学校的办学特色、优惠政策、管理制度等信息。

学生在本次调查活动中，积极踊跃、态度认真，这些有利于我们客观地了解了新生的需要，合理地改善招生工作中的不足，更好地进行接下来的工作部署。总体来说，新生整体状况比较理想，但也存在一些问题，对于新生的反馈的意见和建议，在此报告中也加以概括总结，希望能为我院20xx年招生工作提供参考。

**调查问卷调查报告篇四**

超市自出现以来，由于拥有商品齐全，保证质量，售后服务好，便利等优点，所以受到人民大众的喜爱。而超市规模大，范围广，因此作为超市的店长，需要发挥极大的作用。事无巨细，店内的每一项政策都需要店长执行，并对商品、工作人员、店面进行直接或间接地管理。那么，作为超市灵魂的店长，又是如何进行很好管理的？因此在七月下旬我专程前往我所住地区的大润发超市通过观察法和访谈法进行调研，了解美特好在商品、工作人员、店面等方面是如何管理的，学习它的长处，了解其不足的地方，并提出可行性意见。

本次调查的目的在于了解本区各年龄阶层的消费习惯和消费观念，以及对该企业存在的经营和管理上的问题，使管理者能够做出更好的策略方案，提高市场竞争力。

济南市文化东路大润发超

现场调研和采访

消费能力强的白领、消费稳定性高的居家主妇、家庭为主。道路四通八达，交通非常便利。由于交通的便利，方便很多偏远地区的人前来购物，交通的便利性一定程度上提高了客流量。加上大润发本身拥有数辆班车接送各个区镇的消费人群。人来人往，川流不息。ktv等较高档场所吸引了一批前来娱乐休闲的人群，为其提供了一批临时客源。

由此可见，大润发连锁超市选址开店一般遵循以下原则:

一是选择经济发达的城镇；

二是通盘考虑连锁发展计划,以防设店选址太过分散；

三是独立设臵门店,一般不与其他大型零售店聚集在一起。

（二）店面分析

1、位臵：

2、超市购物环境的营造

（1）外部环境：存车处分门别类，设有自行车、电动车、私家车停车处，且有专人看管。在停车场里有数辆公交免费接送前来购物的人群，入口处有自动取款机，顾客取钱十分方便。卖场入口的特惠商品公布区及时更新，尤其是生鲜每日特卖确实得到落实。

（2）内部环境：卖场的灯光非常不错，干净卫生的环境和好听的音乐让人感到舒适，店内到处挂着促销的牌子吸引顾客的眼球。就算是超市内的电梯这最容易让人忽视的地方，也有工作人员定时清洁，避免细菌的滋长，而且在电梯有一些小故障的时候，有工作人员到场提醒。不过我们也同时发现仓库门是完全打开的，且没有工作人员在周围，这就会存在隐患，有可能一些年龄较小的顾客会在不经意间进入仓库。

3、超市商品陈列及促销

一进入超市，首先看到的是应季商品，由于正值夏天了，所以超市的促销商品都与夏有关，如凉席、风扇、凉拖、防晒霜等。家庭主妇必备的商品也摆放在醒目的位臵。超市内商品货源充足，对于缺货商品能及时给与缺货提示。在清洁用品的商品备有样品，可供顾客试用。玻璃、陶瓷制品的商品也十分干净，没有灰尘。超市货物摆放整齐，销售较好的商品一般摆放在顾客触手可及的地方，并保持货物的充足。如果有顾客找不到的商品，则可以找任何一位工作人员，他们会给与最大的帮助。另外母亲节当天超市配合母亲节的主题，当顾客购买某些特定商品时，特别附送康乃馨，来庆祝母亲节。

4、超市的便民服务

大润发超市服务中心设有广播服务、公交ic卡充值、团购接待处、赠品发放处、退换货处、开票处、售储值卡等多项便民服务，大大方便了超市顾客的购物。超市的寄包处设在出入口交汇处，方便了顾客的存取。另外在卖场的出口处设有今日店长意见处，显示当日店长的姓名与照片，顾客可以根据当日购物经历给与表扬或批评及建议。

5、存在的问题和不足

在随后的观察中我注意到，有的工作人员忙得不可开交，有的人却呆呆站着看着，什么事都不做，这不能不说是大润发招聘的失败，也是任务分配的失败。

在商品的陈列上暴露了一些问题。食品的分类十分详尽，但日用品的分类则不完备，分类牌存在缺陷;在易碎商品区，如容器类有专门的支架进行固定，顾客经过时若不小心碰到，也不容易掉下，但在酒类商品区，并没有看到防护措施，工作人员也不多，这就无法保证顾客的购物安全和超市里商品的\'安全。

没有最好，只有更好。下面是我为美特好今后更好的发展提出的合理可行性意见：

1在超市外部环境方面，大润发超市有的存车处为露天式，到下雨天对于顾客来说十分不方便，所以需要改善。

2在商场的内部结构方面，卖场之间的连接是十分重要的，所以在显眼的位臵应多设臵指示牌，方便顾客选购商品;另外需要入口做得更显眼。

3在大润发的免费班车方面，应该完善公交汽车接送服务，多配臵几辆车，为更多消费群体提供服务。在宣传方面，可以利用广告宣传车，在各大学校、小区等发传单派发特价单等方法。

4在商品及其陈列方面，增强对酒类等易碎商品的防护，应配备防损人员。挂条商品不应为与货架商品同类，而应为具备高毛利、高关联性、低价格、具备冲动消费特质的商品。周转率较低的商品必须关注有效期，有效期前3~6个月应采取调整陈列位臵、进入搭售、促销系列等方式处理。缺货商品应摆挂“热销缺货牌”，不应出现空白情况。

5设立消费者服务投诉点，以及投诉电话，在人员方面应挑选具有经验及有职权人士担当;投诉处理要迅速；投诉案例要详细记录。

6在服务方面，首先，应该开设培训课程，对服务员形象以及服务操作方面进行培训，提高服务员的素质，要求员工真正做到顾客就是上帝。

7对部分必需品的价格做一些适当的调整，薄利多销以吸引更多的消费者。

8要保证超市内食品（包括熟食与水果）的新鲜，增加熟食的种类和改善熟食的口感。

9超市内的仓库门再不用的时候必须紧锁，在使用必须打开的时候，必须派专人在门口看管，以免有顾客不慎进入仓库，造成不必要的麻烦。

总之，作为本区规模最大、集散规模程度最高的超市，不仅需要有齐全的商品，很先进的物流水平，还应有良好的服务设施和便利的交通条件等。这些都要通过周边经济环境的发展需要、服务设施、建设条件以及超市全体员工的长期努力才能取得。

大润发超市发展至今，已经遍布全中国各大城市，渐渐地成为我们生活中不可或缺的好邻居，但随着我国经济的快速发展，经济自由化与国际化的趋势下，会不断出现新的挑战和需求。通过本课题的调查和讨论，更加积极地思考了大润发及其其他卖场超市该如何带动消费者市场，才能提高销售额，才能在经济风暴中获得利润，以至促进经济发展。

展望未来，大润发将持续成长，且对社会，经济及环境等多层面考研下，不断求新求变，来满足消费者对品味，产品及服务的要求。

**调查问卷调查报告篇五**

水果产品在夏天的销售量一向不错，而如果一个地区想要发展一种特色水果的话，必须要开发出属于自己独特的品牌，如果品牌做得好的话，那么产品销量也会提高。而做一份调查问卷分析报告是十分重要的，去年小编看过一篇橙类调查问卷分析报告范文就写得很全面，里面的分析都很到位，大家能够学习一下。

为更真实地了解xx橙农的生活、生产、收入、负担状况，橙类种植大户、橙农的思想观念，对市场信息来源的渠道和把握状况以及对市场采取的态度等，切实解决目前农村橙类水果经济改革、发展中出现的热点难点问题，持续全县农村社会经济持续稳定发展，根据县委、县政府的布置，由县政府、县水果流通办、县水果中心、县农业局组成联合调查组，自xx年4月13日至4月19日，历时一周，进行了全县农村橙类水果经济问卷抽样调查，之后又进行了1天的审查、汇总和分析。本次调查的调查对象是xx县比较典型的橙类种植大户、销售大户和部分在销售过程中十分有代表性的橙类果农，这些调查点分布在全县40个行政村，这些种植大户、销售大户和橙农对了解全县的橙类水果种植和销售具有充分的代表性。现将调查状况报告如下:

一xx橙类生产及销售的基本状况和存在的问题

橙类是我县较早引进的水果品种之一，经历了多年的积累，个性是上世纪xx年代以来，橙类的价格一向较高，所以橙类的种植面积扩展的很快。xx现有橙类种植面积约6.29万亩，主要品种有新会橙、红江橙。由于xx特殊的地理和气候环境，xx橙类在糖度，色泽，口感和外形方面，都比其他产区的橙类要好。但是由于各方面原因，去年橙子却普遍存在以下问题:一是个头、色泽、外形等方面都不够好;二是其他各种类型的水果同时上市，因此失去抢占市场的先机，受其他产区脐橙和夏橙的冲击很大，在销售量和价格方面都没有优势;三是xx橙类种植的品种过于老化。

根据调查，xx橙类生产和销售显现以下特点:

目前橙类生产大多是以户为单位的分散栽培方式，真正集中成片实行统一管理的大型现代化果园极少。由于这种分散的经营模式，导致大部分农民只追求产量，不在乎质量。果农超多使用高浓度的农药和化肥，使得橙类农药残留严重超标，农药残留高低是衡量橙类品质好坏的重要因素，也是限制橙类销售的最主要障碍;同时，由于这种粗放的经营模式，使得果农在化肥使用、病虫害防治、优种优育方面的知识严重匮乏，从而导致产出的橙子大小不一、色泽不均、果型丑，这些也严重地制约了橙子的出口以及外运销售。到目前为止，去年全县才销售各类橙子14000余吨，只占xx橙子产量的23.3%。

俗话说“好酒还要会吆喝”，即使是优质的品种，如果没有叫得响的品牌，在鱼龙混杂的橙子大杂院里，一样可能被淹没。没有构成自己独有的品牌，放在同一个摊档上，一般消费者都只会感性地从价格、形状上去决定是否购买，很少有消费者能够分清品质的优劣。由于xx特殊的地理和气候环境，xx橙子在糖度，口感方面，都比其他产区的橙子要好，在市场上受到消费者的欢迎。目前市场上xx橙子都是以“xx橙子”牌子来销售，这个牌子不仅仅大而统，而且被盗用和假冒的状况十分严重，导致市场上xx橙类品质参差不齐，鱼龙混杂，大大地降低了xx橙子的声誉。

和其他农产品一样，橙子同样面临需求弹性太小的问题。由于需求对价格极度不敏感，因此，一旦产量有所增长，橙子即要以价格更大幅度的下跌来刺激市场扩大需求。所以农产品经常是丰产不丰收。今年的橙子价格低迷很大程度上也是由于这一因素造成的。今年xx县橙子产量为6.72万吨，创历史最高水平。不仅仅如此，全国其他产区的橙子和水果产量以大幅增长。供给的大幅增长，导致了xx橙子价格在全国范围内的更大幅度的下跌。xx主要生产的2个橙子品种新会橙、红江橙今年的价格都很低。

**调查问卷调查报告篇六**

莎士比亚这样说：“书籍是全世界的营养品。生活里没有书籍，就好像没有阳光；智慧里没有书籍，就好像鸟儿没有翅膀”名人的话，给了我们一个启示：读书多么重要，它是人们获取知识的主要途径。

仅靠语文课本上数量有限的几篇文章，是不能满足孩子的好奇心和求知欲的，不容置疑，更不能培养出视野开阔、知识丰富、富有想象力、创造力的人才。相比于城市来说，农村孩子阅读受到很大的限制，很多农村孩子得不到较好的阅读条件和环境，阅读方法得不到很好的指导，为了更好的了解农村孩子的阅读情况，我们对xx镇xx小学学生的`阅读情况进行了调查。

完成这份调查就是为了呼吁家长、老师及社会更多的关注农村孩子令人堪忧的阅读现状，引起小学语文教师和学生家长，甚至社会的重视，都来关注小学生的课外阅读，让阅读带动学生综合素养的发展。为小学生创造良好的阅读条件和环境，培养孩子终生的阅读习惯。

二七区xx镇xx小学1～6年级，每个年级1个班的部分学生，共六个班，共计358名学生。

抽样调查法；谈话法；访问法。

1.取样。

2.召开年级组和备课组会议，和有关语文老师讲清调查方法，由各班语文老师主持，调查人协助，发放问卷进行调查。

**调查问卷调查报告篇七**

此次调查，旨在寻求在今后的农产品市构建更加合理的价格体系和完善的供应机制，改善购物环境，建立健康的市场秩序。

20xx年x月。

xx农产品市场消费者。

随机抽样调查

前言：

随着人们生活水平的不断提高，人们对于日常生活中的衣食住行的要求也随之提升。为了全面打造服务型政府，提高人群众的\'满意度和幸福感，做好农产品市场的发展是必不可少的。

一、调查数据整理

1.农产品市场消费群体的组成状况。xx农产品市场的消费者中80%是xx区常住人员，其中女性占60%，男性占40%。在年龄段上20―40岁之间的人占90%，职业工薪人员占76%。

2.农产品市场的发展状况方面。69%的人员认为发展不好，这也许是服务业的发展速度不能更好的满足人们日益增长的需求所造成的。

3.价格方面。38%的人员认为价格基本合理，但在与外地市场相比时，又有76%的人员认为偏贵。

4.在购买时间方面。早六点到九点之间进行购物的占46%，下午四点到晚七点购物的占30%。

5.对环境印象方面。67%的人员认为存在脏、乱、差的现象。

6.在质量方面。32%的人员认为质量无法保障，51%的人员认为有保障。

二、数据分析

从调查的数据中我们能够看出，xx农产品市场的价格偏高，而且农产品市场的环境较差，这也是一大部分人员认为xx农产品市场发展不好的主要原因。另外，农产品市场的产品质量还需进一步加强，这就需要管理人员在日常的管理中要加大力度，同时也需要做好宣传教育工作。

**调查问卷调查报告篇八**

据不完全统计，大学生有75%以上都有过兼职经历，全国百万大学生已经成为一个庞大的劳动力市场，而同时有些不法公司，中介又利用学生社会经验不足，骗取中介费用。行走在宁静大学校园，你一定能够看到墙壁上、宣传板上、橱窗内形形色色的广告，是机会还是诱惑?面对“急聘”、“招募”、“家教信息”……我们该何去何从?为此本刊联合南农学通社记者团就大学生兼职状况做了一次广泛的问卷与网络调查。此次调查我们共发放问卷200份，收回有效问卷171份，有效率达85.5%。网络问卷浏览量将近1000，在各高校论坛产生了积极的反响，在此基础上我们做了如下分析。

一、

此次的问卷调查，在男女、年级上的分布比例，可以说是比较具有代表性的，首先，男女比例分别是52.0%和48.0%;男女生在兼职的主要目的上存在着很有意思的差别：男生冲着钱去做兼职的，占被调查男生总数的43.9%，女生的这一数值是53.9%;男生兼职为锻炼自己的，占被调查男生总数的52.4%，女生的这一数据是41.5%。

男生中为锻炼自己而选择做兼职的占了大半，与此形成鲜明对照的是，女生兼职为赚钱的占了大半。学工处心理辅导老师表示：“可能是男生更有远见”，同时他又补充道：“也许是因为女生比例比较大，贫困生相对较多造成的。”

而在年级的分布上，主要是以大二大三为主体，这基本上是出于对现实情况的考虑：大一新生刚跨进大学校门没多久，有兼职经历的人还不是很多，同时，大四的学生，由于忙着各自前程，并且毕业在即，较难实施调查。

二、

在被调查学生中，在“第一次兼职的时间”这道题上，165个人填答了，还有6个人没有填答。在有填答的学生中，大一就开始兼职的学生占到了57.0%。第一次找兼职，大部分的学生还是通过学生兼职中介，在调查中，这一比例占到了45.0%，而由同学介绍、自己找、学校勤工助学找到兼职的分别是24.0%，18.1%，9.9%。

比照其中的.两个数据，记者发现里面隐藏着一个不容忽视的问题：有57%的同学从大一开始兼职，而同时又有45.0%的学生，第一次是通过学生兼职中介找工作的。就以上两个数据看，其实，整个学生兼职中介还是相当有市场的。但中介市场鱼龙混杂，大学生兼职利益如何得到有效的保障，是个大问题。调查显示，有将近百分之五十做过兼职的同学没有受骗，但也有多达百分之四十的同学有过受骗经历。

遇到这个问题的同学，最直接的解决办法是拨打110或315消费者会，一般中介为了长期经营考虑，只要有关部门介入他们都会归还中介费。法律界人士提醒同学们，最好与中介签合同，要注意一些细节问题。如果没有任何问题，最好不要轻易交中介费，以防上当。

在兼职次数调查这道题上，只有133个同学填答，33个同学没有填答。从调查结果看，做兼职次数最多的同学多达10次，而平均兼职的次数是2.33，绝大多数同学仅做过一次兼职。

至于如何协调兼职和学习的关系，被调查学生中，在“为做兼职，可曾逃课”这道题上，170个人填答了，1个人没有填答。在有填答的学生中，表示翘过课的占了31.2%，可见翘课比例还是相当高的，看来如何协调好兼职与翘课的关系不容忽视。在对上题中所提到的“翘课”的学生的“翘课频率”调查中，65个人填答了，有106个人没有填答。从填答的65个人看，大部分人选择了很少，这一数据占到了64.6%，另外表示其翘课频率一般(每周一两次)的占26.2%，表示经常翘课的(每周3次以上)的占9.2%。

大部分学长都忠告计划做兼职的同学，学习才是大学里最重要的事，兼职在学有余力的情况下也值得去做，锻炼为主。长期的兼职，最好是在寒假或暑假时参加。

此外，家教和勤工助学被评选为最稳定的兼职，家教和勤工助学是由家长和学校支付，故可信度较高，不失为兼职的最佳选择。促销成为最有锻炼效果的兼职，众多兼职高手也是从促销练起的，所以如果你兼职的目的主要是为了锻炼自己，那么促销无疑是最佳的选择。采访中，有兼职高手告诉记者，他们大部分成功的兼职都是自己主动寻找的，无论是找兼职，还是做兼职每一个过程我们都应该主动地去跟别人联系，主动做好应该做的事，让老板放心，同事开心。

1）兼职百分比%

2）促销43.3

3）家教33.9本

4）服务生26.3

5）销售21.1

6）市场调研员17.5

7）校园代理15.8

8）导购9.4

9）自己经营生意6.4

10）文员4.1

11）翻译1.2

12）导游1.2

13）礼仪0.6

**调查问卷调查报告篇九**

电子词典是一种将传统的印刷词典转成数码方式、进行快速查询的数字学习工具。电子词典以轻便易携、查询快捷、功能丰富等特点，成为21世纪学生学习生活、社会人士移动办公的掌上利器。电子词典主要有五大板块功能，分别为：词典查询学习功能、电子记事功能、计算功能、参考资料功能以及数据传输功能。随着电子词典功能的强大，越来越受欢迎。通化师院是一个师范类大学，而且外语系是第一大系，所以学习英语对大家来说都很重要，因为大家要考英语四级、六级、有的要考研、考公务员等等。还有外语系的同学要考专八，所以有一个好的学习英语的工具是很重要的，市场容量很大，所以我们对本师院的学生进行一次调查。

我们是从生产厂家的角度出发进行市场调查，通过对电子词典消费者情况调查，全面了解大学生电子词典消费的市场容量及其结构、质量、价格、品牌等内容，以及相关市场情况，为电子词典产生和经营机构提供相关的市场信息。

1．明确大学生对电子词典市场的品牌认识。

2.了解和分析大学生消费群体的消费需求和消费行为。

3.了解大学生对电子词典这样的商品上的消费情况。

采用校园内随机抽样调查法，分两个地点：一是在第七寝室楼，因为这个寝室大多数的学生是外语系的学生，也正是我们所要调查的主要对象，所以我们会在晚上的9:00—10:30之间来进行问卷的发放，我们定到10:30是主要考虑到自习室内的同学，所以在10:30之前。二是在像图书馆这样可以学习的地方，主要是集中在第七教学楼，在这里调查对象来之各个系别，这也是我们所要调查的对象，这样也是在我们有空的时间可以随机去进行发放问卷，进行调查。

选项会认为不被重视，这样影响问卷的效果。这是我们在生活中遇到过的问题，所以我们在设计问卷的时候会有这样的考虑。

2.年级与是否需要辅导

分析：结果表明大一的学生对英语辅导的认知能力还比较差，从大二开始的学生们就认识到了学习辅导的重要性。大三需要辅导的虽然没有大二的多，但我们分析也许是因为有很多同学在大二期间就把一些学校要求的英语证给考下来了，例如：英语四级。这样没有想继续考的同学就会对英语的辅导需求减少，所以大二需要辅导的比大三的学生要多。另外我们认为如果被调查者觉得自己英语真的`很欠缺，辅导其实真的是很有效果的，但是去辅导班没这个必要，辅导班其实跟你上课听老师讲课是一样的，只要你上课认认真真地听了，何必花这种额外的钱去课外再上课，如果你想学好又不想给家里添负担，最好的方法是去找你的英语老师，他最了解你的情况，跟他真诚的谈谈你想学好英语的决心，让他给你建议，应该从哪几个方面着手，之后完全靠你自己主动了。但是这不是每个大学生都愿意去做的，所以我们给出学生们第二个比较好的方法：那就是购买有关学习英语的工具，例如电子词典。这样自己根据自己的需要多做、多听、多练。这样既经济又能提高自己的英语水平。是一个两全其美的办法。

3.系别与是否购买

1.现在大学生对学习英语的辅导工具的需求还是比较大的，尤其是像我们师范类的学校，所以电子词典的市场还是具有很大的空间的。

2.厂家在设计外观上一定要注意，虽然电子词典的主要用途是帮助学习，但是在消费者购买时，产品的外观因素还是很重要的，这就会影响大多数的消费者对产品的印象，所以厂家在生产设计外观时，应尽量美观一些。

3.还有就是广告的作用，对于现在的社会来说，广告效应对产品的影响是很大的，在以上的分析中大家也看到，消费者对于品牌的认识还是比较大的，一个品牌是否能在消费者的心中留下印象，这就要靠产品的宣传效果了，然而在产品的宣传中，广告的效果是比较好的，所以广告具有很大的作用。

4.我们认为大学是互相学习知识，学习生活，学会沟通的地方，上大学是为了让自己在以后的工作中更优秀，也是为了丰富自己，然而在大学校园里，攀比的现象也是存在的，所以在此我们希望所有的大学生要抵制攀比之风，养成一种好的习惯。

5.通过调查分析，我们发现系别对学生们的思想还是有很大的影响程度的，因为每个系有每个系的特点，而且学习的环境、生活的气氛也都是不一样的，所以这样对学生们对待学习的态度也是不一样的，例如：我们工商管理系，不是以外语为主，而是要求学生们注重实践，要求学生们懂得经济方面知识，懂得市场的知识，进行全方位的培养。这样每个系别所抓住的重点不同，所以对电子词典的需求也就不同。这就说明了环境是可以改变人们的观点的。

6.通过调查，我们得出结论，通化师院的大学生们，在消费电子词典这一

产品上，是比较理性的，属于理性消费者。由此我们推断对于电子类的产品，我们师院的学生们应该大多都是理性的。

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