# 网购调研方案 网购调查方案设计(3篇)

来源：网络 作者：岁月静好 更新时间：2024-08-23

*方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。那么方案应该怎么制定才合适呢？以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。网购调研方案 网购调查方案设计篇一当今网络全球化...*

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。那么方案应该怎么制定才合适呢？以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**网购调研方案 网购调查方案设计篇一**

当今网络全球化发展昌盛，已经做到“足不出户便知天下事，更可以做天下事”。 网上购物这一方便快捷的购物方式已被很多人接受，尤其是思想较前卫的大学生一族。 大学生在我国网上购物的群体中占有很大比重。在网上购物对大学生的生活和学习提供便利的同时，大学生也成了网上购物的巨大潜力市场，因此对大学生的网购行为进行深入的调查研究具有深刻的意义。

二、目的

此次针对大学生网上购物行为的调研，主要为了了解大学生网购现状。在我们学习市场调查与分析过程的同时，也了解了大学生这一市场在网购上的消费，为开发大学生网上购物市场。

三、内容

1. 大学生通过什么渠道了解网上购物

2. 大学生对网上购物流程的了解

3. 大学生网上购物的频率

4. 大学生对网上购物的要求

5. 传统购物和网上购物的对比

6. 现在的购物网站存在的不足问题

7. 针对如今网上购物的一些问题，开发大学生购物网的潜力

四、调研地区、调研对象、样本

1：调研地区：城建学院

2：对象：城建学院在校学生

3：样本：随机抽取二百名在校学生

五、调研方式和方法

1、调研方式：随机抽样

2、调研方法：本次主要采用问卷法，所得数据采用人工统计处理。主要为校园随机抽样调查方法。

过程如下：

1) 设计调查方案和问卷，明确调查方向和内容;

2) 分发调查问卷。随机抽取城建学院在校学生作为调查对象。

3) 根据回收有效问卷进行人工统计分析

六、问卷数量与投放方式

1. 问卷数量：二百份

2. 投放方式：随机派发

七、资料整理与分析的方法

整理

整理也就是要分门别类，并以某一种或几种方法表示出来，以便于下一步的分析。对于各种数据，首先是分类，通常有两类：计数数据和测量数据，其中后者又有四种水平：类别的，顺序的，等距的，比率的;然后进行适当的整理，通常采用的方法有两种：频数分布表和频数分布图，其中前者有简单次数分布表、相对次数分布表、累积次数分布表、累积相对次数分布表、累积百分数次数表等，后者又有散点图、线形图、条形图(也叫直方图)、圆形图(也称饼形图)之分。

对于定性资料，通常是按照一定的标准进行分类。比如对某一课题资料，可以按历史线索分类;可以按不同的观点分类;可以按研究的问题的性质分类;还可以按子课题分类，等等。

1) 定性分析与定量分析

对资料的分析，从方法论角度，一般可分为定性分析和定量分析，而且通常在实际分析过程中，要把这两种方法结合起来，交互使用。因为定性分析与定量分析相互补充，相得益彰，处在统一的连续体之中，定性分析为定量分析提供基础，定量分析的结果要通过定性分析来解释和理解。

2) 定性分析的方法

定性分析即为对资料的质的规定性做(整体的)分析，除了要运用一些哲学的观点和方法如辨证唯物主义和历史唯物主义、分析哲学、现象学、解释学等外，主要使用诸如比较、归纳、演绎、分析、综合等逻辑方法;同时还要求对分析结果的信度、效度和客观度等可靠性指标进行检验和评价。

3) 定量分析的方法

这里需要区分两种情况：一是如果收集到的资料已经是一些数据，我们只需根据条件和需要选用适当的统计分析方法,进行处理和分析便可;另一种就是对收集到的定性资料做进一步的定量分析。比如要研究某一学科教材的结构问题，我们可能收集了这一学科及相关学科的许多版本的教材(包括现在的和过去的)，显然首先需要进行比较，如何比较?可能就需要数量化处理，定量分析;还比如要对学生在某一门学科学习中的错误进行分析，收集到各种事实的文字材料之后，定量分析可能也是十分重要的。

八、调研时间

1. 20xx年6月20日：设计调查方案和问卷

2. 20xx年6月21日至6月22日：收集市场信息资料

3. 20xx年6月23日：整理和分析市场信息资料

4. 20xx年6月24日：撰写市场调研报告和调研报告总结

九、经费预算

撰写调查报告书 10元

交通费(9人)

十、调研报告提交方式

打印电子文档

**网购调研方案 网购调查方案设计篇二**

一、前言

随着互联网和通信技术的发展，网上商店如雨后春笋般迅速崛起，为了节约时间和成本，越来越多人选择网上购物这种新型的交易方式。大学生作为对网络较为敏感的人群，他们对网上购物的行为接受很快，是未来购物市场上的潜在用户。基于这种思考，我们对在校大学生进行问卷调查，以期了解当代大学生网络购物的主要特征，为网络商家制定相应的营销策略提供依据，以便其在市场上更好的发展。

二、调研目的

要求通过对在校大学生网络购物的调查，详细了解大学生网购市场的各方面情况，在大学生网络购物市场的扩展制定科学合理的营销方案提供依据。

三、调查内容

(1)大学生对网购的的接受度。

(2)大学生网购的特征：包括性别特征、年龄特征、支付能力三个方面。

(3)大学生网购的原因：包括不进行网络购物的原因、进行网络购物的原因两个方面。

(4)大学生对购物网站的选择：包括选择渠道、选择原因、所选网站的排名三个方面。

(5)大学生网购的购买行为特征：包括购买的商品类型或服务类型、购买频率、购买金额、付款方式四个方面。

(6)大学生对网络购物的态度：包括对产品的期望值、维权意识以及对网上商城评价的态度。

(7)网上商城吸引大学生的宣传手段。

四、问卷设计思路

1、调查对象的配额

此次调查对象的分类标准有性别与年龄两方面。学校男女比例大致为男：女=2:3，将年级的人数比例基本控制在1:1:1:1。即从大一到大四分别在各个年级抽取男生60名、女生90名进行调查。

由于当代大学生网购的普遍性，所以虽然专业的不同从理论上会影响网购的消费状况，但从本组成员对不同专业的询问与调查分析中得出，这种差异不大，故将专业差异标准忽略不计。

2、调查对象具体分层

事先调查清楚不同性别不同年级的学生所住的公寓楼与相应楼层。采取抽签的方法抽出不同年级不同性别的调查对象所住楼层。

问卷示例：

1、您所在的年级是：

a.大一 b.大二 c.大三 d.大四

2、您的性别是：

a.男 b.女

3、您在学校间的平均月消费大约是多少：

a.500元以下 b.501-800元 c.801-1000 d.1000元以上

4、您有没有过网上购物的经历：

a.有过 b没有

(选“a”的从第6题开始答，选“b”的到第五题结束问卷，并且谢谢您的合作。)

5、您不选择网购的原因是

6、您在网上购物的频率：

a.平均每月一次 b.平均每季一次 c.平均每年一次

d.更多

7、您平时每学期花在网购的金额是

a.150元以下 b.151——300元 c.301——450元

d.451元以上

8、您了解网购的主要渠道【可多选】：

a.报纸杂志 b.电视 c.网络 d.亲友介绍 e.银行人员 f.其他

9、您选择网上购物的理由是【可多选】：

a.节省时间、节约费用 b.操作方便 c.寻找稀有商 d.出于好奇，有趣

五、调查区域

成都大学校内和学生宿舍

六、抽样方法与样本量设计

1.数据采集方法

我们将以问卷调查的形式进行资料收集，其中又采用个别发送法，以便提高回收率。

2.样本量的确定

根据样本规模的计算方式得出，在95%的置信水平，容许抽样误差比例为4.5%的情况下，样本规模应为494。

但是考虑到总体的规模、每层的配额分配以及问卷回收率等因素，我们将以600作为最终的问卷发放数量。

七、调查执行方法

1.访问员培训

培训必须以实效为导向，本次调查其人员的培训决定采用举办集中讲授的方法，针对本次活动聘请有丰富经验的调查人员面授调查技巧、经验。并对他们进行教育，使之充分认识到市场调查的重要意义，培养他们强烈的事业心和责任感，端正其工作态度、作风，激发他们对调查工作的积极性。(见附录二)

2.预调查

在正式访问之前，由已经接受过培训的两名访问员，按照上述的抽样调查方法于四个年级分别抽取男女各一名进行预调查，以验证上述方案的正确性，并及时加以修订。

**网购调研方案 网购调查方案设计篇三**

一.前 言

网络购物作为一种新兴的生活行为，无疑对热衷接触电子新技术的大学生产生深远的影响。据cnnic于20xx年1月发布的相关报告显示，我国网络购物者从年龄来看以18~24岁为最多(43.6而大学生在网络购物人群中的比例高达49.3%。随着网络和电子商务的发展，大学生将成为网络购物群体的主体。由于大学生往往扮演着引领社会消费趋势的角色，尽管在校期间没有收入来源，消费能力受到限制，但是毕业后大部分大学生都会获得一份高于在校生活费水平的工资，突破资金限制，大学毕业生将会成为社会主要消费群体，而其在校期间的消费行为会代表未来几年的消费趋势。基于以上思考，我小组成员对在校大学生进行问卷调查，以了解当代大学生网络购物的主要特征。

二.调查背景

随着互联网的不断发达与发展，网上购物这一种新的购物方式受到人们欢迎。而有着较高文化程度，喜好接受新鲜事物的大学生对于网上购物更是情有独钟。网上购物作为一种新生的社会经济发展的产物，在其迅速发展的过程中也存在着许多问题，而大学生作为网络消费的一大群体，就网购问题对他们展开调查是有意义，有价值的。

三.调查目的

通过对大学生网上购物的调查，了解大学生网上购物的情况，需要以及对网购的接受程度，熟悉大学生网上购物情况的大致分析，找出网上购物存在的问题，从而为广大的学生购物者提供一些相关的意见和建议。引导大学生健康消费，理性消费。

四.抽样方案

采用问卷调查方法。联系抽中的班级的班长，从他们班中随机抽取所需要的样本。

1. 抽样总体：海南医学院全体学生

2. 样本量的计算

我们假定容许误差为10%，在α=0.05的水平上，按样本规模计算公式n=t²/4e²,计算得n=240人。

3. 抽样框：海南医学院全体学生的学号

4.具体抽样方法：采用随机分层抽样，样本数量240份，要求样本为不同性别、不同年级(主要区分新生与高年级)、不同户籍(主要区分城市与农村)、不同专业(主要区分临床专业与非临床专业)的对象

5.采取多级抽样步骤：

第一阶段：分层抽样方法。将海南医学院的所有专业分为医学专业和医学边缘专业两个类别，医学专业有临床专业、预防专业、检验专业、口腔专业、中西医、中医、中药、针推、康复、影像、护理等，医学边缘专业有卫生管理、市场营销、医疗保险、生物技术、生命科学、心理等。分别从这两类专业中抽取120个样本。

第二阶段：单纯随机抽样。将以上两类专业进行编号(文档1)，随机抽取两个专业，例如抽到医学专业：临床和护理;医学边缘专业：卫生事业管理和医疗保险。

第三阶段:进一步分层抽样。将两个专业的年级分为高年级(09级、10级)和低年级(11级)，分别在高低年级中抽取60个样本。

第四阶段：再一次单纯随机抽样。在低年级中按学号抽取30名，高年级中抽取30名。

五.测量与操作化 1.界定概念：

网上购物，是指通过网上专业的购物网站检索商品信息，选择合适的商品,然后填写相关资料,银行账号等，通过电子订购单发出购物请求，厂商通过邮购的方式发货，或是通过快递公司送货上门的购买商品过程。 2. 列出维度与指标：附表2

3. 分析每个维度或指标属于哪个测量层次(举例说明)：见附表2

4.逻辑效度：我们测量的维度⑴有网上购物行;⑵、影响你网购的因素;⑶、对网购的态度; ⑷、你眼中的网购的利与弊及建议等跟我们的测量目标息息相关。

六.问卷设计 附表三：问卷

采用的是框图法，从操作化开始，探讨了我们的一级指标、二级指标和三级指标

七.调查过程管理与质量监控

1问卷设计，有组内两名成员根据调查目的的自行设计，要求能测试出所要求的内容，最后全体成员商讨并修改。

2问卷的发放与回收，有问卷要求分数较多，被调查对象资格要求严格，所以要求全体成员共同完成(预计发放两百四十份，每人预计30份)

3问卷统计，先进行定性分析，在定量分析，定量分析可以用到excel/spss等软件。

八.时间安排和经费预算 (一)时间安排 1、 准备阶段：3月6日——3月31日

具体工作由小组进行讨论并分配工作，设计调查方案、问卷等。 2、调查实施阶段：4月1日——4月30日

主要任务是根据选定的班级，联系负责人，进行问卷的发放等工作，收回调查问卷，数据处理，数据质量评估，得出调查结果等。 3、资料整理阶段：5月1日——5月31日

主要是整理调查资料，进行分析研究，编印调查资料，全面总结调查工作，完成调查报告。

4 、分析资料和撰写研究报告阶段：6月份 提交调查报告。

(二)经费预算

材料打印费25+4.8=29.8元

九.调查结果与分析

根据调查结果，撰写调查分析报告

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找