# 大学生调查方案（含五篇）

来源：网络 作者：风华正茂 更新时间：2024-08-04

*第一篇：大学生调查方案调查报告是反映对某个问题、某个事件或某方面情况调查研究所获得的成果的文章，通过事实说明其观点，对调查对象作出评价，阐明其意义，或从总结点上的经验入手，讲明某个道理。调查报告要怎么写呢?小编精选了一些关于调查报告的优秀...*

**第一篇：大学生调查方案**

调查报告是反映对某个问题、某个事件或某方面情况调查研究所获得的成果的文章，通过事实说明其观点，对调查对象作出评价，阐明其意义，或从总结点上的经验入手，讲明某个道理。调查报告要怎么写呢?小编精选了一些关于调查报告的优秀范文，让我们一起来看看吧。

大学生调查方案范文1:

为了更好地开发某集团的手机市场，确立某品牌手机产品在本市的市场地位，拓展本品牌手机的市场发展空间，为更好地满足消费者的消费需求，计划对大学生手机市场进行一次较系统的市场调查。

(一)调查目的针对目前大连手机市场的基本情况，本次市场调查须本着科学严谨、真实可靠、调查与论证相结合的原则，对此项调查进行深入的研究。本次市场调查的目的包括：

1.明确手机市场的品牌认知与竞争情况;

2.了解和分析各层次消费群体的消费需求和消费行为;

3.掌握手机销售终端对各手机品牌的销售状况;

4.了解消费者及各手机销售终端对大显手机的认知和建议，以及与其它品牌相比的优缺点;

5.掌握其它品牌手机产品的营销策略与推广方式;

6.最终目的：一是为调整本公司手机产品的营销策略提供市场依据;二是为确立本公司在大连市场的营销定位。

(二)调查内容

1.各手机品牌的认知与竞争情况

(1)各手机品牌的认知度;

(2)各手机品牌的购买频率;

(3)不同档次手机的购买频率;

(4)各手机品牌的购买意向;

(5)各手机品牌的市场份额;

2.消费者的消费行为与需求

(1)消费者对各品牌手机产品质量的评价;

(2)消费者对各手机产品款式的认知与要求;

(3)不同层次消费者对手机产品价格的接受程度;

(4)影响消费者购买手机产品的主要因素;

(5)消费者对手机产品功能的要求;

(6)不同层次消费者购买手机产品的场所;

3.销售终端各手机品牌的销售状况

(1)各销售终端销售不同手机品牌的数量与月销售总量;

(2)各销售终端销售各手机品牌的喜好程度;

(3)各销售终端销售各手机品牌的价格;

(4)各销售终端对各手机品牌质量、款式、功效的评价与要求;

(5)各销售终端不同品牌手机产品的促销与推广方式;

(6)各销售终端对本公司手机产品的评价以及与其它品牌相比的优缺点;

(7)请各销售终端提出本公司手机产品存在的问题(质量、价格、包装、客户服务、促销)及建议;

(三)调查方法

1.校园定点拦截调查法：对一般的、不同层次的消费者采用校园定点拦截访问的方式进行调查，即在本院校的繁华地带租用场地，由访问员对消费者进行讲解后，进行一对一的访问。样本数不宜过多，建议为30人~50人。

2.深访调查法：对各手机产品销售终端采用深度访问法进行深度访问，目的是了解各零售商对手机产品认识情况，设定访问样本为10个销售终端：

(四)调查结果的复核与统计分析

1.统计采用小组合作分析销售结果进行分析;

2.问卷调查的准确率为80%;

3.系统分析误差为80%。

(五)调查进度安排

时 间

内 容

4月8日-4月9日

设计问卷、选择样本、了解品牌

4月9日-4月10日

调查前的准备(踩点、问卷试调查)

4月11日

调查实施(深访调查、定点拦截调查)

4月15日4月20日

问卷的复核与审核

4月21日-4月30日

统计分析、编写调查报告

5月7日-5月15日

印刷和提交调查报告

(六)费用预算

共印刷70份问卷

一份问卷共5张

70\*5\*0.2=70(元)。

大学生调查方案范文2:

前言:

随着社会信息化进程的加快，高新科技产品成为消费热点，手机作为其代表之一，而大学生也作为一个潜在的消费群体，两者越来越多的受到关注。在以往的研究中，人们着重从外显因素出发分析了大学生的购买倾向，发现了一些比较具有普遍代表性的现象，但是并未就现象进行更深层次的探讨。

本研究在此基础上，重点分析了潜在因素对大学生购买决策的影响，并进一步结合心理学理论加以阐释。

一、调查目的:了解手机在大学生中使用的状况

二、调查对象:大学生

三、调查样本:400大学生

四、调查时间:20xx年01月29日——20xx年02月02日

五、调查方式:网络问卷传统问卷

六、调查地点:大庆职业学院南北校区

七、调研统计人:大庆职业学院工商管理系营销05-301刘欢

八、调查数据统计分析:

本次调查共有400人参加并且完成了问卷，有效回收率为90、并且参加调查的朋友具有很高的随机性，保证了本次大学生手机调研具有一定普遍意义。我们主要针对大学生手机拥有和需求状况、学生手机的使用要求分析、学生手机族的消费动力分析、学生手机族的消费动机分析、学生手机族的目标确立分析5个方面进行数据统计和分析并最后给出我们小组的营销建议。

在接受调查的400名大学生中，涵盖了从大一到研三的样本，性别构成上基本持平，其中女性占53、3，男性比例是46、6、1、大学生手机拥有和需求状况:

调查数据显示，在被访者中有78%的学生拥有手机。同时16%的学生将会在近期更换手机。在没有手机的学生中，61%学生将会在近期购买手机.从这些数据可看出:随着人们生活水平的提高，手机在大学里已不再是新鲜事物了，已开始普及化了。大学生已经成为手机市场中一个不容忽视的消费者群体。

2、现在使用哪个牌子的手机?

这是手机商们最想知道的问题，到底哪个手机商拥有的顾客最多呢?马上揭出我们的谜底，最多人使用的手机牌子是--诺基亚，在调查中，一共有36%的人使用这款手机，耐用是它的一个最大卖点，而不断扩张的功能也使不少人选择它;而排名第二位的是索尼爱立信，虽然使用者人数却是诺基亚的一半，即总人数的18%，但它的市场份额有不断扩大的趋势，亮丽的外形与实用的功能是不少人选择的重点;第三位是三星，占13%，三星虽然拥有高技术，但价钱却令不少学生消费者望而却步;接着是摩托罗拉和西门子均占6%;阿尔卡特占3%;飞利蒲占2%;与飞利浦占人数比相等的是索尼;接着是nec和国产牌子，均是占总人数的1%。可见诺基亚这一世界手机销售商果然不负众望，霸占了头位，而其他牌子也不甘示弱，拥有一定的支持者。可见需求成上升趋势。

你获得手机的途径是?家人购买的占总调查人数的45;自己购买占51;朋友赠送占3;来历不明占1，以上调查表明，现在越来越多的大学生的消费水平提高，部分学生有稳定的收入以满足他们的消费。

3、你选择手机着重哪方面?

处于新生代的新人类们，无论何时何地均追求外表时髦，所以，手机也难逃厄运，在调查中表明，外型是大学生选择手机时最着重的方面，占44;但新人类并非一味追求外表漂亮的，“”也很重要，所以手机功能也占有一席之位，占40;而最少着重的则是价格，看来现在的大学生还是比较着重实际的。

从以上一些事中，可见手机的使用需求是越来越大了，也因此，开拓了另一个市场，手机装饰品市场，但，跟需求成正比的，当之无愧的是手机的功能，随着使用者的需求，手机的功能也变得越来越完善了，但，什么功能才是大家心目中最理想的呢?且看我们的调查，多\*\*\*铃声占以70的票数获得第一位，彩屏与第一位差1，荣居第二位;第三位是大容量电话本(500条以上)，占票数65;排名表明，现在的大学生对手机的要求还是先漂亮后实用，接着是双频(或以上)占64;在娱乐方面，播放mp3占60;可更换外壳占55;gprs和收音机均占49;备忘录占47，现在的年轻人记忆也越来越好了，所以不用备忘了;红外线接口占44;可下载游戏占43;语音拨号占29、以上是大学生们对手机功能的需求。

4、学生手机的使用要求分析

①最重质量选择手机时，消费者考虑的主要因素依次为:质量21，外型19，价格18，功能18，品牌11，售后服务9，广告宣传2，其它方面也占2%。其中，消费者对质量的要求最高，手机是日常的通讯工具，如果质量不好，将会给消费者带来极大的不便。

另外，部分消费者对外观款式要求也较高，手机厂商不断推出新款很大程度上是迎合他们的口味，由于大学生都是年轻人。随着人们生活水平的提高，以及持手机者年龄的下降，消费者对价格的敏感度会降低，而对外观款式的要求会更高。

②中抵挡产品较受欢迎，在手机价格的调查中，我们发现消费者比较倾向于1000元至1500元的价位，其比例高达44、5、另外，有29的消费者表示会选择1000元以下的手机。当然，也有部分消费者购买高价位手机，其中，选1500至2024元的消费者占15，2024元以上的占12、③购机地点较集中对消费者购买手机地点的调查发现，消费者购买手机的地点较为集中，大体上分布在手机大卖场和品牌专卖店，其比例分别为56和38，其它的只占6、5、手机是高科技产品，普通消费者难以了解其功能是否完善、质量是否可靠，他们只好以销售人员的信用和专业知识作为判断标准，而手机大卖场或品牌专卖店的销售人员素质相对较高，因而容易赢得消费者的信任。此外手机大卖场的价格优势也是学生朋友们考虑的重要因素。

④手机品牌比较复杂在此项调查中我发现，使用诺基亚的最多，占46、25，其他的如摩托罗拉15、00，爱立信6、25，西门子6、25，三星13、75，菲利浦5、00，其他的有7、50、⑤手机用途比较统一

大学生使用手机用途较统一，在已有手机用户中，多数用于联系亲友，占67、7、还有少数只是跟着大家走(受周围人影响的)和追赶时尚的，各占9、8%。家长方面认为，手机是用于方便和孩子联系的，学生手机族的手机58、0都是家长掏钱买的。同样学生也认为有了手机可以方便与亲友进行沟通，以维系家人及朋友的感情。

⑥手机费用普遍较低

在学手机族中，每月手机费用普遍较低。每月消费在50元以下的占40%，在100元以内的占88%。但也存在一些高消费学生，在100―300元内的占12%，其中200-300这一高消费段也占6%。超过300元手机费用的基本没有。

在被访中，有进82%的是采用充值卡方式。同样，手机费用用于短信服务的占87%。这充分说明了，学生的消费能力有限。

上述各项进行的卡方配合度检验结果表明:被试大都倾向选1米或是0、5米。

a:有什么我能帮忙的吗

b:这是目前最流行的一款

c:你适合这一款…

d:沉默的微笑

e:不理不睬

被试对服务态度的选择倾向

5、上述各项进行的卡方配合度检验结果表明:被试选沉默的微笑的倾向较为明显。

讨论:1本调查结果关于被试倾向选择的手机外显特点与已有调查结果基本一致。被试普遍喜欢的机型具有以下特点:高质量，功能强，外观色泽以银灰，蓝，白等为主色，体积小，翻盖等。2综合分析品牌，广告，时尚因素。我发现被试存在的最大的一个特点是在感性消费与理性消费并存的同时，被试更多倾向于理性消费。一方面，我从区内各大手机专卖或代理店和学生中处获悉，有一部分大学生挑选手机受时尚潮流影响较大，例如由金喜善代言的tcl的红色风暴，f4代言的西门子2118均为热买机型。另一方面，相较于高档手机，价格居于1000~2024的中档手机更受被试青睐;被试在判断一个产品是否是名牌时更多地信赖实证研究所得的统计数据或是专业人士，而非明星;在生产，销售策略上，最欣赏注重技术革新，其次为价格战，公益事业与明星代言排在最后。就存在这一特点的原因可以从以下方面进行考虑:时尚，品牌与人的情感有着千丝万缕的联系:时尚不仅激发人们的好奇心，让他们始终保持积极探索未知世界的积极性，也触动了年轻人的最为敏感的神经，让他们为了得到他人或是所在团体的普遍认可而不断地追随潮流，更为重要的是让在实际生活中无法实现的理想的人们在潮流的传播过程中得到替在的满足感。

大学生有其自身生理和心理的特点:发展心理学认为:在生理方面，大学生大脑的活动特点是兴奋性与抑制性处于平衡状态，这为大学生能有效地控制自己的行为提供了基础。在心理特点方面大学的思维方式以辨证逻辑思维为主，不再凭一时冲动盲目消费，他们会从多个角度去权衡得失后再作出决定。

基于以上的描述，研究者认为针对大学生的产品广告诉求形式最好是情感诉求与理性诉求形式相结合，并适当的突出后者。所谓的情感诉求与理性诉求是广告诉求的两种形式。前者认为，在市场营销中如何用广告多产品进行包装和产品本身一样重要。这种广告通过塑造产品或品牌形象

6、学生手机族的消费动力分析

确切地说，消费动力与消费需求是密切联系的，当一个消费需求出现以后，为满足这种需求的动力也就随之产生了，对此我们不想加以详细论述。从上面各种数据中可以看出学生手机族的消费动力是处于一个较高水平的，造成这一高消费动力的原因，主要有以下几点:

第一、社会经济发展水平的提高，家庭收入的增加，学生消费者的消费心理欲望增强。经济发展水平的提高，使得商品的市场生命周期缩短，特别是在通信领域，手机更新换代的速度达到一周一款。手机产品的市场生命周期的缩短，使得学生消费者的消费活力被激发出来，大大强化了他们对新、奇、美的追求。而家庭收入的增加，则进一步加强了他们消费的信心。

第二、新经济、新文化、新观念，学生消费者的消费行为总体规范发生了极大变化。经济基础决定上层建筑，新的经济必然与新的文化相对应，而新的文化则必然带来新的观念。作为e时代的“e人类”，学生消费者大多受新经济下新文化的影响，具有求新、求奇的消费心理，在这种心理驱使下，他们会对一切感兴趣的新奇事物产生强烈的消费欲望，而这种强烈的消费欲望恰恰正是消费的动力所在。

第三、信息的极大丰富化、便利化，对学生消费者的消费动力也有影响。电视、报纸、杂志、网络、电台、店堂、车体……广告铺天盖地，宣传无处不在，各大手机厂商与广告商们的努力，使得通信领域(主要是手机市场)的信息极大的丰富化、便利化了，在这种强烈的外部刺激的作用下，学生手机族的消费动力也得到了提高。

总的说来，学生手机族的消费动力是维持在一个较高水平上的，在这种前提下，结合他们以往在消费过程中的学习，就会导致一种或一系列消费动机的发展。

学生手机族的消费动机分析

经过学习过程对其消费需求的明确，消费动力的强化，学生手机族逐渐形成了具体的购买动机。学生手机族的消费动机可分为以下四种:

第一、求实购买动机。据调查显示，学生消费者在购买手机时，最注重的还是质量与实用功能:39的被调查者表示，好用与耐用是最重要的;此外，还有9的人认为手机的售后服务质量是关键的。形成这一购买动机的原因，除了受他们最基本的消费需求:工作需要与家人联系的影响外，很大程度上还在于受他们依赖性消费的程度较大及自身缺乏经验，购买能力弱等因素的影响。

第二、求新购买动机。学生消费者在购买手机时，大部分被调查者认为在质量保证的前提下，首先考虑手机的外观设计，如形状、大小、厚薄、材料、颜色等。同时，有61%的学生希望拥有为“大学生量身订做的手机”。且多数被调查者均明确表示，选购时会优先考虑质量可靠、设计轻巧、款式新颖、色彩时尚、功能够炫的手机。学生手机族这一购买动机的产生，与学生消费者特殊的消费心理是分不开的。由于学生消费群的成员大多处于19-25岁，这一人生中思想最活跃、最善变的黄金青春期，热情、开朗、奔放、崇尚自由的率直个性，现代社会生活条件的极大改善，科学技术的高速发展，各种观念、思潮的风起云涌，赋予了他们强烈的冒险精神与实践精神，对于新事物、新观念的关注与学习，逐渐形成了他们求新、求异的消费心理，而这种消费心理直接影响到了他们求新购买动机的产生。

第三、求便购买动机。根据前面对学生手机族的分析，得知大多数学生消费者购买手机的真正目的在于方便与家人、朋友、用人单位联系。对于购买手机与家人联系这一目的，据调查显示，多数学生手机族的父母均持肯定态度，而这种态度对学生手机族购买动机的产生具有直接的推动作用。另外，还有部分临近毕业的大学生怕漏过任何招聘信息的压力，也推动了此种购买动机的产生。

第四、求廉购买动机。大多数学生手机族所能承受的手机价格在1000-1500元之间。也就是说，他们需要的是中低档的手机。总的说来，此动机的产生与我国综合国力不强，人均消费水平偏低有着密切联系。这种经济现状直接制约了仍处于依赖性消费阶段的学生手机族的消费能力，从而导致了他们在选择手机时通常会把眼光放在中低价格的机型上。另外，为了达到经济实用的目的，他们通常还会选择免月租或月租较低的充值卡来使用。但值得注意的是，此种求廉的购买动机并非只是一味的追求低价，以省钱为目的，更多时候只要价格达到了学生手机族心中“合理”的低价时，动机就产生了。

一般情况下，学生手机族的这四种消费动机不是独立存在的，而是相互交织，共同推动他们的消费行为进一步的发生。实际上，对于消费者来说，消费动机的产生才意味着消费手段、消费目标等一系列消费心理和消费行为的发生，这对于学生手机族来说也不例外。因此，学生手机族四种相互交织的消费动机在得到发展以后，紧接着结合在动机上行动希望得到的结果，就会发展出一系列满足消费动机的目标，从而最终做出购买决定。

7、学生手机族的目标确立分析:在这一阶段，学生手机族所做的大部分工作在于评价与选择，在学生手机族的购买动机产生之后，为了进一步满足需求，他们会开始收集与购买有关的信息。在调查中发现，37、5%的学生是通过网上获得与手机相关信息的。但一般情况下，所收集到的产品信息会出现重复、相异、相反或抵触的情况(例如，同档次同功能不同品牌手机之间的重复，同款手机不同商家的不同定价，印象中的手机信息与实际了解到的信息不符)，这样，就可能形成多种可供选择的购买方案。因此，学生手机族就需要对这些方案进行比较，要对各种信息进行加工、整理分析，综合评价各款手机的各种要素(如性能、价格、质量、款式等)，去伪存真，去弱存强，筛选出购买符合自己需求的手机时所要考虑的主要要素，评价择优，确定出具体目标，包括具体商品的品牌、规格、性能、价格等因素在内。一般地，这一目标可以是具体的最终目标，也可以是抽象的最终目标，也就是说，他们购买手机的目的可以是真正地为了保持与他人的联系，也可以是为了炫耀或得到某一参照群的认可。另外，可以肯定的是，最终目标的确立不是直接一步实现的，最为常见地，是建立一系列子目标，逐步导致最终目标的实现。

8、营销建议:从以上的分析中，我们应该清楚地看到学生消费者的确是一个不容忽视的消费群体，并且随着时间的推移，这一特殊的消费群体越来越表现出其巨大的消费潜力。因此，提高对他们的注意，加紧开发这片新市场，对于各大手机厂商脱离困境，打破瓶颈，将会起到积极的促进作用。就此，我们提出几

个营销建议以供参考:

第一、继续推行中低档手机路线，专为学生消费者开发、设计功能不是很全，但具备一些学生消费群体较喜欢的基本功能并且款式、造型、颜色等方面能够吸引学生的手机，这对抓住学生消费者无疑是很好的办法。

第二、对手机销售商来说，在销售地点选择上，主要将手机放在离学校较近的手机大卖场和自己的品牌专卖店上销售;在促销上，选择赠送学生喜欢的礼物的方式;在定价上，则选择中低档价格。

第三、对品牌的广告代理商来说，强调品牌的情感因素而淡化品牌的功能区别因素，请那些年轻而又充满活力的明星作为自己的形象代言人，赋予手机充满青春活力、积极向上的品牌特征。

第四、在广告宣传渠道上，要力争做到范围广，传播面全。特别要重视的是，随着网络的发展，特别是在大学生里，上网己开始普及化了，这一宣传渠道绝不容忽视。

第五、在销售渠道的竞争方面，厂商应寻求与零售商“背靠背”的战略伙伴关系。抓紧强而有力的大经销商，给予有利的支持，使其战斗力更上一个档次，在此基础上，将分销预算向零售商尤其是手机专卖点重点投放，并推行各项让利策略及鼓励措施，加深厂商与零售商的凝聚力，以便零售商对厂商产品的推广。

9、结论:总的来说，本调查是成功的，达到了预期的目的。较为全面地考察了影响大学生手机消费的因素。不过，还不够深入，尤其是理论支持还不够。谨以本调查为以后的研究作下铺垫。

手机已经渗透到大学生的日常生活学习中，并与电脑网络一样是大学生生活中不可缺少的一部分。在手机的相关使用和消费中，大学生充分体现了年轻人的敢于尝试新鲜事物，勇于创新，张扬个性的优点。

不过也有不足之处，在某些方面，大学生因为缺乏经验，还是不能理智的思考，在手机的使用及消费中没有过于详细的计划，在学习与娱乐中并没有找到切合自己的平衡点，结果浪费了自己的精力与财力。在学习方面，大学生的自主学习的能力还很弱，因该有意识的进行自我训练，以达到自身能力的提高。

通过对这次小范围的问卷调查，得到一些比较准确的第一手数据，根据数据进行科学的分析，得出了大学生使用手机的一些情况，和一些较为普遍的现象。但是并没有就此进行更深的研究与讨论。这次调查透过对大学生使用手机情况的四个主要方面的调查，较为全面的分析了大学生的的使用手机的基本情况，其中得出7个细分结论，(1)低端手机在大学生中最为普遍

(2)大学生在手机上的日常消费支出较多

(3)大学生对短信功能使用率远远超过了通话功能

(4)大学生的消费观念比较成熟

(5)多数大学生对手机的使用停留在基础的应用上

(6)大学生对手机增值业务普遍不关注

(7)大学生对手机前沿科技知之甚少总体来说，应该说达到了预期的调查目的，不过，在问题深入探讨研究方面还是欠缺的。主要原因是理论支持还是不够，谨以这次调查作为一次经验积累。为更深一层次的调查打下基础。

大学生调查方案范文3:

近年来，随着人民群众的生活水平不断提高，都市人追求回归自然，返朴归真的意识愈来愈浓。我乡党委，政府审时度势，实施“旅游兴乡”战略。随着以农业休闲为核心的旅游产业的成功运作，我乡旅游的知名度越来越高，引起各界人士的高度关注。

一、旅游现状

20xx年，我乡开始实施“旅游兴乡”战略，几年来，通过内部挖潜和招商引资，使旅游业发展迅速，已成xx支柱产业之一，初步形成了“浏河人家”，“浏阳河第一湾”，“湘东第一洞”等带有农业休闲气息的旅游品牌。目前，共有以“浏河人家”为品牌的农家休闲山庄56家，每日可接待游客4000多人，日营业额可达2万多元，安置当地农村劳动力近400人，并有效地促进了种养业和招商引资地发展。

二、存在不足

xx农家休闲发展到今天，取得了相当的成效，但也存在一定不足，表现为客源不稳定，外地游客少，经营方式单一等。究其原因，主要存在以下几个方面问题:

1、没有形成特色，不论是老式土砖瓦房，还是红砖楼房，都没有经过造型，没有农家特色，缺乏景区建筑风格。没有菜园、果园、花园、池塘等，不象农家，而象农村的都市，游客来过、吃过、玩过、住过以后，没有什么特别的印象，不知什么是真正的“农家乐”。

2、服务质量不高。由于配套设施跟不上，服务项目单一，不能为游客提供娱乐休闲、健身运动、商务会议等方面的服务。大多数来农家休闲的游客主要停留在吃一餐饭，打一阵牌。同时，大多服务人员受文化、素质、涵养、见识等诸多因素的制约，且没有经过专业培训，导致在形象礼仪、经营理念、创新意识、服务水平等方面存在缺陷。

3、缺乏统一规划。大多农家休闲项目是当地群众利用自有的住屋，自发兴办的，都没有进行统一规划，随意性较大。加上政府投入小，部门介入少，调控乏力，对农家乐的数量控制、质量把关、地域分布、配套功能设施、层次类型、宣传筹划等没有一个整体规划，难以形成规模品牌，产生整体效应。

4、相关服务缺乏。一是缺乏交通工具，沿线没有公共汽车，附近也没有出租车，游客文秘家园乘车不方便，游客有急事需到浏阳租车，耗时费力，极不方便。二是缺乏医疗条件，游客身体偶有不适，求医、购药困难，健康缺乏保障。三是居住条件不优。多数农家乐饮食卫生、环境卫生、厕所卫生、居住条件都存在较大差距，三、发展优势

我乡位于风景秀丽的浏阳河中上游，面积256、8平方公里，人口3、5万，距离浏阳市区22公里，现有森林26万亩，其中国家生态效益林8万亩，森林覆盖率80以上，绿化率90以上，境内公路四通八达，交通十分便利。境内山清水秀、人杰地灵、民风淳朴，旅游资源十分丰富，揭开她迷人的面纱，展现在世人面前的，有湘东第一溶洞—古风洞、浏阳河第一湾漂流、浏阳湖等蓍名的旅游景点，还有“地下迷宫”空岗山，峭壁千仞的天岩寨等尚待开发的景点，今年年底，双江电站将建成蓄水，形成“浏阳河第一湖”的美景。不久，华南虎将放归xx，将使xx闻名海内外，极大的促进xx发展，除自然景观外，xx人文景观也非常丰富，有李志民、张凯和叶子 龙等老一辈无产阶级革命家的足迹，也有江大仙人庙等道教文化色彩浓厚的传统庙观。近年来，我乡不断进行农业产业结构调整，无公害蔬菜、绿色水果、栀子花、黑山羊、科学试验田等产业已具规模，并初步形成了农业产业观光带。游客来到xx，浏阳河沿岸风光和风味独特的浏阳河农家休闲可以怡情，可以忘情，让人留连忘返。

四、指导思想和工作目标

(一)指导思想

坚持科学发展观，深入贯彻中央一号文件精神，统筹协调各方面力量，加大对我乡农业旅游的投入，实现“旅游兴乡”。

(二)工作目标

1、我乡将进一步加大对农业基础建设的投入，加大招商引资力度，加速农业规模化和集约化进程，不断提高农业生产科技含量，增加农业生产的观赏性，合理规划，形成农业观光带，同时加大对农业观光带配套设施的投入，由政府对“浏河人家”农家休闲品牌统一规划设计，重新定位，实现农业观光游与农家休闲共同开发，让旅游与农业齐头并进，比翼双飞。

2、招商引资4—5千万元，对我乡两个较大的旅游项目“古风山庄”，“天人绿谷”进行“二次开发”，将它们建成集农业观光，民俗体验，娱乐休闲，商务会议等于一体的大型综合旅游服务项目。

3、双江电站建成后，招商引资2—4千万元，利用电站库区近郊，交通方便的优势，将双江电站库区建成我市最大的“水上乐园”，为都市休闲提供最优质的服务。将双江水上乐园与浏阳河第一漂联合，丰富浏阳河第一漂的，对大溪河和小溪河沿线进行全方位立体开发。

4、借助世界濒危种—华南虎即将落户我乡这一全世瞩目事件，以及长沙引水工程即将启动，进一步向外推介“绿色xx、生态xx、清新xx”。以此为核心，利用xx得天独厚的区位优势、自然景观和人文资源，打造“××农业休闲观光区”，使××农业观光旅游融入浏阳市域经济，服务“长株潭”。

五、工作措施

(一)政府组织，统一规划

为全面推进我乡旅游开发，由乡政府出面组织，为旅游开发创造条件、营造环境、牵头解决重点和难点问题。在发展思想观念方面做好对群众的引导工作的同时，对旅游项目，政府主要做好四个方面的工作，一是做好规划，明确重点;二是建立规范，明确要求;三是适当投资，建好基础;四是抓好宣传，开发市场。

由市领导牵头，会集旅游、国土、规划、建设、农业等相关职能部门，按照打造“xx旅游区”发展模式，对我乡旅游项目的规范、设计、管理、分布、档次进行统一规划，力求布局科学合理，整体呈现农家特色。农业观光带与农家休闲要整体开发，小型农家休闲按照笼中有禽，栏中有畜，塘中有鱼，园中有菜的庭院经济进行布置，中、大型农业休闲项目可以考虑采用庄园开发的模式进行整体布置。

(二)加强管理，提升质量

制定农业观光旅游项目管理细则，定期组织相关职能部门进行整顿、检查、验收，对农业观光旅游项目符合要求方准挂牌营业，达不到要求的予以整改。对新办的要求经过相关职能部门验收、审批后方能挂牌营业。

为加强协作，形成优势互补，由政府牵头，成立xx农业观光旅游协会，让旅游景点、公司、种养专业户与休闲农庄建立联系网，加快我乡其它产业与旅游相结合的进度。为做好接待，加强对外联络，更好的推介xx旅游，以村为单位成立接待中心，负责对外来信来访，协调处理有关事项，以便改进服务，让游客满意。

对挂牌营业的，制订行业标准，开展“星级评比授牌”和“共产党员示范岗”等活动，促使经营者不断提高服务水平。对外公布举报电话，对违章经营者进行处理打击。

(三)加大宣传，打造品牌

一是在农家乐外界环境做文章，通过建立“农家展览馆”、“土特产专卖店”，在浏阳市区，杨高、荷石公路入口，浏永公路设立大型广告宣传牌。二是建筑设计凸显农家特色，或装饰农家特色建筑等多种形式来营造浓厚的农家特色文化，让人一入xx就觉得有农家味。二是与旅行社联姻，依托浏阳旅游资源，打造“xx农家乐一日游”精品路线。三是定期开展策划活动，在组织相关专业人员进行策划的同时，政府将定期组织新闻记者、旅行社到xx考察，帮我乡从游客的角度发现卖点，进行策划。四是利用报纸、电视等新闻媒体，辅之以广告和专题活动的策划运作，扩大去我乡农农业观光旅游的知名度，把xx农家乐打造为知名休闲品牌。

要搞好我乡农业观光旅游开发，当前工作千头万绪，首先是做好制定实施细则和加大对基础设施的投入，当前工作困难重重，最困难的是缺少人才与资金，因此，要加快发展，我们在自力更生，克服困难的同时，请求上级在政策和经费方面给予我们更大的支持。

**第二篇：大学生调查方案**

大学生调查方案

1、大学生调查方案

一、调查目的：

进入大学后，有些同学就变得相对迷茫，相对而言有些同学带了很多钱，但是自己却没有很好的消费习惯，因而大学生的消费情况就变得多样，因此我们结合所学习的东西来详细了解大学生消费各方面的情况，为大学生合理消费制定科学的管理方案提供依据。

二、调查对象

因为大学生的消费不同于中学阶段，也不同于家庭消费，是经济的的另一种分类——大学生经济。但是它具有普遍性，因而全体广城的在校学生都是调查对象。

三、调查内容

（1）大学生的基本生活情况

（2）大学生的上网和交通等休闲娱乐消费

（3）大学生的电子产品消费

（4）大学生的朋友圈消费

（5）大学生的其他消费

四、调查方法

①采访法

②问卷调查

③网上调查

④电话访问

五、调查的组织实施计划

1、调查的成员分工：待定。

2、调查的工作步骤

（1）制作问卷，审核问卷，印制问卷等其他备用物品。

（2）联系各系学生会负责人，确认发放调查问卷的时间。

（3）进行网上发放问卷和电话访问。

（4）确认回收问卷的时间，并安排负责人认真回收。

（5）对问卷调查结果进行分析

六、调查时间和期限

目前时间待定

七、调查经费：xxxx元

2、大学生消费情况调查方案

一、调查背景

随着经济水平的不断发展，一种新型经济——学生经济逐渐发展起来。现在学生特别是大学生成为推动社会经济发展的一支不可忽视的重要的特殊群体。他们对餐饮，服务，教育，文化等行业的发展起到了重要作用。但是大学生没有自己独立的经济来源，却进行着一些不相称的行为。他们的价值观发生了很大的转变，享乐主义，拜金主义，奢侈浪费等现象频频出现在大学生的生活中。

二、调查目的

要求详细了解我校广城海珠校区大学生消费各方面的情况，为大学生合理消费制定科学的管理方案提供依据。

1.摸清大

一、大

二、大

三、的消费结构与现状。

2.了解大

一、大

二、大三的消费观念与价值观。

三、调查对象 海珠校区的大

一、大

二、的在校学生或是走读的学生；还有大三的实习的师兄师姐

四、调查内容与工具：

1、调查工具：问卷准备

2、调查内容：大学生的消费结构；大学生的消费观念

规定

1、仪表端正、大方。

2、举止谈吐得体，态度亲切、热情。不可出言不逊

五、人员安排

根据我们的调查方案，在学校内进行本次调研需要的人员安排具体配置如下：

调查人员：6名戴迪狄、李春燕、杨惠沙、蒙宇诗、曾美虹、陶丽

资料整理与数据分析：4名郭泽彬、刘志聪、罗世军、谢珍丽

七、调查方法及具体实施

1、以问卷调查为主，具体实施方法如下：

分发调查问卷给相关成员，就可以开展具体的问卷调查了。把调查问卷平均分发给各调查人员，统一选择中餐或晚餐后这段时间开始进行调查（因为此时学生们多刚呆在宿舍里，便于集中调查，能够给本次调查节约时间和成本）。调查员在进入各宿舍时说明来意，并特别声明在调查结束后将赠送被调查者精美礼物一份以吸引被调查者的积极参与、得到正确有效的调查结果。调查过程中，调查员应耐心等待，切不可督促。调查员可以在当时收回问卷，也可以第二天收回（这有力于被调查者充分考虑，得出更真实有效的结果）。

2、通过网上查询或资料查询调查统计资料：

调查者查找资料时应注意其权威性及时效性，以尽量减少误差。因为其简易性，该工作可直接由撰写人完成。

八、调查程序及时间安排

调查大致来说可分为准备、实施、总结三个阶段。

1、准备阶段：准备问卷调查内容。

2、实施阶段：开始问卷调查。

3、总结阶段：将收集的信息进行整理。

九、经费预算

问卷打印100分，我们这边的市价是一毛钱一张

总共：10元

<script type=\'text/javascript\'addAd(ad\_2)</script

3、大学生网购情况调查方案

一、调查主题

我校大学生网络消费调查及前景预测

二、调查背景

随着互联网的日益更新，人们消费模式逐渐选择了不出户门的网上消费，网络购物作为一种新的购物模式正得到前所未有的飞速发展。从20XX年的13亿至20XX年的2670亿，仅仅八年就膨胀了205倍，20XX年中国网络购物全年市场交易金额达到7431亿，三年时间增长将近三倍。

三、调查目的

通过大学生网购情况调查，了解大学生对网上消费的态度，及网上消费对大学生生活的影响。帮助大学生建立正确的消费观、价值观，避免大学生沉溺网络消费，使网络消费与日常生活平衡有序的进行。通过网购调查，网络消费在大学校园的市场空间和发展前景。

四、调查内容

河北经贸大学在校大学生的网购商品种类、频率、消费额度、信任度等。

五、调查对象

调查对象：河北经贸大学在校大学生

六、调查方式和方法

a)调查方式：抽样调查

b)调查方法：问卷调查

七、调查步骤以及时间安排

a)第一阶段：（4月23日——4月25日）确定人员分工及调查项目、设计调查问卷

b)第二阶段：（4月26日——5月1日）发放调查问卷进行市场调查，回收问卷

c)第三阶段：（5月1日——5月6日）统计调查资料、分析调查结果、撰写调查报告

八、调查工作经费预算

a)市场调查策划书打印（1份）——2元

b)市场调查问卷制作（100份）——20元c)市场调查报告打印（1份）——2元

八、调查人员

河北经贸大学公共管理学院公共管理类2班杨京京、刘磊、张芳等。

4、大学生旅游情况的调查方案

一、调查背景：

随着社会整体收入水平的提高，大学生作为社会中一个特殊的消费群体，从家庭中获得的零花钱也提高了很多，加上大学生本身对于“旅游”的喜好，促使校园旅游市场日渐活跃。但是，目前校园旅游并没有得到各大旅行社的重视，属于被边缘化的一个群体，所以，通过本次调查，寻找发展大学生旅游的发展途径。

二、调查目的：

了解大学生每个月能从家庭中获得的零花钱数额，从而了解大学生对于旅游消费的消费能力；了解大学生的主要旅游消费方式，喜好的旅游消费内容，确定发展大学生旅游的产品；了解大学生旅游发展存在的问题，旅游的安全；这些一直是旅游者最担心的问题，对于如何消除这些顾虑，进行调查，从而寻找解决方案，达到消除顾虑的目的。

三、调研方法： 1.前期辅助性工作——探测性调研

(1)焦点访谈：访谈前调查员要做好充分的准备、列出调查所要了解的所有问题。调查者在访谈过程中应把握着整个谈话的方向，能够准确筛选谈话并内容快速做好笔记以得到真实有效的调查结果。

(2)二手数据：调查者通过网上查询资料时应注意其权威性及时效性，以尽量减少误差。

2.正式工作——描述性调研问卷法：将问卷分为两类，一为大学期间去过旅游的，二为暂未去过的，分别调查，比较了解二者差异。另外从中获得大学生旅游消费能力及旅游消费心理。

在完成市场调查问卷的设计与制作等相关工作后，就可以开展具体的问卷调查了。把调查问卷平均分发给各调查人员，统一选择中餐或晚餐后这段时间开始进行调查（因为此时学生们多刚呆在宿舍里，便于集中调查，能够给本次调查节约时间和成本）。

调查员在进入各宿舍时说明来意，简单介绍问卷。调查过程中，调查员应耐心等待，切不可督促。调查员可以在当时收回问卷，也可以稍后收回（这有力于被调查者充分考虑，得出更真实有效的结果）。

四、调研对象及抽样方法：

1.调研对象：全体在校学生。

2.抽样方法：分层随机抽样根据大学生各宿舍楼的不同层号进行分层，再从每一层内随机抽取一定数量的，合起来组成样本。

五、分析及预测技巧

对调查数据分组统计后采用定性分析与定量分析相结合地方法，具体为：

1、数据的集中趋势分析:

(1)算术平均数

(2)调和平均数

(3)几何平均数

(4)中位数

(5)众数

2、数据的离散程度分析

(1)极差

(2)平均差

(3)标准差

(4)离散系数

3、数据统计图（表）

4、交叉列表技术

5、相关分析

6、结合已有知识及深入思考进行判断最终得出结论。

六、时间和费用

调研时间：调查大致来说可分为准备、实施、研究、总结四个阶段。

1、准备阶段：界定调研问题、设计调研方案、设计调研问卷。

2、实施阶段：根据调研要求，采用多种形式，由调研人员广泛地收集与调查活动有关的信息。

3、研究阶段：将收集的信息进行汇总、归纳、整理和分析。

4、总结阶段：将调研结果以书面的形式——调研报告表述出来，并进行评估。

按调研的实施程序，可分七个小项来对时间进行具体安排：

调研方案、问卷的设计（包括内容及外形„„„„1天

实地访问阶段„„„„1天

数据统计分析阶段„„„„3天

调研报告撰写阶段„„„„1天

调研经费预算：

问卷制作费：10元（100份左右）

七、用途

了解大学生旅游消费的消费能力、大学生旅游消费内容的喜好、大学生旅游消费心理、大学生旅游消费顾虑，寻找发展大学生旅游的发展途径。

5、大学生读书情况调查方案

一、调查目的

通过调查，了解中南大学的在校学生的阅读偏好、阅读来源以及阅读动机和影响阅读的因素，为在校大学生提供一个参考依据，增强自我意识，合理安排阅读，增加自身的修养。

二、调查对象、调查单位和报告单位

1、调查对象：中南大学的所有的在校大学生，不包括研究生和博士生；中南大学各二级院校的年级辅导员。

2、调查样本：中南大学共有30个二级学院，在每一个二级学院中随机选择100名学生，选择两名年级辅导员；

3、调查单位：中南大学被调查的在校大学生，各二级学院年级辅导员

4、报告单位：中南大学商学院会计专业学生xx

三、调查内容

1.调查对象的具体特征：

（1）在校大学生：性别、专业、年级

（2）年级辅导员：性别、所在院、辅导年级

2.调查对象的具体情况：

（1）在校大学生：平时读书的方式；选择图书的信息渠道；平时所看的书获得的途径；平均每月的阅读量；平均每月阅读量少的原因；平均每月用来买书的支出占总支出的比重；读书的目的；从阅读中可以获得的东西；比较喜欢的出版物；平时是否会购买盗版书籍；对购买盗版书籍的看法；对中南大学图书馆关于图书和刊物种类选择的期望。

（2）年级辅导员：对现在大学生读书情况的看法；在校期间多读书对大学生未来的发展起着何种作用；对一些不爱阅读的大学生，学校方面如何采取措施来鼓励他们；在学校专门开设一门和读书有关的课程的可行性；如果学校整体读书情况存在一些问题，会对个人和学校乃至社会有什么隐患；对在校大学生的寄语。

四、调查的时间和地点

1.调查时间：调查从20XX年4月份正式展开，历时一个月左右

2.调查地点：中南大学湘雅医学院、铁道校区、校本部、升华学生公寓

五、调查的方式、方法

本次调查采取以中南大学在校大学生为总体，各二级学院学生为次总体，采取随机抽样的方式选择样本，查阅图书和网上相关的资料，设计详细的调查方案，采用以问卷调查为主，和辅导员老师进行深度访谈为辅的方式来了解中南大学在校大学生的读书情况。

五、调查工作的组织实施计划

具体实施计划步骤如下：

A查阅相关资料，为调查做好充分的准备

B设计问卷

C发放问卷，对辅导员进行访谈

D统计数据，整理访谈录

E利用一些工具分析数据

F得出结论

G成果展示

**第三篇：关于大学生食堂调查方案**

关于大学生食堂的调查

调

查

方

案

经济学院 经济学2班201011015215李文娇

2024年10月

关于大学生食堂调查方案

一．调查背景

民以食为天，吃的好坏直接影响到一个人的营养状况和身体健康问题。而作为大学生，一个特殊的群体，为了求学孤身一人来到人生地不熟的地方，远离了父母的悉心照顾，校园就是他们的第二个家。而在这第二个“家”中，食堂作为大学生除了教室、寝室以外必去的第三个场所，他们的早饭、午饭和晚饭基本上是在那解决的，能不能在那吃得舒服、健康和营养不光是许多家长关心的问题，也是学生自己极其关注的问题。因而食堂质量的好坏对广大学生的身体健康、切身利益和学校的稳定是极其重要的。故而对校园食堂质量调查是很有意义的！

二.调查目的与任务

通过调查，旨在获取同学们对食堂质量好坏评价的各种信息及搜集对食堂改善的一些宝贵建议。从而得出目前食堂需待改善的地方以及总结出一些切实可行的建议，进而把我们海院食堂的质量推向一个更高的层次。调查的任务在于准确、系统地搜集同学们对食堂质量好坏的评价和一些建议，并进行分析研究，从中归纳出目前食堂需改善的地方和一些好的建议。

三．调查内容

市场调查的内容要根据市场调查的目的来确定学生对食堂餐厅的服务情况的评价。该次调查中主要内容有以下几个方面：

1.2.3.调查学生对餐厅提供的饭菜口味，种类分量，价格 调查学生对餐厅的卫生条件和其舒适程度 调查学生对餐厅的工作人员的服务态度和服务水平

4.调查竞争者市场概况

四．调查对象

调查对象为成都市的在校大学生，其中以每个大学生为调查单位。采用抽

样调查的组织方式，样本量为200人。按不同年级结构，性别结构将样本按

层次分布人数。

五．调查时间和期限

1.调查时间：2024年9月7日起

2.调查期限：三个月

六．调查方法

1.调查法（主要通过问卷调查的方式）

2.文献法

七．调查的时间进度

本次调查从确定题目到完成报告的起止时间为：2024年9月-2024年12月

调查全过程分为五个阶段，每个阶段的工作计划如下。

第一阶段—选题阶段（2024年9月）：调查选题的选择与论证

第二阶段—准备阶段（2024年9月-2024年11月）

（1）查阅和收集有关资料

（2）拟定详细的调查研究方案

（3）召开第一次组员大会，确定研究课题的目标、理论框架和主要内容，有课题负责人详细介绍整个调查工作的具体步骤和要求，制定并通过

课题的具体研究计划及日程表，表明课题组成员的职责以及课题中的分工。

（4）组织实施探索性调查

（5）召开第二次组员大会，总结交流探索性调查结果，讨论调查课题的操

作化，讨论问卷设计的思路与分工。

（6）设计问卷调查表。

（7）设计抽样方案

第三阶段—调查阶段

（1）根据抽样方案抽取调查对象。

（2）进行问卷调查，收集资料。

第四阶段—分析阶段

（1）原始问卷资料的审核和复查。

（2）问卷资料的汇总、编码与录入。

（3）查阅相关文献，进行分析、借鉴。

第五阶段—总结阶段

（1）召开成员会议，小结社会调查情况，评估调查资料的质量，分析问题，确定课题总报告。

（2）撰写各个专题研究报告和论文。

八．调查经费

1.调查问卷准备100份，打印0.1元/份，复印0.1元/份，共10元

九．附录

食堂质量调查问卷

亲爱的同学们：

大家好！大学食堂是同学们生活中重要的一部分，为了更好的了解同学们对食堂质量的评价，特做此调查报告，希望能得到你的宝贵意见。我一定会把你的意见反馈给食堂工作人员，希望对同学们提出的不足之处，食堂能早日改善！最后谢谢您的合作！

1、食堂是否经常吃到不新鲜或者变质的食物？（）

A经常B偶尔C几乎没有D没有

2、在食堂的食物中你是否吃到过杂志？（）

A经常吃到B吃到过，但次数不多C从来没有

3、食堂的菜价是否公开？（）

A是B不是C不清楚

4、你觉得食堂公开菜价是否有用？（）

A非常有用B比较有用C基本没用D完全没有用

7、你对食堂饭菜是否满意？（）

A很满意B满意C一般D不太满意E很不满意

8、你认为食堂饭菜主要存在下列哪些问题？（可多选）（）

A口味不合适B菜式品种不够丰富C饭菜冷热程度不适合D饭菜不够卫生E饭菜量过多或过少F价格偏高G食品不新鲜H食堂饭菜不够营养 I半生不熟

若你的选项中有F请继续回答10～11的问题，没选则可跳过

9、你平均一天（指三餐均在食堂解决）在食堂的消费为多少？（）A7元以下B7～9元C9～10元D10元以上

10、你认为平均每天在学校食堂花销多少比较合理？（）

A7元以下B7～9元C9～10元D10元以上

11、你对食堂的就餐环境是否满意？（）

A很满意B满意C一般D不太满意E很不满意

12、你认为食堂的就餐环境主要存在下列哪些问题？（可多选）（）

A食堂内温度过冷或过热B乱丢乱抛现象严重C过于拥挤D工作人员不能及时打扫桌面或地面卫生E过于喧闹，影响正常就餐F空气混浊

21、你希望食堂做些什么改进？

参考文献：

1.《市场调查与预测》 魏炳麒2024年01月

**第四篇：大学生课外阅读情况调查方案**

大学生课外阅读情况调查方案

众所周知，一个学生综合素质的提高，仅局限于课本知识的学习是远远不够的。因此我们通过此次调查了解同学们在课外阅读方面的基本情况，从而提出合理化建议，给予一定的指导和帮助，使学生养成良好的课外阅读习惯，从中获取知识，受到熏陶。

一、调查目的1、了解在校大学生的基本阅读情况。

2、调查大学生对课外书籍的选择情况。

3、调查大学生对课外阅读时间分配的情况。

4、及时发现存在的一些问题，促进大学校园良好风气的形成。

5、丰富自己的大学知识的摄入。

二、调查对象与内容

（一）对象是我校的大学生

（二）内容：

1、在校大学生的业余时间安排情况。

2、在校大学生的基本阅读情况。

3、在校大学生对于阅读的基本看法。

4、在校大学生对自己所学专业补充阅读的情况。

5、在校大学生课外阅读书的基本类型。

三、调查方法:问卷调查法

四、调查时间及内容

6月25日：确定调查内容，写调查方案。

6月26日：设计出调查问卷并打印。

6月27日：进行调查，对拿回来的调查问卷进行整理统计。6月28日：分析调差资料，撰写调查报告。

6月29日：进行汇报。

五、人员分工合作

小组人数：5人

1、调查方案和调查问卷设置，修改和制定。

2、发放调查问卷资料并回收问卷。

3、统计调查资料并分析调查结果、撰写调查报告。

4、制作文档及PPT。

六、经费预算：

1、印刷资料：3元

**第五篇：大学生考研情况调查方案**

大学生考研情况调查方案

一、调查背景

随着社会竞争的日益激烈，大学生们“天之骄子”的光环已经失去了往昔那灿烂夺目的光彩，于是追求更高的知识层次，考研成为新的学习主流。国家对研究生招收政策的放宽，严峻的就业形势，加之金融危机的到来，使得很多即将毕业的大学生开始迷茫。是该就业还是继续深造就成了他们必须面对的问题。对于面临毕业的大学学子来讲，考研还是就业，成为一个现实的两难问题。而现今，大多数选择考研的学生早已不是单纯做学问的心态，而是各种性格、价值观、人生态度交织在一起产生的综合反映,当今社会在不断的发展，对人才的需求也越来越高了。

时下，考研成为一种新的热潮，越来越多的人选择了考研。考研是继续深造的一条重要途径，通过考研，可以进一步提高自己的学历，拓展自己的知识深度，增加自己的就业机率。而如果放弃了考研转而就业，可以使我们更早的融入社会之中，比同龄人多了一些工作经验，并且不必为考研花费大量时间和金钱，这两个“鱼”和“熊掌”的利弊，不同的人持有不同的想法，做出大相迳庭的决定，那么有些什么因素影响着考研呢？考研的目的是什么呢？考研又有哪些利弊呢？因此，我们有必要通过调查研究，对这些问题进行深入研究，从而使我们对考研有进一步认识，借此估计考研的形式。

二、调查目的

1.详细了解政法学院考研各方面的情况，为本学院学生制定考研计划提供依据。

2.全面了解本学院学生对未来的规划与展望，从而根据他们的想法调整自己的步伐。

3.本次调查还意在了解大学生们对于考研的认识，考研的动机等情况，并提出相应的社会问题与解决办法。

二、调查对象

XX学院政法学院在校学生

三、调查人员构成

指导老师（1名）、组长（1人）、调查员（5人）、采访者（1人）、摄影师（1人）、数据分析员（3人）、报告撰写者（2人）

四、调查项目

1.被调查学生的基本资料

（1）被调查学生的性别、年级、专业

（2）被调查学生的家庭经济条件 2.被调查学生的考研意愿 3.影响考研意愿的因素

（1）社会因素（经济发展水平、就业情况等）

（2）家庭因素（家长意见、家庭经济条件等）（3）个人因素（专业、名校情结、学术研究等）4.学生对考研的认识

四、调查时间和调查方法

1、调查时间安排

A.工作筹备阶段: 10月15日-10月20日 B.工作实施阶段：10月21日-10月25日 C.分析调查数据阶段：10月26日-10月28日 D.完成调查报告阶段：10月29日-10月30日

2、调查方法（1）访谈法

采取随机采访本院学生对相关问题的看法（2）问卷调查

采取类型抽样的方法进行问卷调查

五、调查的实施过程 第一阶段：前期准备

1、调查的成员分工

（1）调查问卷与工具准备：2人（2）调查人员：5人（3）访谈人员：1人

（4）录像和摄影：1人（5）资料整理与数据分析：3人（6）调查报告撰写：2人

2、参与调查工作的人员培训

培训主要针对培养调查人员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。强调调查人员要做到以下几点：

（1）、仪表端正、大方。

(2)、举止谈吐得体，态度亲切、热情。(3)、具有认真负责、积极的工作精神及热情。(4)、访员要具有把握谈话气氛的能力。

3、问卷调查准备

制作问卷，审核问卷，印制问卷.4、访谈准备

根据主题和问卷，拟定访谈问题。

5.采购礼品、租借相机和录音笔等其他备用物品。第二阶段：中期调查 1.问卷调查

通过前期的准备，我们在早自习时间对政法学院有课程安排的班级的大一大二学生进行问卷调查，并邀请8位被调查者参加我们的访谈。在第二节和第三节课之间的课间休息时间，我们对政法学院有课程安排的班级的大三学生进行问卷调查，并邀请5位被调查者参加我们的访谈。在课余时间我们到政法学院宿舍楼对大四学生进行问卷调查并邀请2位被调查者参加我们的访谈。调查结束后将问卷回收整理，对300份问卷编号，并按年级、班级分类，为后期数据处理作准备。2.访谈

在后期问卷数据分析的同时，我们针对数据整理出来的结果，完善我们的访谈内容。邀请15位被调查者参加访谈。访谈后赠送精美小礼品给15位被调查者，并表示由衷的谢意。第三阶段：后期分析

1、数据分析

（1）对问卷进行复查审核，确保每份要进行数据录入分析的调查问卷都是真实有效。

（2）将已经编好号的问卷进行数据录入，分为年级、班级、专业和总表四份数据表，应用SPSS软件进行数据处理，得出四份分别关于年级、班级、专业以及综合的统计图表。（3）比较几份图表，分析数据，整理数据结果。2.报告撰写

（1）整理访谈内容，完善我们的结论。

（2）将分析结果和资料分类汇总，征询指导老师意见。

（3）撰写调查报告。

（4）请教指导老师意见，对报告进行最终审核。

六、调查的经济预算

资料打印费：70元

租借摄影器材：30元

礼品：15元

其他：15元

总计：150元

七、调查的预想结果

通过本次调查结果可了解本学院目前的考研情况，

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