

调查报告的调查步骤(实用5篇)

在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。怎样写报告才更能起到其作用呢？报告应该怎么制定呢？下面是小编带来的优秀报告范文，希望大家能够喜欢！

调查报告的调查步骤篇一

思路不清，什么材料也写不好。理清思路的过程，实际上是思考的过程，是研究的过程，是深化的过程，是条理的过程。理得清，才能写得好。为什么有时候，我们下去搞调研的时间很长，跑的单位很多，抓到的材料不少，但没有写出好的调研报告？原因可能很多，有一点是可以肯定的，就是调研出力大，研究用功少，思路不清就急于动手，边写边想，结果往往是泛泛议论多，深入分析少；罗列现象多，揭示规律少。我们应该吸取教训，必须在思路上舍得花时间、下气力。

step2.综合分析

思路清，提纲具体，但对情况和问题分析不透，也很难写好调研报告。衡量调研报告写得好不好，主要看是否把调研得来的零散的东西系统化，感性的东西理性化，表面的东西实质化，揭示出事物的本质和规律。达到这个方法很多，最好的方法是搞好综合分析。李瑞环同志要求领导和机关，掌握综合分析的基本功，养成综合分析的习惯，学会综合分析的本质。分析好，大有益，综合分析好更有益。掌握了这种科学方法，观察问题，就能见其一又见其二，知其然又知其所以然。具体来说，综合分析主要有三点：

一是站在上面往下看，看对不对；

二是站在外面往里看，看能不能；

三是站在全局往局部看，看有没有指导性。

step3.搞好结合

把综合分析的成果，深刻、明确、系统地反映出来，写出高质量的调研报告，必须在“结合”上下功夫，在“结合”中求质量。“结合”的方法很多，笔者认为常用的有五种：

一是选用完整的典型事例说明观点；

二是用数字性的材料说明观点；

三是用对比性的材料说明观点；

四是用典型事例和综合性的材料结合起来说明观点；

五是用概括性的材料和群众语言说明观点。

step4.力求新颖

调查报告的调查步骤篇二

1. 选题：选择与调查相关的内容进行调查.

2. 调查报告一般包括以下内容：

调查目的

调查对像

调查内容

调查方式(一般可选择：问卷式, 访谈法, 观察法, 资料法等)

调查时间

调查结果

调查体会(可以是对调查结果的分析,也可以找出结果的原因及应对办法等.)

附: 范文《对浏阳市基金投资的调查报告》

自3月首只基金发行以来,我国证券投资基金业迅速发展,特别是以来大规模发行开放式基金,将基金业推向了新的发展阶段.截至6月30日,全国共设立了29家基金管理公司,其中包括5家合资基金管理公司;证券投资基金总数达78只,总规模1374.89亿份,基金资产净值1346.51亿元,其中封闭式基金54只,发行总规模817亿份,资产净值790.81亿元;开放式基金24只,总规模557.89亿份,资产净值555.7亿元.证券投资基金业的迅猛发展,对改善和调整证券市场中的投资者结构,更新和倡导不同的投资理念,实现社会经济的进一步专业化分工,促进证券市场的稳定发展,起到了重要作用.但在基金业诞生后的发展进步过程中,很快便遇到了前进中的困难与问题.就此,本人对基金投资进入了一次深入的调查,具体情况如下:

一、调查目的

掌握浏阳市基金投资者对基金的了解和看法,了解浏阳市基金市场存在的问题.

二、调查对象及其一般情况

调查对象: 浏阳市证券投资者(主要是基金投资者).

一般情况: 这部分人大金在30至45岁之间,其中以大概以40岁为中心的正态分布,有一定的富余资金,且具有相当的投资理财经验.

三、调查方式

四、调查时间□20xx年1月15日——20xx年2月7日

五、调查内容

主要调查了投资者的投资目的,投资于基金的主要原因和影响其在各基金间选择的因素以及喜欢的基金类型和持有基金份额的时期等. 问卷共向投资者提出了14个问题. (见附一)

六、调查结果

本人就问卷调查结果统计如下表: (以下省略)

从投资基金的历史看,有60%的投资者购买基金是在最近一年发生的,说明投资基金的在最近一年在浏阳的发展取得了一定成绩,但是投资者对基金的投资持有期限,多数投资者还是希望短期持有,对基金的长期投资还不看好.

有34%的投资者购买过开放式基金. 虽然受基金业整体表现的影响,大多数投资者仍没有购买开放式基金. 但值得注意的是,这一数据同上年年相比上涨近10%,说明开放式基金已初步走出认知度的冬天,为越来越多的'投资者所了解.

就投资基金的主要原因来看,基金经理的历史业绩在文卷中占的比例较大,说明投资者投资基金还是希望经理人具有丰富的投资经验,能够取得较满意的回报. 另外,获得短期收益也是基金投资者的一个重要目的. 在没有买开放式基金的原因中,不了解其特点的较低,这说明基金在销售环节以及形象宣传方面作了不少努力,效果明显. 调查还显示,投资者对于开放式基金手续费偏高的看法的比例较高,达五分之一之多. 而随着开放式基金数量的增加以及各基金的表现,在投资者心目当中,封闭式基金优于开放式基金的正在悄然发生变化.

在购买基金的投资目的中,多数投资者,还是希望获得短期的收益,对基金的长期投资还不是很认同. 20市场的低迷使得二

级市场博取差价的风险、难度急剧加大. 既然众基金的理财专家们都很难取得赢利, 那么作为普通的中小投资者只好“等待分红”, 以求“保险平安”了.

在一年中的期望回报中, 显示投资者普遍认为对基金的盈利能力有很高的要求, 但是基金总是不能给投资者带来满意的回报. 值得重视的是, 近半数的投资者将管理水平有待检验作为没有购买开放式基金的最主要原因, 比上年上升近15个百分点. 这结果充分说明, 目前我国基金的整体管理水平与世界先进水平尚存在较大差距, 很难让投资者满意.

七、调查体会

调查报告的调查步骤篇三

调研报告的撰写

一份完整的市场调研报告包含下列七大部分:

标题内容、目录、调研背景与目的、调研方法、调研结果、结论与建议

一、标题

标题内容包括:

调研项目名称、客户或委托人、调研公司名称及项目负责人、完成报告撰写日期

二、内容目录

案例某某品牌产品的广告效果调研报告

一、摘要

二、研究背景

三、研究内容

四、研究方法

五、调查结果与分析

1、样本受众的基本特征

2、广告到达率与知晓度

3、广告的记忆度

4、广告的认知与理解

5、广告说服力与态度转变情况

6、购买行为意象

六、结论及建议

附录：访问提纲与消费者问卷

三、调研背景与目的这一部分就是整个调研方案的依据，对做调研的原因进行说明。

需要着重说明的两个问题：

企业的产品或服务当时所处的状态或面临的问题

在这种情况下，想通过调研解决什么问题；

调研背景内容一般包括

具体可能涉及：

比如不知道下降的原因，就进行探索性研究；

知道下降的一些原因，不能肯定这些影响因素到底有多大的影响程度，以及那些因素最重要。

四、调研方法

调研方法要说明调查的可靠性与科学性，其内容包括

1、调研区域

2、调研对象

3、样本容量

4、抽样方法

5、资料采集方法

6、调研实施过程及问题处理

如何实施，会遇到什么问题，如何处理

7、访问员基本情况

8、资料处理方法及工具

如何进行统计处理

9、样本回收情况及有效样本

报告的基本要求

一、让读者了解调研过程的全貌

即为何研究、用什么进行研究、什么结果

二、报告明确简介、有说服力

三、有严谨的结构

四、充分核对数据

五、利用统计图表展示资料

六、明确的结论和建议

七、打印格式工整、排版整齐、便于阅读

调查报告的调查步骤篇四

一、调查研究报告及类型

1、普通社会调查报告与学术性调查研究报告

普通调查报告往往以政策决策部门领导、各类实际工作部门人员以及社会中的普通读者为对象，以了解和描述社会现实情况、解决实际社会问题为主要目的。

学术性调查报告则主要以专业研究人员为读者对象，着重于对社会现象的理论探讨，即分析各种社会现象之间的相互关系和因果关系，以及通过对实地调查资料的分析或归纳，达到检验理论或建构理论的目的。

2、描述性调查报告与解释性调查报告

描述性调查报告着重于对所调查现象进行系统、全面的描述，其主要目标是通过调查资料和结果的详细描述，向读者展

示某一现象的基本状况、发展过程和主要特点。

解释性的调查报告的着眼点则有所不同，它的主要目的是要用调查所得到资料来解释和说明某类现象产生的原因，或说明不同现象相互之间的关系。这类报告那样详细；另一方面，这种描述也仅仅只是作为合理解释和说明现象原因及关系的必要基础或前提而存在，即为了解释和说明而作为必要的描述。

3、综合性调查报告与专题性调查报告

综合性调查报告多用于反映某一总体各方面的情况，或某一现象各方面的内容。

而当一项调查主要涉及研究对象某一方面的情况时，则往往采取专题性调查报告的形式。这也就是说，专题性调查报告多用于针对某一专门问题或某一特定现象所进行的分析和研究。从写作要求上来看，两者存在一定的差别。综合性调查报告力求全面，篇幅往往比较大；而专题性调查报告则力求鲜明突出，针对性强，篇幅相对要小一些；从功能上来看，综合性调查报告主要是描述性的，而专题性则更多地属于解释性的。

二、调查报告撰写的步骤

1、确立主题

2、拟定提纲

3、选择材料

4、撰写调查报告

三、普通调查报告的结构与写作

1、标题

(2) 结论式。即用某种结论式的语言或警句、格言、判断句作为标题，如《解铃还须系铃人》、《择友不当是青少年犯罪的重要原因》。

(3) 问题式。即以一个问题作为标题，如《他们为什么选择离婚》等

(4) 双标题式。即由主标题和副标题共同构成调查报告的标题。

如〈他们也有爱的权利——北京市老年人婚姻问题调查〉等

2、导言部分

普通调查报告的第一部分称作为导言，它的主要任务是向读者简要地介绍整个调查的背景。其中，最主要的内容包括调查的目的、调查的内容、调查的对象、调查的时间、地点、调查的方法等。导言的具体写法有：

(1) 直述式。即开门见山，平铺直述。如：

为了全面了解老年人的生活状况，加强老年人的社会保障工作……

(2) 悬念式。即先描述某种社会现象和社会问题，然后对这种社会现象和问题产生的原因、它的影响等等提出一系列疑问，最后介绍调查的基本情况。

3、调查报告的主体部分

(1) 纵向结构式。即按照时间的先后来组织和安排，以突出某一对象或问题的发展过程，或者反映不同时期的变化与差别。

(2) 横向结构式。即主要依照调查的内容来安排，以突出某一社会现象或问题的各个方面的内容。

(3) 纵横结合式。即将上述两种方式相结合。

4、结尾部分

普通调查报告结尾部分的中心内容是小结调查的过程和主要结果，陈述调查研究的结论。

四、学术性调查报告的结构与写作

1、导言部分

(1) 介绍本项调查所研究的问题。

(2) 有关文献评论。

#选择发表时间最近的文献

#选择影响大、权威性高的文献

#选择学术刊物上所发表的论文、研究报告等文献

#选择质量高的文献

(3) 对自己的研究的介绍。

2、方法

(1) 有关调查方式的介绍

(2) 有关被调查对象的介绍

(3) 对研究的主要变量的说明

(4) 对资料收集过程的说明

(5) 对资料分析方法的说明

3、结果部分

结果部分撰写的原则：先总体，后个别；先一般，后具体。即先给出基本的结果，然后再陈述更细小的一些方面的结果。

一是结果与讨论的关系。

二是关于数据、资料、图表的处理问题。

4、讨论

讨论部分一般是从告诉读者本项研究掌握了什么开始。

5、小结

6、参考文献

7、附录

五、撰写调查报告应注意的问题

1、行文要则

(1) 用简单平实的语言写作

(2) 陈述事实力求客观，避免使用主观或感情色彩较浓的语句。

(3) 行文时，应以一种向读者报告的口气撰写，而不要表现出力图说服读者同意某种观点或结论。

2、引用与注释

如何访谈

一般访谈和深度访谈

一般访谈也称初步访谈。此类访谈在形式上控制比较严格，即有一套完整的访问提纲，访谈人只需按照顺序提问和记录即可，无须探讨式的相互商洽。此种方法所得访谈资料具有较高可比性，易于用计算机等工具统计演算。使用这类方式的目的是为了验证一种假设理论或政策，所以访谈中不考虑与调查主题无关的因素。

深度访谈则是希望通过访谈发现一些新的重要因素，这些因素不是用表面的观察和普通的访问就能获得的。此类访谈主要适用于探索性研究。访谈中并不拘泥于形式的规范或严格与否，而是由某一始点出发，将所调研的问题逐步深化。

二、个别访谈的一般过程

实施访谈大致分为四个步骤，即进见、建立融洽关系、正式访谈、告别。

1、进见

作为访问者，对于首访最初的问题是进见被访对象。对此亲切友好的微笑是改善互不相识尴尬境况的有效措施，接下来访问者要向被访人员做自我介绍和调查说明。这是一项非常慎重的任务，其任务是消除被访人员对你不信任的戒备心理，不要让对方感到访问者会对自己构成什么威胁。为此，必须对被访人员说明如下问题：

首先，介绍自己是谁，来自哪个机关单位，并将有关的介绍信和身份证出示给被访人员，使人家对你有一个初步的了解；

其次，要将此次来访的目的告知被访对象，最好能引起被访人的兴趣，同时要认真地向被访人保证承担对其保密的责任，以争取对方的积极配合；再次，需要向被访人解释他是怎样被选出来的，强调科学抽样的严格要求或选择他的理由，赋予被调查者的代表意义和重要性，使他体验到自己在该调查中的作用和价值，消除担心和害怕心理。

2、建立融洽的关系

怎样建立融洽的关系呢？从中外一些学者的经验来看，大致有如下几种作法：

（1）．发觉被访人的优点

作为访问人员只要注意观察，是容易发现被访人某方面的优点的。如果能诚恳地把自己的发现告诉对方，那么不管被访人是否知道这一优点，都会感到惊讶，甚至会使被访人马上对访问者产生兴趣或产生好感，自然访问者与被访人之间的关系也就被拉近。事实上，无论任何人都希望他人能发现自己的优点。

（2）．真诚的关怀被访人

如同被访人具有优点一样，他们也常常有些烦恼和不如意的事。访问者如果对此表示关怀或同情，也会赢得对方的好感，也会起到融洽关系的作用。只要访问人员诚心地关怀对方，不论多忙碌的人，也会忙里抽空地与你交谈。当然关怀的范围并不一定非是被访谈者本人，可以是他的家庭、朋友或者身处的环境等等。

（3）．以被访者关心的事为话题

大部分人都喜欢谈论自己，谈论自己关心的事，所以可从这里打破僵局。融洽访问者与被访问者之间的关系，也是极为

有效的途径。特别是那种深度性质的访谈，在自我介绍之后，不要急于去问提纲上的问题，而是从被访人的兴趣入手。

3、正式访谈

在调查者和被调查访谈者之间建立起融洽的个人关系之后，则可进入正式访谈。在正式访谈中要注意以下几点：

(1) . 要耐心听被访人的谈话

在谈中，被访人无法保证他所有的回答都非常符合访问提纲的要求，有时可能碰到的被调查对象特别健谈，把话题扯得较远又无意停止。这时访谈人员千万不可贸然打断，而要耐心地听下去，即使需要把话题转回来，也得选择一个适当的机会，如在谈话稍有停顿时，礼貌而巧妙地将谈话引回正确的方向，使被访人察觉不出来。这样会让被访人感到他的谈话很有价值。而愿意继续谈下去。

(2) . 访问人员要注意自己的访谈语言

在访谈中，常常有这样的情况，被访人对问题不知如何回答。原因之一是访问人的语言出了毛病。可能是专门用语太多，或者说得太抽象，也许是由于访问人的情绪影响，这些都会造成被访人的困扰，应极力避免。所以访问人员对于自己的访谈语言一定要注意通俗易懂，不但便于被访人理解，还应便于被访人回答，这些都应在访谈前有所估计。

以上两点虽然能稳定访谈气氛，但是并不能保证所得资料的准确性和可比性，为此在访谈中，特别是有结构(指有固定访谈提纲)访谈还应注意如下几个问题：

使用统一的访问提纲。访谈研究一般应使用统一的访问提纲，对每个被访人都问同样的问题。只有这样才能对所有被访者的回答进行统计比较。

要按顺序提问题。设计访问提纲时，一定经过反复斟酌，确定提问的顺序。在实际访谈中按顺序提问，不要随便打乱。这样无法保证回答者的意见完整。

始终采取公正不偏倚的立场。访谈中，访谈人给对方的印象，应是访谈人对人对事都不带任何偏见，也不希望左右对方的思想，应不使对方有压抑感和委屈感。所以访谈人不要引导回答者，特别是不能使被访人感到自己在考试。这样做的目的仍然是为保证所得资料的客观性。

尽量保证一次完成。每次访问，尽量保证一次完成，这样才能使整个资料连贯可比，同时节约时间和经费。

访谈的目的在于搜集资料，其关键要认真作好记录。凡属必须记下来的，不要怕麻烦，尽量当场记录，事后的追记非迫不得已决不这样做，因为人的记忆容易出现偏差。

4、告别

一次完整的访谈调查，不应缺乏告别这一步骤。当调查访谈结束时，真诚地感谢对方的积极配合是非常必要的。

(1) 尽管我们希望访谈一次完成，事实上每次调查很难实现，如果某些资料你感到不确实或需要弥补时，仍要去麻烦人家进行重访。可是，如果上一次访问在告别时没有给被访者留下好印象，就无法作这样的核实和弥补。所以，重视告别并非仅仅是为了给访谈对象留下一个美好的回忆，而是对于所进行的研究工作具有直接的意义。

(2) 社会研究作为一种科学的探索社会行为规律的方法虽然在政府机构中早已运用，但是在我国开展的还不够普遍。许多人对于别人的造访既不习惯也不理解，更何况拿着一个表格，逐项的问人家，显然是很不自在的。所以消除顾虑，争取人家的理解是每一次调查研究都要注意的。为此，访谈后的友

好告别，从某种意义上讲是有利于整个社会调查研究工作的开展的。

三、个别访谈的技巧

1、访谈者应具备的基本条件

访谈调查中，访谈人的状况如何对于整个调查有着举足轻重的影响作用。调查的性质、内容不同，采用访谈的形式也不同，所以，对于访谈者也有不同的要求。例如对计划生育情况的研究，就应是上年纪的女性同志为好；对成人教育状况的调查，以文化程度比较高的人员参加访谈为宜。一般来说，不同性质、不同内容的访谈对于访谈人的年龄、性别及知识水平有不同的要求。

(1) . 年龄

以我国社会的状况来看，人们一般是比较强调男女有别、长幼有序的人际关系。所以除了是与青年人的访谈调查外，以年龄略大于被访对象的访谈者为好。因为他们通常对于现有的社会规范等比较熟悉，这样自然容易取得被访人的信任。在某些特殊情况下，被访问人的年龄因素，有时还相当重要。

(2) . 性别

对于访谈的重点对象，研究人员最好亲自出马，或请与访谈对象平级的有关领导支持参与访谈，收效更理想。访问女性时，以派女性访问人员为宜，一则可以避嫌，一则因为有些话，她们不愿向男性访问人员表白。所以根据研究性质的不同，应注意访问人员的性别问题。在一个大的研究计划中，男女访问人员互相配合是最为适宜的。

(3) . 知识水平

如果访问的问题比较复杂，涉及的知识水平层次比较高，那么对访问员的文化水平，及访谈经验都会有一个较高的要求，否则难于胜任。知识水平高低对访谈的重要性，不只是对访问技巧的运用，也表现于对访问对象的反映程度。一般来说，如果访问人员的文化水平相对高一些，适应性也就强一些。

（4）. 访谈者应具备的品德修养

作为不同性质的访谈对访谈者有如上的选择与要求，就访谈者本身还应具备如下条件：# 诚实的品质与一丝不苟的精神。所谓诚实的品质是指忠实于访谈的原始资料如果访谈者把自己的臆测、或把不确定的事自作主张确立，甚至替被访人圈选问卷、或直接假造记录等等都违反了诚实的品质的信条。同时访谈过程中还要求具有一丝不苟的精神，即对每一项记录都要做到准确和精确的地步，不能出现一点不负责任的行为。

浓厚的兴趣和较强的适应能力。访谈人若对访谈工作产生厌烦，就不可能把工作做好，能力不等于兴趣，但是有兴趣可以使人主动提高能力。另外，访谈人还要有吃苦耐劳的精神准备，要有适应各种工作环境的能力，这些也是搞好访谈的一个方面。因为访谈常常要到十分艰苦的环境工作，若不能投身其中适应环境，就会丧失许多收集珍贵资料的机会，甚至造成全部调查工作的前功尽弃。

开朗的性格和勤奋的工作态度。有人认为，一个好的访问者应该像商品推销员。此种说法不免偏颇，但是作为访问者确实应该具备百折不挠、开朗乐观的性格，因为开朗乐观有利于工作的开展。坚韧不拔有利于克服困难，勤奋努力有利于调查研究的顺利完成。所以对访问者也决不可缺少精神气质的要求。

此外，对于访谈者还应考虑具备一定的表达能力，服饰打扮符合所去地区进行调查的调查员身份等等。

2、被访者不愿合作的原因分析

访谈实践往往没有访谈设计那样理想，最为常见的是被访问者拒绝合作。为此有必要对被访问者不愿合作的原因进行分析。从大范围看，其不愿合作有三个方面的原因：

(1) . 被访问者对访问感到迷惑和不理解

首先，有的人对访谈形式就不理解。他们长期以亲密的小群体为活动圈，经常打交道的是熟悉的人，突然来一个陌生的访问者，他们认为，这是“搞什么名堂”？其次，有的人对于调查的题目感到迷惘，不知访员提这么多问题干什么？甚至猜疑，访问者是否有什么危害自己的目的，在访谈背后隐藏着“抓小辫子”的阴谋等等。另外，有人对访问人员本人非常反感，或由于被访谈者性格比较内向；而不理解访问者的开朗性格，从心理上讨厌访问者的气质。当然还有访问者的性别、种族的原因，也会引起被访者的不理解，进而拒绝合作。

(2) . 被访问者对访谈的内容不感兴趣

有的人对访谈的问题没有理解上的困难，但同样表现出厌烦的情绪，分析起来大约有三种原因。

一种是一般人认为，访谈的内容与自己没有什么利害关系，他们抱定“多一事不如少一事”的观念，不愿意给自己找麻烦，当然也就不愿意谈什么了。

再有一种人认为，访谈研究的问题毫无意义，搞这样的访谈纯属“愚蠢之举，无稽之谈”，他们不愿意同被访者做蠢事，自然也就把访问者拒之门外。

另外一种情况是被访问者自恃“请高”，如果他认为访问者所提问题过于简单，就认为是对他的一种讽刺、嘲弄，伤了

他的自尊心，轻者不开口，重者则愤然拂袖而去，搞得访谈人员莫名其妙。

(3) . 被访问者无暇费时接受访问

此类情况也有两种表现，一种是工作紧张，家务繁忙，使被访人已经不胜烦恼，不仅当时不能接待他们；对再次约访也很反对；另一种是当时很忙，等闲暇时再来还是能同意接待来访人员的。

除以上三方面的原因外，拒绝的理由还有很多，这就需要调研者在访问过程中，具体问题具体分析，才能真正找到问题的症结所在。

3、访谈技巧

所谓访谈技巧是指在进行访问时，以最合适，最有效的方式，取得被访人的信任与合作，以获取真实可信的资料。

掌握了访谈技巧可以解决被访人不愿合作和客观的搜集资料问题。反之，一个没能掌握访谈技巧的访问人员可能把良好的访谈机会丧失。

技巧二：复述的运用。在访谈中有两种情形需要复述。一种是当被访人对你所提的问题不甚理解，或问题太长，一时难于记住，那就要对问题进行复述。这时的复述节奏要慢，给被访人有一个反映理解的余地；另外一种是在访问人员对被访人的谈吐不明其意，或难于确定其含义时，也可采用复述被访人的回答，以征得被访人对回答纠正或解释，以其得到准确完整的答复。

技巧三：正确运用记录。访谈中如有可以尽量让被访者看到记录，一般被访人会对记录不确切的地方当面指出，进行纠正。如果被访人的回答扯得太远，又与访谈内容无关，可以

停止记录。这时闲扯会起到制止作用。当然如果被访人意识不到，还是需要礼貌地打断对方的谈话。

手指的方法表明自己的态度，也会收到一定的效果。

技巧五：对被访者的回答进一步探索。有时被访谈人回答问题不完全；有时访问人员还想进一步听到被访人的意见。对这类问题通常有几种处理办法，一种是停止发问，用期待的表情等着对方继续说下去；另一种是访问人员对回答表示理解和关心，这时访谈人员只要及时“嗯、嗯”地点头，对方就似乎感到一种认同，而滔滔不绝地说下去。还有一种办法，可以进一步问“为什么你这样认为呢？”除此之外，你认为还有其他的理由吗？”事实上，只要鼓励对方说下去，被访人总是愿意再谈的。

调查报告的调查步骤篇五

随着经济社会的纵深发展，我们大学生作为社会特殊的消费群体正受到越来越大的关注，由于大学生年龄较轻，群体较特别，他们有着不同于社会其他消费群体的消费心理和行为。特别，他们有着不同于社会其他消费群体的消费心理和行为。

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。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，都对他们的消费有很大影响。特殊群体自然有自己特殊的特点，同时难免存在一些非理性的消费甚至一些消费的问题。他们的消费观念的塑造和培养更为突出而直接地影响他们世界观的形成与发展，大学生消费具有多样化，复杂性等特点。作为

大学生消费的重要组成部分的服装消费，特点。作为大学生消费的重要组成部分的服装消费，几乎是大学生日常消费中的除食品消费外最重要的消费开支。学生日常消费中的除食品消费外最重要的消费开支。因此通过对大学生(本文来源于：)的服装消费的调查和研究，对大学生的服装消费的调查和研究，我们可以及时把握大学生消费的最新动向，对我们引导大学生树立正确的消费观念，消费的最新动向，对我们引导大学生树立正确的消费观念，以及对整个针对学生服装生产销售产业提供参考。以及对整个针对学生服装生产销售产业提供参考。处于以上的目的我们进行了以下针对大学生服装消费的调查报告。的我们进行了以下针对大学生服装消费的调查报告。

(一)调研目的 通过对大学生服装消费的调查，了解大学生日常服装消 通过对大学生服装消费的调查，费和日常消费情况，进而引导大学生树立正确的消费观，费和日常消费情况，进而引导大学生树立正确的消费观，以及对整个针对学生服装生产销售产业提供参考。以及对整个针对学生服装生产销售产业提供参考。(二)目标群体 郑州大学南校区在校大学生，包括大一到大四四个年级 郑州大学南校区在校大学生。

(三)调研方法 本次调研采取问卷和网络调查，本次调研采取问卷和网络调查，通过调研人员的问卷发 放和发邮件，对在校的四个年级的同学进行抽样调查。放和发邮件，对在校的四个年级的同学进行抽样调查。抽样 调查采取分层抽样法，根据四个年级的人数进行分层抽样，调查采取分层抽样法，根据四个年级的人数进行分层抽样，以此来收集数据。其中年级人数比例为2 大一： 以此来收集数据。其中年级人数比例为2：5：2：1(大一： 大二：大三：大四)。大二：大三：大四)。(四)调研过程 10月 日到11 11日 设计调研方案;11 日到13日 日到13 10月9日到11日，设计调研方案;11日到13 日，设计 调研问卷;13日到15日 进行问卷调查和网络调 查;16日 日到15 调研问卷;13日到15日，进行问卷调查和网络调查;16日 17日 书写调查报告。其中，在问卷调查过程中，到17日，书写调查报告。其中，在问卷调查过程中，不对 被

访者进行过多的谈论，尽量收集到被访者真实的数据，被访者进行过多的谈论，尽量收集到被访者真实的数据，不对被访者进行诱导或是随便自己进行填写，不对被访者进行诱导或是随便自己进行填写，而且尽量减少被访者受到过多的环境因素的影响。少被访者受到过多的环境因素的影响。调研结束后留下被访者的电话，以便对调研数据进行验证。被访者的电话，以便对调研数据进行验证。调研结束后注明调查员姓名以及调查地点和时间。本小组共发出150份调查员姓名以及调查地点和时间。本小组共发出150份问卷，实际收回129份有效问卷，发送60份电子邮件，129份有效问卷60份电子邮件，实际收回129份有效问卷，发送60份电子邮件，回收33份。收33份。（五）问卷整理 在问卷调查结束之后，在问卷调查结束之后，由组长组织组员对问卷的内容进行分析，得出具体的能够反映调研主题的数据，容进行分析，得出具体的能够反映调研主题的数据，然后对数据再进行分析，预测大学生服装销售行业的前景，后对数据再进行分析，预测大学生服装销售行业的前景，以及对大学生的服装消费以及服装生产厂家提出一些合理化、科学化的建议。理化、科学化的建议。（六）调查效果 在收回的129份问卷中选出了9份不认真填写的问卷，129份问卷中选出了在收回的129份问卷中选出了9份不认真填写的问卷，回收的33份电子邮件选出了3份不认真填写的，33份电子邮件选出了回收的33份电子邮件选出了3份不认真填写的，共统计150份150份中大部分问卷还都是认真填写的份中大部分问卷还都是认真填写的，150份，这150份中大部分问卷还都是认真填写的，这对于问卷的分析和数据的整理都起到了很大的帮助。