# 2024年调研报告最佳(汇总8篇)

来源：网络 作者：青灯古佛 更新时间：2024-04-28

*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。掌握报告的写作技巧和方法对于个人和组织来说都是至关重要的。下面是小编给大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟!调研报告最佳篇一根据市总的有关要求，区总工会于近期通过问卷调...*

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。掌握报告的写作技巧和方法对于个人和组织来说都是至关重要的。下面是小编给大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟!

**调研报告最佳篇一**

根据市总的有关要求，区总工会于近期通过问卷调研、随机访谈等形式对全区职工工资收入情况进行了调研。此次调研根据抽样的方式，共发放调研问卷600份，收回有效问卷270份，涉及餐饮、纺织、电子通讯等8个行业，其中餐饮业60人，占调研人数的22.2%;纺织业10人，占调研人数的3.7%;服务业52人，占调研人数的19.3%;建材行业20人，占调研人数的7.4%;批发零售业46人，占调研人数的17.0%;铁路电气化40人，占调研人数的14.8%;电子通讯业8人，占调研人数的6.7%;其他行业24人，占调研人数的8.9%。

一、基本情况

1、与用人单位签订劳动合同情况。其中，签订的92人，占调研人数的68.1%;未签订的43，占调研人数的31.9%。

2、工作岗位情况。其中，一线工人88人，占调研人数的65.2%;辅助生产工人8人，占调研人数的5.9%;技术工人16人，占调研人数的11.9%;一般管理干部7人，占调研人数的5.2%;其他岗位16人，占调研人数的11.9%。

3、月工资收入1500元以下的35人，占调研人数的25.9%;1500～2300元的81人，占调研人数的60.0%;2300～3200元的19人，占调研人数的14.1%。

4、在调研中，132人的月工资发放没有低于最低工资标准的情况，占调研人数的97.8%。

5、在所调研的人中有131人了解自己的月工资额度，占调研人数的97.0%;不了解的4人，占调研人数的3.0%。

6、在调研中有123人对自己目前的工资收入水平表示满意和基本满意，占调研人数的91.1%。不满意的12人，占调研人数的8.9%。

7、单位为职工缴纳养老、失业、工伤、医疗、生育保险的有38人，占调研人数的28.1%;部分缴纳的54人，占调研人数的40.0%;没有缴纳的43人占调研人数的31.9%。

8、关于《工会法》《劳动法》《劳动合同法》等涉及到劳动者切身利益的法律法规的了解度调研种，非常了解的4人，占调研人数的3.0%;知道与知道一点的为44人和79人，分别占调研人数的32.6%和58.5%。

9、认为推行企业工资集体协商制度对于维护企业职工的合法劳动报酬权益，提高企业职工的工资收入水平有很大作用与有一些作用的分别为47人、46人，分别占调研人数的34.8%、34.1%。

二、调研结果分析

从调研结果来看。

1、在调研者中，签订劳动合同的占68.1%，说明企业工资集体协商工作是有一定成效的。但从比例可以看出，劳动合同签订率不是很高，还需我们加大开展工资集体协商工作的力度。

2、调研中，月工资发放有97.8%达到了最低工资标准以上，说明我们的监管力度不够。在以后的工作中，我们要杜绝此类情况的发生。

3、缴纳养老、失业、工伤、医疗、生育保险情况，全部缴纳的占28.1%，说明社会统筹有关要求还没有达到全覆盖，这方面我们还需进一步加强。

4对《工会法》《劳动法》《劳动合同法》等涉及到劳动者切身利益的法律法规的了解度的调研中，非常了解的占3.0%、知道的占32.6%、知道一点的占58.5%。说明我们的宣传还不到位，法律法规还需要继续普及。

以上是我区对职工工资状况调研的情况，在接下来的工作中，我们将继续开展工资集体协商工作，加强对工资集体协商，法律法规、有关政策宣传的力度。为全市推进工资集体协商工作，完善职工收入分配制度，维护职工合法权益作出不懈的努力。

**调研报告最佳篇二**

现如今，我们已迈入一个高度发达的时代。随着经济的不断发展，人们的生活水平也在逐渐提高着。而物质生活充裕了以后，健康自然便成了大家最为关注的问题。而健康长远意义上讲并不是说你病了然后予以治疗，而是从平时就开始防病，可是通过药物来达到这一目的在现代人看来显然是极其不可行的，常言说“是药三分毒”嘛。我们最容易实施和控制的，我想应该莫过于食疗了。只有平时注意营养的科学合理搭配，才能吃出健康、吃出漂亮、吃出长寿。食品业和医学在不断进步着，于是功能性食品便应运而生了。

功能性食品誉为“21世纪的食品”，是当今世界研究的热点。为了解人们对功能性食品的了解程度，并在社会上普及功能性食品，我精心设计了一份调查问卷，随机调查各种年龄层次、各消费水平的消费者，收到了较为满意的结果。

1、调查结果及分析

通过对随机人群的调查发现，约15%的人根本就不知道什么是功能性食品，更不清楚功能性食品有什么功效；约62%的人对功能性食品不是很了解，对其功效不认可，觉得效果不明显，同时对功能性食品的鉴别也缺乏相应的知识；只有23%的人了解功能性食品，了解其功效，并且知晓很多种类的功能性食品和国内外大品牌。以下为部分被调查者的问卷分析结果。

大学生：对于功能性食品不了解；其效果不明显，开始有作用，后来就没感觉；对于功能性食品不信赖；从广告等媒体知道某些品牌的功能性食品。

30-40岁的阿姨：不太了解，也不用；孩子用过清华同方的产品，家人用过海藻类的产品，使用过对肠胃有帮助的产品；看过产品说明书和广告，但是仍然觉得对功能性食品的常识不了解。

30岁左右的知识分子：了解一点；功能性食品应补充微量元素，力量蛋白元素，蛋白质；用过如安利、完美等产品；觉得是无聊的消费；鉴定要有国家体系认证、说明、用法。

六七十岁的老人：了解；认为功能性食品纯属吵作；用过如深海鱼油、螺旋藻、天然维e;不看宣传；广告要务实，可信度要提高。不能看广告，要看疗效。

目前人们知晓的市场上销售的品牌主要有：钙尔奇、虫草乌鸡精、脑轻松、血尔、血乐、太太口服液、氨基酸口服液、口服免疫球蛋白、成长快乐等。

同时，被调查者普遍认为，目前社会上对于功能性食品普遍常识的介绍几乎没有，消费者对起其处于零概念，也导致了虚假广告活动猖獗。中国的功能性食品仍处在不成熟的阶段，存在标识不规范，没有统一的标准，功能性食品市场也缺乏完善的管理制度和规则，虚假、夸大广告问题严重，造成消费群体视听混乱，判断失误等。另外，保健食品的价格普遍偏高，对于其普及有很重要的影响。

2、调查建议

（1）尽快出台完善的法律法规，完善和规范功能性食品生产企业和产品市场。

（2）普及功能性食品的普遍常识，让消费者增强自身保护能力。

（3）提高功能性食品成分的稳定性，提高其功效，争取消费者的信任。

（4）降低其成本，使价格降低，让越来越多的人体会到功能性食品的优势。

1、定义及分类

（1）据国际生命科学学院对功能性食品的最新定义，将其定义为：已被证实具有令人满意的。一种或多种对人体有益的功能的食品，“功能性食品”除了要具有适当的营养作用，还要在某种程度上具有改善人体健康状况及降低患病风险的作用。“已被证实具有令人满意的功能”的解释是：当以正常的日摄入量食用某种食品时，只有有证据证明它有益于人体健康，或者以有效摄入量摄入某种食品时，其有益作用是众所周知的，这样的食品才能被称为功能性食品。

（2）分类：

日常功能性食品（日常保健食品）是根据各种不同的健康消费群（诸如婴儿、老年人和学生等）的生理特点与营养需求而设计的旨在促进生长发育或维持活力与精力，强调其成分能充分显示身体防御功能和调节生理节律的工程化食品。

特种功能性食品（特种保健食品）着眼于某些特殊消费群（如糖尿病患者，肿瘤患者，心脏病患者，便秘患者和肥胖症患者等）的特殊身体状况，强调食品在预防疾病促进康复方面的调节功能，以解决所面临的“健康与医疗”问题。

2、功能因子

功能性食品中真正起生理作用的成分，称为生理活性成分。富含这些成分的物质则称为功能性食品功能性食品基料或生理活性物质，即功能因子。

已确定的活性物质主要包括9大类，具体品种有上百种。

（1）活性多糖：包括膳食纤维、抗肿瘤多糖和降血糖多糖等。

（2）内能性甜味料（剂）：包括功能性单糖、功能性低聚糖、多远糖醇和强力甜味剂。

（3）功能性油脂：包括多不饱和脂肪酸、油脂替代品、磷脂和胆碱等。

（4）自由基清除剂：包括非酶类清除剂和酶类清除剂等。

（5）维生素：包括维生素a、维生素e和维生素c。

（6）微量活性元素：包括硒、锗、铬、铁、铜和锌等。

（7）肽与蛋白质：包括谷胱甘肽、降血压肽、促进钙吸收肽、易消化吸收肽和免疫球蛋白等。

（8）乳酸菌：特别是双歧杆菌等。

（9）其他活性物质：如二十八烷醇、黄酮类化合物，多酚类化合物和皂苷等。

3、功能性食品在促进健康方面的作用

增强免疫力、抗衰老、调节血脂、调节血糖、调节血压、改善胃肠道功能（促进消化吸收，调节肠道菌群，润肠通便，保护胃黏膜）、改善骨质疏松、促进排铅、抗突变、抗肿瘤、抗疲劳、提高应激能力、清咽润喉、保护化学性肝损伤、减肥、美容、促进乳汁分泌、改善营养性贫血、改善睡眠、改善性功能、提高学习记忆力、增进智力、促进生长发育、改善视力、耐缺氧作用、抗辐射等。

4、市场上常见的功能性食品

自开发功能食品以来，各国各企业热衷研究的课题包括抗衰老食品、抗肿瘤食品、防痴呆食品、糖尿病患者专用食品、心血管病患者专用食品、老年护发食品和护肤食品等。

现在国内市场上主要的功能性食品是针对其作用而生产p销售。常见的有补充微量元素、补血、补钙等。

5、目前存在的问题

（1）总体问题

a、产品结构不合理。现有22类功能性保健食品，无论从审批数还是实际生产情况看，产品结构都很不合理，导致市场竞争十分激烈。

b、企业分布不平衡。北京等6个沿海省（市）的保健食品企业的总数约占全国一半，而新疆等西部地区保健食品生产企业，还不到北京的五分之一，说明我国保健食品企业的地域分布及资源的开发利用都不合理。

c、科技投入少。20xx年，全国保健食品企业全年科研项目的经费支出仅占销售收入的1、55%；而广告宣传费平均占销售收入的6、54%，由于科技投入少，所以技术水平高、保健功效好的新产品就很少。

（2）企业问题

a、保健食品不实宣传问题十分严重：广告用语明显带有功效性，甚至有的公司篡改的广告中还以中国营养学会等机构和组织的名义，为产品的功效做证明，违反了《保健食品广告审查暂行规定》，误导了消费者。《食品广告发布暂行规定》第九条明确规定：食品广告中不得使用医疗机构、医生的名义或者形象。

b、非法添加违禁物品问题时有发生。添加违禁药品比较突出的情况包括：在生产调节血糖保健品中加入降糖药；在生产减肥保健品时添加兴奋类药物；在生产抗疲劳保健品时混入“伟哥成分”；在生产改善睡眠保健品时添加安定；在生产“增高”类保健品时掺进激素；在生产免疫调节保健品时添加一些中枢食欲抑制剂。

c、保健食品企业生产条件较差问题尚未得到根本性改变。

d、非法生产经营保健食品的问题率禁不止。

（3）法规需进一步完善

需尽快加强对生产条件的审批，设立复查制度，对新功能的审批进行规范，对转让产品进行限制。

（4）消费者的误区

食品调查报告优秀范文社会实践报告

许多消费者把功能性食品当成药品。其实功能性食品不是药品，其区别主要体现在：

a、药品是用来治病的，而功能性食品不以治疗为目的，它重在调节机体内环境平衡与生理节律，增强机体的防御功能，达到保健康复的目的。

b、功能性食品要达到现代毒理学上的基本无毒或无毒水平，在正常摄入范围内不能带来任何毒副作用。而作为药品，则允许一定程度的毒副作用存在。

c、功能性食品无需医生处方，没有剂量的限制，可按机体的正常需求自由摄取。

中国保健食品市场是一个有着巨大潜力的市场，高速增长的国民经济是保健食品业发展的基础，中国经济发展中居民消费结构的变化是保健食品发展的特殊机会，因此规范保健食品市场迫在眉睫。

1、加紧进行保健食品专项整治、力争取得好成果

（1）与工商部门联手整治广告宣传；

（2）开展保健食品标签、说明书自查自纠；

（3）进行保健食品质量抽查；

（4）组织保健食品企业生产条件重新审查。

2、完善保健食品审批工作

（1）利用卫生部网络，征求意见；

（2）审批过程和情况，能上网的尽量上网公开；

（3）建立检验机构“问责”制；

（4）完善毒理和功能评价程序，加强对保健食品功能与功效成分的研究。

3、尽快出台新版《保健食品管理办法》

（1）省级初审内容的调整；

（2）申报单位生产条件的审查；

（3）设保健食品批准证书有效期；

（4）检验机构认定和责任的规定。

**调研报告最佳篇三**

前言：俗话说的好：露从今夜白，月是故乡明，我爱我的家乡，并且爱的深沉，这片生我，育我的土地便是我的家乡——建瓯。

说起建瓯可能很多人没有听过，它是隶属于福建省南平市地区，位于武夷山，鹫峰两山脉之间的丘陵地区，建瓯历史悠久，人杰地灵，有着300多年的历史，西周时期为“七闽”地，秦时属闽中郡。最让我自豪的地方在于建瓯是福建历史上最早设置的四个县之一，福建之建即取之建州（今建瓯）。建瓯有着如此悠久的历史，文化底蕴也是相当深厚，曾经出过众多的请史留名的人才，比如有中国十大史学家袁枢，音韵学家吴域，宋代理学家朱熹等。

主体：建瓯的文化风俗不胜枚举，在经过我的一番调查之后，我最感兴趣的是建瓯的挑幡艺术。下面，我将重点给大家介绍一下建瓯特有的挑幡艺术。挑幡艺术几百年前就已经开始在建瓯民间流行。相传在明代末期，民族英雄郑成功招募抗清复明大军，横渡海峡收复台湾。当时建瓯城效大洲村的青年壮年，大都纷纷应征入伍。在收复台湾之后，壮年在正月初返回了家乡，全村男女老幼欢欣鼓舞，奔走相告。当时，将士们将带回的军旗放置于长杆之上，尽情挥舞，藉此纪念壮烈牺牲的弟兄们。长此以往，每逢正月初，大洲百姓都要按照惯例将旗杆来装点一番，舞动一番，以表示庆祝与纪念之意。随着时间的流逝变逐渐谈化成了当今建瓯特有的挑幡风俗。

说到挑幡的制作过程，就不得不提建瓯“竹子之乡”的美称，这边的竹子那是相当的多，而挑幡所用的幡，就是选用一根大约10米长的笔直毛竹，削去枝叶，晾干后把竹子的外壳涂上朱红油，画上各种吉祥的图案，竿顶悬挂着彩灯，再装饰上各种各样的小铜铃，竹身还会悬挂一幅绣有歌功颂德的词句，这种制作工艺师我们建瓯独有的传统文化瑰宝，再说道挑幡表演，那才真的算上无与伦比。如果用一言以概之，那就是技艺精湛，叹为观止。从小到大，我看过的挑幡表演不在少数，但每次看到都能把我深深震撼，艺术表演者个个都身强力壮，表演时，有的是头顶长竿，有的是肩挑腿踢，有的是鼻托牙咬，形式多样。这种表演一般是团体表演，那和谐统一的姿势，使得竿旋旗飘，幡幅呼啸，使得观看表演者目不暇接，美不胜收。挑幡带给我们的不仅仅是一场美轮美奂的表演，而是属于建瓯特有的文化习俗的碰撞与承接，每每看到这个表演感动之情溢于言表。

总结：挑幡表演艺术不仅仅代表着一项文艺演出，更表现出我们建瓯人不屈不挠，自信自强的精神风貌，华罗庚曾近说过：锦城虽乐，不如回故乡；乐园虽好，非久留之地。归去来兮。我想，以后无论漂泊到何处，建瓯都是我魂牵梦萦之地，我爱我的家乡——建瓯。

**调研报告最佳篇四**

近年来，我乡在区武装部的领导下，通过加大宣传力度，提高征兵标准，严格执行征兵政策，严格按照区征兵办的步骤和程序，克服了征兵工作中遇到的种种困难，圆满完成了区下派的任务。在征兵工作过程中，我乡同时也遇到了一些常常使征兵工作陷入困境的问题和矛盾，针对我乡的征兵工作现状，根据调研，作一些简单的分析。

当今社会，越来越多的青年不愿参军入伍，甚至逃避服兵役，由八、九十年代的“当兵热”降到“当兵冷”，究其原因，我乡对此作了一些专门研究，并结合当前社会情况，总结出三点:

1、青年本人及其家长的思想意识，现在的适龄青年基本上都是家中的独生子女，条件普遍较好，他们认为当兵要吃苦、受累、远离家人，舍不得自己在家里的“幸福生活”;另-方面对入伍缺乏正确的认识，很多青年独立生活能力差，依赖性强，报名参军也是很大程度上遵从家人的安排，自己当不当无所谓，其家长不鼓励，甚至不同意子女去当兵，以上这些情况都反映出应征青年及其家长的主观思想上的偏差。

2、家庭经济条件的改善，现今我乡新农村建设如火如荼的开展，农民的生产生活都有了很大的提高，全乡工业长足发展的过程中，也为青年同志毕业后创造了良好的就业条件;符合入伍条件的青年，如果家庭条件优越，又有一技之长，或是稳定工作，家人都不愿让其应征入伍，因为现在我们都生活在商品经济的大环境下，社会上都普遍追求物质利益，而依法服兵役的青年是为国家做出了一种无私奉献。

3、我乡临近开发区，地理位置优越。高新区工业的飞速发展及劳动力培训力度加大创造了大量的就业机会，且政府又加大劳动力培训，大部分适龄青年都可在本乡离家近的地方或外出就业，且薪资待遇较为优厚。我乡每年的征兵工作都要通过宣传、发动、上门发信函、打电话做思想工作劝他们报名参军，往往是一些适龄青年和家长不愿让其参军。

1、加大宣传教育力度，强化青年及其家长的国防意识，各级政府及职能部门首先应充分重视征兵工作，在各类教育过程中，特别在各村各户开展思想工作中,相应增加国防征兵教育内容，其次可以结合初、高中学习的暑假军事训练工作，以及民兵、预备役训练工作，增强广大学生、青年职工的参军愿望，激发其应征积极性，结合每年“八一”建军节，“国防教育日”以及历史纪念日，合理引导青年及其社会广大群众树立必要的国防意识，营造良好的征兵软环境。

2、健全法规，形成完备的奖惩机制

兵役法规约束力偏弱，奖励和惩处规定操作性不强，也是当前存在的一个问题。现行《兵役法》虽然有专门的“惩处”规定，但对执行主体规定模糊，缺乏具体的处理办法和细则，操作和落实起来困难不少。往往不同地方、不同单位按照不同理解、以不同标准实施不同的做法，影响了法律法规的严肃性、权威性。如逃避服兵役的，各地有罚款的、处分的、批评教育的、取消招工考学招干的，也有不了了之的。而对单位和组织在征兵工作中的奖励则基本是空白。因此，适应形势的需要，完善兵役法，将奖励惩处和优抚上升到法律法规高度，提高法规制度的可操作性，以便于遵循和监督实施，是做好征兵工作的关键举措之-。应尽量以法律形式固化征兵、优抚和安置内容，使征兵优抚同时走向正规化、法制化轨道。

3、适应市场经济规律，改革完善优抚政策，国家已有的优抚政策落实不到位，应征者的权益不能得到有效保证，优抚安置政策滞后于形势发展的需要，也从一定程度上影响到应征入伍的积极性。比如，在部分地区农村青年当兵2年所得到的优待金，比在家劳动、外出务工收入差距过大，远远低于《兵役法》规定“不低于当地平均生活水平”的标准;非农业户青年服役回来工作安置在全国普遍存在困难;有的地方优抚安置与地方人事制度改革、企业改制发生矛盾后，不是积极设法解决，而是单纯以牺牲优抚对象利益、违反优抚安置政策为代价处理矛盾。因此，当前必须适应社会发展的大环境，调整完善优抚安置政策，尤其应大力纠正现有合理政策在落实方面的偏差。一是严格落实已有的优抚制度和政策。二是改革调整优抚政策，给予参军入伍以较为优厚的经济补偿。比如，提高义务兵的优抚金标准，严格落实国家兵役法规定的“不低于当地平均生活水平”这一标准。改革优抚金发放机制,城镇统筹，以体现和达到负担均衡。为退役人员提供应业培训和指导，在成人教育招生、国家公务员招收及一些招工中给予退役人员优先录取(用)等优惠。对退役军人待安置期间实施最低生活保障制度，或设立待业保险制度。对于自谋职业加大经济补偿额度，探索并实践货币化安置的有效途径，解决应征青年以及政府的后顾之忧。三是提高军人职业的社会吸引力。通过改善军人的待遇，提高军人的社会地位，提高军人职业的社会吸引力。与此同时，加快军队改革的步伐，提供更大更宽的事业平台，吸纳更多的社会精英来军队建功立业。

4、加强全民国防教育，形成踊跃参军的良好社会氛围近几年，国家和地方对全民国防教育工作很重视，做了许多有利于国防建设的实事。但是，当前部分地区的国防教育还处于表面化、形式化和浅层次的状态，缺乏广泛性和针对性,广大适龄青年缺乏依法服兵役的观念，以及为保卫国防安全尽义务的责任感和自觉性，一些地方连春节慰问军属、挂“光荣之家”牌匾的传统也不坚持了，“一人参军，全家光荣”的氛围渐渐失掉。为了加强全民国防教育，在全社会形成“依法服兵役光荣、逃避服兵役可耻”的良好社会氛围，应加强国防教育的针对性,特别是加强兵役法规宣传教育的力度。整合各种宣传资源,改变目前兵役法规宣传普及工作仅在征兵期间的“一阵风”、“运动式宣传”的做法，贯穿常年，坚持深入持久，做到家喻户晓;把《国防法》、《国防教育法》、《兵役法》的基本内容纳入全民国防教育体系，纳入学校思想品德课程，纳入领导干部培训。

5、热爱人民武装事业，扎扎实实干好基层民兵组织建设工作认真搞好民兵政治教育，不断提高全民国防观念。使全镇广大群众及适龄青年积极支持和参加每年的民兵整组工作，促进了我镇民兵整组工作的顺利开展。针对我镇部分民兵连长，业务不熟及个别干部军政素质稍差的情况，我们采取以会代训的方法，对民兵干部进行政治和业务培训，以提高他们的军政和业务素质。为了合理调整民兵组织，精干民兵队伍，根据上级的有关指示和要求，我们严格按照组织落实、训练有素、制度健全、反应快速、召之即来、来之能用的要求。认真抓好组织整顿工作。严格按照民兵条件进行审查，确保民兵的政治质量，做到人员落实，队伍纯洁。

调研报告最佳范文3000字

调研报告最佳范文5000字

**调研报告最佳篇五**

尽快形成以科技进步为先导，以\_\_五金产业为依托，以商品市场和生产要素市场想统一为特色，一个面向全国，外向开拓的技术市场系统。其实家族企业非常适合小企业，在中国目前最稀缺的资源就是诚信，这种企业就是在这样的环境下应运而生。但是随着社会的发展，他们的企业组织形式的改变是势在必行的，家族成员应该逐步从企业中退出，取而代之的是职业的管理人员。这样机构才能更加健全起来，管理也可以更加的达到预期的目的，不会因为家族成员的违例不受约束而影响体制的严格性。

再者就要注重培养人才，正所谓，人才是企业生存之本，知识是力量之源。良精的宋工程师认为企业需要的是方方面面的人才，不论是专业人才，还是销售、策划、计算机等方面的人才，而企业最缺少的是通才。企业在招聘人员时，应更加重视的不再仅仅是学历而已，一张文凭越为越不能让老总放心。而且需要的还有是员工的责任心敬业爱岗及员工的丰富知识与能力。只有具备如此素质的人才，才是真正的人才。有人说如今的市场竞争是人才的竞争，这话一点儿都不假。企业不惜重金引进人才，培养人才，而且每个企业都设有相应的人力资源管理部。\_\_也应如此，企业不仅要鼓励员工继续学习深造，老总还可以亲自为员工讲授企业文化课，从而提高员工的文化素质。

(二)提倡创新思维

创新在企业生存发展过程中起着决定性的作用。针对最能体现企业家精神的是什么?这一问题，本次调查结果显示，企业中的年轻经营者选择勇于创新的比重最高，为47.7%;约有1/3左右选择了敬业、追求最大利润和实现自我价值，比重分别为35.2%、33.6%和31.5%;另外还分别有20.8%和19.6%的经营者选择了敢于承担风险和乐于奉献与之相比，选择吃苦耐劳和勤俭节约的较少，比重分别为2.7%和1.7%。由此可见，\_\_的五金企业经营者不乏把创新视为首要追求的企业家精神的人。但是，可惜的是五金企业中年轻经营者占全厂高层管理者的比很小。所以我们需要做的就是，将我们的创新意识逐步灌输给企业中的职员和高层管理者。要让他们明白，创新在企业生存发展过程中起着决定性的作用。

**调研报告最佳篇六**

目前国内有机蔬菜市场的现状及特点：

1、购买有机蔬菜的消费者组成

购买有机蔬菜的消费者中教师、科研人员企事业单位干部、国家公务员和私企职员占了86%，证明文化水平的高低与对有机食品的认同呈正比关系。

2、对“有机”、“绿色”、“无公害”三种安全食品的区别的了解很了解和不太了解的各占五分之一左右，而比较了解和基本了解的各占约三分之一。说明盲目购买有机蔬菜的消费者很少，这与一年前报道的在北京和上海的有机蔬菜市场调研中大部分购买者都不太了解，甚至根本不了解的结果相比，已经有了极为明显的进步。当然，必须强调的是，即使在这些认为自己很了解和比较了解三种安全食品区别的消费者中，实际上有很大一部分并不能真正说出三者的区别来。他们最通常的回答是：有机食品不使用农药和化肥，对于有机食品关于转基因、转换期、缓冲带、轮作、跟踪体系、加工、储存、运输、认证、销售证等等方面的知识几乎还是空白。

3、购买有机蔬菜的频率

只要消费者有需求，价格能接受，产品信得过，有机蔬菜是很容易形成一个固定的消费人群的。

4、对品种的选择和对品种多样性的需求

虽然几乎所有的消费者都只关心价格和需要，并没有对某些品种提出特别的要求，但对品种的多样性方面则要求比较高。他们的心理是，凡是普通菜场上供应的蔬菜品种，有机蔬菜也应该有，这样的反应应该说是有机蔬菜市场发展初期的特定情况。

根据调查和分析，得出如下结论和建议

1、在国内有机食品市场发展的初期，采取专卖店的形式销售有机食品是一种正确的选择。这样做可以减少销售的中间环节，降低有机食品的成本，提高消费者对有机食品的兴趣和购买力。

2、有机食品的专卖店应当首先开设在知识层次和消费层次相对较高的居民区，这样做有利于对有机食品的宣传，也有利于吸引消费者。但有机食品不是“贵族食品”，收入水平比较低的消费者也对有机食品产生了浓厚的兴趣，只要有机食品发展到一定程度，价格渐趋合理，有机食品专卖店就可以逐渐向其他居民区扩展，吸引和服务更多的消费者。

3、目前对有机食品的宣传力度相当弱，相当一部分消费者是在看到专卖店或看到货架上的有机产品后才知道有这样安全的食品。而且多数人并不了解有机食品与绿色食品和无公害食品的区别。因此有机食品的从业者应当努力做好广告和宣传工作，各级政府也应当投入更多的注意力，积极鼓励和支持有机食品的发展，为有机食品的生产、加工和贸易者提供各种优惠政策。

4、从消费者对有机蔬菜品种的需求上看，消费者普遍反映品种不够，因此，有机食品的生产者和贸易者应当尽量扩大他们的生产和贸易品种，以满足不同层次和不同要求的消费者的需求。

5、各类有机食品专卖店（包括有机食品的其他类型的销售单位）都应当配备具有一定有机农业和有机食品知识，可以向顾客解释和宣传有机农业和有机食品的营业员和经理。有机食品作为一种新生事物，很多消费者需要在了解了产品的特点和功能后才会购买。

**调研报告最佳篇七**

笔者在对100位红河学院学生的调查中发现：支持参加公益活

动的同学有90%，表示不支持参加公益活动的则有2%，表示无所谓的占8﹪。另外，在对参加过公益活动的同学中调查得知，每周参与公益活动的占60﹪，利用课余时间参与公益活动的占51﹪，节假日参与公益活动的占30﹪，而只要需要，任何时间都参与的占11﹪。在对表示没有参加过公益活动的同学调查以后是否会参加公益活动的问题中发现，43%左右的同学表示以后会积极参加，53%左右的同学表示遇到有价值的公益活动会参加，4%左右的同学表示对公益活动不感兴趣。在调查如果学校组织公益募捐活动，或者街上有公益募捐活动的问题上，有的同学表示会参与，有的同学则表示不会参与。从这些数据中，我们可以看出大部分红河学院大学生能够积极参与公益活动，只有少部分的同学对公益活动不热衷。但是，从关注公益活动的积极度上看，现今的红河学院大学生仍缺乏热情，只有极少数的同学表示经常关注公益活动，积极找机会参加。这一点反映了当今大学生公益观薄弱，对公益活动的热情度不足。

2．红河学院大学生参与公益活动的能力

笔者在对上述100位同学的调查中还发现：红河学院参与社会公益活动调查中男生占43 ﹪，女生占57﹪，而且大多数女生对公益活动更有自觉性和积极性。在这个调查中按照年级来比较，大一参与社会公益活动占4﹪，大二参与公益调查的占28﹪，大三占公益调查的41﹪，大四占公益调查27﹪。其中大部分同学参加过现场捐资和捐物活动，其数量和捐款金额只在同学们的能力范围之内。

3．红河学院大学生参与公益活动的渠道

在询问参与公益活动遇到的阻碍因素时，的同学表示主要是因为他们认为是时间因素，与个人生活或工作学习相冲突，表示主要是经济因素，参加志愿服务还要花钱的占53%，而有的同学以社会因素，多数人对志愿者有偏见为主要因素，另有的表示是外界压力造成的。通过这些数据可以看出，当今大学生参加公益活动的形式主要是捐赠和以志愿者的身份参加。而从大学生选择公益方式的考虑因素也看出了当今大部分大学生还是能够以接受帮助者的立场上考虑问题，选择最优公益形式帮助他人，但也仍存在不少同学是为了个人的方便或受外界影响而选择的方式，不能够做到真切帮助他人。

在调查能让大学生最便捷地参与到公益中的渠道——校园组织公益活动，发现： 的同学表示学校里经常举办公益活动，的同学表示学校有时或很少举办，而有的同学则表示学校从没举办过公益活动。从以上数据可以看出，大部分高校在提供大学生参与公益活动的机会方面做得不足够，让大学生参加公益活动的渠道少。

4．对社会公益事业的认识与态度

笔者在调查中又发现：多达38%的同学参与公益活动的风气很一般，少部分同学，占5%认为参与公益机构活动风气很好，而16%的同学觉得不太好，认为公益机构活动风气比较好的同学只有16%，觉得风气很差的占4％。这说明了大部分同学对公益事业的风气和现状存在着不满。

问卷调查中发现，过半同学对公众诚信度缺乏信心，对需要帮助者和积极参加公益者都产生了怀疑的心理。在对大学生对中国公益事业的发展作用的观点上41﹪的人认为有重大作用，55﹪认为有一定作用，但大部分靠社会其他力量，4﹪的人则觉得不太清楚。在对参与公益过程中遇到的挫折上当作锻炼自己，更加振奋的同学占43﹪。接受教训，继续训练的占53﹪，受到打击退出活动的占3﹪。感到委屈，再不参加活动1﹪。这说明大部分同学对社会公益事业态度很好，具有很大的热情。

**调研报告最佳篇八**

杭州大厦购物中心是杭城著名的大型零售商场之一。几年来在市场激烈竞争中，由于重视调查研究，搞好市场定位，掌握商战主动权取得了明显成果。1993年杭州大厦购物中心重新装修后，即以中高档定位作为目标市场。为了验证购物中心市场定位是否准确，揭示经营效果与市场定位的相关性，我们开展了商场客源的调查，井通过对顾客的基本情况及其购物动机的统计分析，对上述问题作出一个客观的结论性的判断。

一、调查目的

考察顾客的性别、年龄、居住地、职业和经济收入等关于顾客的基本情况；调查顾客的购物动机。

二、调查方法

1、调查对象。以来购物中心购物的顾客为调查总体，从中随机抽取1487名顾客作为调查的具体对象。

2、调查问卷。问卷分性别、年龄、居住地、职业、经济收入厦购物动机6个项目。各题均采用封闭式设计，要求调查对象根据实际情况在各题所列的选择项中选取一项，作为对该题的回答。

3、调查问卷的分发。调查问卷由商场工作人员在商场内随机分发，当场回收。回收率为100%。

4、数据处理。：调查问卷数据由spss统计软件处理。

三、调查结果分析

1、顾客的性别构成。1487名调查对象中男顾客699人，占总数的47%，女顾客为788人，占总数的53%。卡方(x2)拟合度检验不同性别的顾客人数之间有显著差别（显著性水平为o.05）。来商场购物的女性顾客明显多于男性顾客。

2、顾客的年龄组成。如表1所示，34岁以下的顾客1106人，占总数的74.4%；而35岁以上的顾客仅有381人，占总数的25.6%。卡方(x2)拟舍度检验不同年龄顾客人数之间有显著差别（显著性水平为o05）。来商场购物的顾客主要是年轻人。

表l顾客的年龄组成

511（34。4%）595（40。4%）333（22。4%）48（3。2%）

（注：表十括号内为该年龄组人数在1487名调查对象中所占的百分比数。经下各表相同。）

3、顾客的居住地分布。如表2所示，来自杭州市区的顾客有956人，占顾客总数的64.4%。卡方(x2)拟合度检验不同居住地顾客人数之间有显著差别（显著性水平为o.05）。来商场购物的顾客主要是杭州市区的顾客。

表2顾客的居住地分布

杭州市区杭州地区县市省内其他县市省外

956（64。4%）173（11。6%）177（11。9%）181（12。2%）

员、事业单位职员和工厂工人。

表3顾客的职业分类

职业人数百分数（%)职业人数百分数(%）

公司企业职员44730.1其他职业664.4

事业单位职员34923.5军人412.8

工人19813.3退休人员392.6

个体经营者1107.4农民332.2

教师1047.0学生1006.7

总数1478100

5、顾客的月薪收入。如表4所示有748人，占总数的503%；在1001月薪在50l-lo00元范围内的顾客x元范围内的顾客有376人，占25.3%。卡方(x2)拟合度检验不同月薪的顾客人数之间有显著差别（显著性水平为o.05）。有75.6%的顾客月薪在501—x元范围内。

表4顾客的月薪收入

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn