

2023年在校大学生压力调查报告(优秀7篇)

报告材料主要是向上级汇报工作,其表达方式以叙述、说明为主,在语言运用上要突出陈述性,把事情交代清楚,充分显示内容的真实和材料的客观。报告对于我们的帮助很大,所以我们要好好写一篇报告。下面是小编为大家整理的报告范文,仅供参考,大家一起来看看吧。

在校大学生压力调查报告篇一

xx年开始的世界性经济危机席卷全球,在世界经济一体化格局下,高速发展的中国并不能独善其身,在一些地区、一些领域,经济危机已经表现得非常明显。经济危机下,很多公司开始裁员,招聘需求大幅减少,这使得中国的劳动力市场压力异常巨大,尤其是大学生就业问题异常突出。近期,中国社会科学院发布的xx年《经济蓝皮书》指出:预计到xx年底,将有100万名大学生不能就业□xx年还将有592万名大学生毕业面临找工作,大学生就业问题非常严峻。

在校大学生压力调查报告篇二

在调查中发现,同学之间的攀比远不止是学习,还表现在生活(吃穿住用)、娱乐、人际交往等方面。他们为了争得所谓的面子与其他同学比高低,就会不顾实际需要以及家庭的经济能力,超前购物消费,这是当前大学生消费行为中一种很普遍的不良现象。他们为了争得所谓的面子与其他同学比高低,就会不顾实际需要以及家庭的经济能力,超前购物消费,这是当前大学生消费行为中一种很普遍的不良现象。同时还指出有时为了拥有一款时尚手机,不少的同学情愿节衣缩食,甚至牺牲自己的其他必要开支;有些男同学为了一双名牌运动鞋,有些女同学为了一套名牌化妆品或者一件名牌衣服,不惜向别人借钱满足自己的欲望,这使得他们自觉或不自觉

地放弃自己的意见而采取与大多数人一致的行为，有意无意、自觉不自觉的“随大流”。这种从众行为是日常生活中普遍存在的一种现象。

在校大学生压力调查报告篇三

大学生认为电脑应该改进的方面中，安全保护功能所占的比例最高，为27.44%，其次为耗电量26.98%，外观设计17.21%，画面音响16.74%以及键盘触感11.63%。电脑为我们的生活和学习带来方便的同时存在着一定的危害，网络的安全性成为了困扰着许多电脑使用者，因此电脑的安全保护功能也就变得重要，同时，高保护性的电脑设备能让我们更加安全放心的上网。大学生在关注电脑安全性的同时，对电脑的其他设备的质量也有一定的考虑。

在校大学生压力调查报告篇四

大学生消费心理及状况调查

通过调查，了解现在大学生的消费现状，并分析相关的消费心理及暴露的问题，进而提出相应的建议及对策，引导大学生树立理性的消费观。

问卷调查

大学生

大学生是一个特殊的消费群体，由于生活环境、成长环境、家庭经济状况、所受教育、校园环境以及年龄的特殊心理特征等原因，使这个群体有自己特有的消费心理和消费行为。我们通过对部分大学生的经济收入来源、消费状况调查以及对他们的消费状况和消费的特点进行分析，为进一步改进我校大学生心理健康教育提供线索。

(一)、大学生的消费现象

大学生月消费额在350-500元的占7%，500-800元的占27%，800-1200元的占50%，1200元以上的占12%。消费的主要项目中，伙食费用占每月消费总额的93%，交通、通讯占每月消费总额的68%，购物占每月消费总额的65%，娱乐占每月消费总额的52%，学习费用占每月消费总额的47%，交际占每月消费总额的28%，其他类别占每月消费总额的6%。就每月花在娱乐方面的费用而言，13%的大学生的花费在50元以下，30%的大学生的花费在50-100元，24%的大学生的花费在100-150元，15%的大学生的花费在150-200元，18%的大学生的花费在200元以上。每个月的情感投资费，或者说谈恋爱浪漫气氛“制造费”中，花费在100元以下占10%，花费在100-200元的占9%，花费在200-400元的占4%，花费在400元以上的占3%，另外本次调查中单身的大学生占74%。大学生每学期学习方面的花费(包括考试、考证、文具、书籍、复印、培训班)中，花费在200元以下占47%，花费在200-300元的占20%，花费在300-400元的占13%，花费在400-600元的占11%，花费在600元以上的占9%。

大学生的消费主要分为基本生活消费(衣、食、住、行)、学习消费(学费、书杂费、考证、电脑等)、休闲及娱乐消费(休闲、旅游、娱乐)、人际交往消费(人情、恋爱)等几个方面。

通过调查，我们发现，大学生绝大部分的消费还是用于基本生活的消费(伙食、交通、通讯)，购物(服装、饰品)消费所占的比例也很大，其次是娱乐、学习的消费，最后才是人际交往方面的消费。由此可以看出，对于购买的产品的选择，大部分大学生还是比较理智的，他们有一定的知识和思维判断能力，对自己的需要定会做出满足相应需要的行为。但仍有小部分的大学生在处理这个问题时有些盲目。

而就购买商品时注重的的问题而言，大学生重视质量与功能的占调查人数的46%，重视实用性的占总调查人数的21%，重视

美观别致的占总调查人数的15%，重视价格的占总调查人数的9%，重视新鲜感的占总调查人数的5%，重视品牌的占总调查人数的4%。据此调查结果发现：大学生消费结构总体上是合理的，他们能够从自身条件出发进行合理的消费行为，大部分的大学生购物时都会考虑商品的质量、实用性，选择物美价廉的商品。虽仍会有一部分大学生会更看重品牌新鲜感,外观,但质量还是最关键因素。

就在物品选择的标准上,对名牌(比如：鞋子、衣服、手机等)持的态度中，选择物美价廉的商品的大学生占总调查人数的占48%，持无所谓态度的大学生占总调查人数的占29%，认为只是要几件名牌撑场面就行了，当代大学生热衷，只爱名牌的只占总调查人数的6%，可以看出对于名牌，很少有大学生会刻意追求，很多人对此持无所谓的态度。

(二)、大学生的消费心理

认识过程：即消费者对自己的感觉知觉记忆想象思维和注意等活动对商品属性以及各方面联系的综合反映过程。

情感过程：在消费者对商品或劳务的认识过程中，产生的满意或不满意，高兴或不高兴的心理体验，构成有特色的对商品或劳务的感情色彩。大学生充满激情，热情奔放，道德感也比较完善，拥有较高的审美观。感情力大大增强，但自制力仍薄弱。多数大学生能理性地思考和行动，调节自己的冲动，理性地消费。

意志过程：消费者在购买活动中有目的，自觉地支配和调节自己的行动，努力克服各种困难，从而实现既定购买目的过程。

(1)消费的不平衡性根据调查分析，大学生由于性别、年级、学校所在城市的经济发展状况、家庭收入状况等各方面的差异都对其大学生的消费状况和消费行为有影响。其中，影响

最大的是学校所在城市经济发展状况和家庭收入。据调查研究显示，来自城市和农村的大学生会有不同的消费水平。其调查中，来自城市的大学生占总调查人数的44%，来自农村的大学生占总调查人数的44%，来自城乡结合的大学生占总人数的12%，其经济状况处于中等地位的占总调查人数的15%，较为发达的占总调查人数的23%，较为落后的占总调查人数的23%，落后的占总调查人数的3%。大学生月消费额在350-500元的占7%，500-800元的占27%，800-1200元的占50%，1200元以上的占12%。

(2)消费的主导性针对是否有记账这个习惯，35%的大学生很少有记账的习惯，32%的大学生向来没有记账的习惯，22%的大学生对一些比较大的支出有记帐的习惯，11%的大学生基本上对所有支出都有记帐的习惯。

大学生在消费问题上，除了必要的生活支出外，还有学习、娱乐方面的支出。学习支出是为了自我发展的需要，娱乐的支出是为了放松自己、建立良好的人际关系。大学生的需要通常包括要求别人承认自己，得到他人的好评、尊重，渴望得到相应名声和地位的成就感等。而要获得这种尊重就有许多条件，其中漂亮、美貌、健康和年轻是重要条件之一。这点对女性更为重要，因为这是女性获得他人和社会承认的一些必要条件。因此女大学生也开始注重美容包装，这也就增加了美容方面的消费。

(3)消费的合理性对于选择购买商品的直接因素，大多数人会先考虑价格，其次是朋友或家人的推荐，再次是商品的品种，最后是商场的火爆、促销活动、明星代言。

(三)、大学生消费存在的问题

(1)消费的冲动性就购物时是否会有快感这个问题中，57%的大学生认为会产生快感，43%的大学生认为不会产生快感。对于心情不好时是否会以购物、大消费来发泄这个问题，79%的

大学生表示不会发生这种情况，21%的大学生表示会有这种情况发生。据此显示，大学生在购物时会存在一些冲动，会有部分同学通过购物来调节心情，享受消费带来的快感。而大学生的消费观念也存在一些问题，比如会有些超前消费的意识。也有些同学会通过找兼职来缓解消费带来的压力。

(2)消费的盲目性就大学生消费时是否有记账的习惯，35%的大学生很少有记账的习惯，32%的大学生没有记账的习惯，22%的大学生对一些比较大的支出有记帐的习惯，11%的大学生基本上对所有支出都有记帐的习惯。而大学生对于生活水平满意度，60%的大学生认为一般，正好够用，27%的大学生很满意，还有少许盈余，12%的大学生认为勉强可以，咬咬牙能熬过，1%的大学生. 不满意，总是在预支下月生活费，拆东墙补西墙。并就认为周围的同学的消费观而言，81%的大学生认为周围同学的消费观是有时理性，有时盲目，10%是理性的，7%是相对淡薄的，2%的大学生是虚荣攀比的。同时据调查，53%的大学生认为自己的消费观念是有时理性、有时盲目，29%的大学生认为自己是理性的，17%的大学生认为自己消费观念是相对淡薄的，1%的大学生认为自己的消费观念是虚荣攀比的。对于自己的消费情况的认识，大多数大学生对自己消费很少甚至不会有记账的习惯，大多数大学生认为自己和周围的同学的消费都是有时理性，有时盲目。他们对自己的消费也认识的并不清晰，有时还是无法控制自己的消费行为。

(3)消费的不均衡性伙食费用占每月消费总额的93%，交通、通讯占每月消费总额的68%，购物占每月消费总额的65%，娱乐占每月消费总额的52%，学习费用占每月消费总额的47%，交际占每月消费总额的28%，其他类别占每月消费总额的6%。据此来看，大学生还是以生活所需为主，但用于精神文明建设方面的投入远远不够。当然也有一些大学生缩减饮食支出却用于娱乐购物方面，其结构更为不合理。

(四)、建议及对策

针对这些现象和问题，我们提出以下建议：

(1) 加强大学生的财商教育。大学通过各种渠道，比如讲座、课程来进行财商教育。教育大学生学会理财，加强理财意识，树立正确的消费观。

(2) 优化消费环境，社会各界要努力树立健康的消费风尚，企业要进行正确的宣传，为大学生营造良好的社会消费大环境。

(3) 加强大学生的精神文明建设，引导大学生注重精神建设方面的消费，在物质消费基本满足的情况下，提高自身的精神文明建设。

(4) 大学生加强自身消费教育。大学生应该变被动消费为主动消费，合理地、有计划地进行消费。学生应当把精力更多地集中在学业上。自觉增强和完善自我意识水平。提高文化底蕴，知识水平的提高，认知能力审美能力，抵御不良消费观念的影响。确定合理的消费期望，作有头脑的消费者。自觉学习一定的商品知识和消费技巧，积累消费经验，提高自己的财商。

在校大学生压力调查报告篇五

20xx年，全国普通高校毕业生将达到559万人，比xx年年增加50万人。然而□20xx年的国际金融危机对我国经济造成的困难日趋显现□20xx年毕业的611万大学生就业形势面临着更加严峻挑战。在全社会就业形势严峻的情况下，高校毕业生依然面临比较严峻的就业形势。

在校大学生压力调查报告篇六

年，全国普通高校毕业生将达到559万人，比xx年年增加50万人。然而，年的国际金融危机对我国经济造成的困难日趋显现，年毕业的611万大学生就业形势面临着更加严峻挑战。在

全社会就业形势严峻的情况下，高校毕业生依然面临比较严峻的就业形势。

(一) 2015年的就业率对比分析：

年就业蓝皮书指出，年本科院校大学生就业率有所下降，而职高院校学生就业率与往年持平。统计研究数据表明，届大学毕业生半年后的就业率约为86%，比起2014年届大学生毕业半年后就业率下降了2个百分点；届211院校毕业生半年后就业率为89%（非失业率90%），非211本科院校为87%、高职高专为84%；而2014年届半年后就业率211院校为93%（非失业率94%）、非211本科院校为90%、高职高专院校为84%。其中，届大学毕业生约三分之一的就业是在毕业后半年内完成的。

按教育部公布的数据，中国届高校毕业生总数为559万，其中大学毕业生总数约为529万（本、专），按本研究得出的比例推算，届大学毕业生毕业后就在国内外读研究生的人数21.43万，毕业半年后的就业人数达到约434万人。在毕业半年后的73.56万的失业大学毕业生中（包括有了工作又失去的），有51.59万人还在继续寻找工作，有5.46万人无业但正在复习考研和准备留学，另有16.51万无工作无学业没有求职和求学行为者。

(二)、届毕业生就业地点分析：

高职高专毕业生就业量最大的前10位城市依次为：北京、上海、广州、深圳、南京、苏州、杭州、成都、郑州、青岛。

(三)、届毕业生就业率最高和最差的专业分析：

(四)、年就业率最高和最差的专业分析：

年从本科专业大类来看，就业率最高的依次是工学、管理学、经济学，但工学在毕业半年后平均月收入上低于经济学专业

大类。

从专业中类来看，地矿类专业独居榜首，工科类专业就业率受金融危机影响较小，就业率前十的专业中类中，有8个为理工类专业。专业小类的就业率排名更是明显化了这一倾向，高职高专专业也呈现出理工类专业就业率较高的趋势。

年最难就业的专业计算机科学据首“年度大学就业能力排行榜”的调查显示，中国应届大学生最难就业的十个专业为：计算机科学与技术、英语、会计学、国际经济与贸易、工商管理、法学、电子信息工程、机械设计制造及自动化、汉语言文学、信息管理与信息系统。令人尴尬的是，这十个专业也是我国考生报考最热门的专业。

这项研究对20万名毕业半年后的学生进行了调查。结果显示，在635个本科专业中，最热门的10个专业半年后的失业人数达到6.67万人，占本科毕业生总失业人数的近三分之一。其中，计算机科学与技术、法学、英语3个专业毕业半年后的失业人数过万。在应届大学生毕业半年后失业人数最多的10个本科专业中，计算机科学与技术、法学、英语、国际经济与贸易、会计学等人们心目中的热门专业占了9个。

在校大学生压力调查报告篇七

从数据看出，大学生平时的上网时间大部分在3-6个小时，时间安排上还是比较合理的，表明大部分的学生没有把大部分的时间花费在电脑上。

大部分学生上网的目的是游戏娱乐，所占比重为34.25%，其次是查资料31.96%，了解新闻24.2%以及其他9.59%。可见，大学生在上网的时间内很少把电脑的用途运用到学习上，过多的把时间分配在了游戏娱乐上，因此，在使用电脑方面大学生应树立正确的使用观念，减少娱乐游戏的时间。