

最新社会调查方案(实用5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

社会调查方案篇一

为了抓住产品市场的脉搏，把企业的各种优点(理念、企业文化、优质产品等品等)与社会各界沟通，让策划的行动被所有的人所了解同时感动所有的人，使以后策划的'行动得以顺利进行。

20xx年

- 1、主要调查：9月1日—9月15日，
- 2、次要调查：9月16日—11月30日，

我们要进行为期7天的市场调查准备工作，60天的市场调研，确保万无一失

1、主要调查内容：运用便利抽样以及配额抽样法，调查清楚以下几个主要问题：

- (1)您是否知道“营养片”这一传统品牌？
- (2)“营养片”最受欢迎的功能和服务承诺是什么？
- (3)“营养片”的消费心理价格订在多少合适？18元、28元、40元。
- (4)您对“营养片”最喜欢和担心的是什么？

(5) 您的消费心理是什么?有何购买习惯?

(6) “营养片”的独特卖点是什么?

(7) “营养片”的包装是否受欢迎?

2、次要调查内容：(用观察、分析法)

(1) 用户的特点调查：人口，规模，分布，构成，变动情况，城市，农村，主要用户，次要用户，地址，电话。

(2) 影响用户因素：购买力大小，社会风俗，习惯，文化水平，民族特点，购买特点购买什么样的产品。

(3) 用户的需要调查：现实需要，潜在需要，意识到但未及时购买，未意识到但以后会购买，不购买。

(4) 产品在销售区是独家不是多家，产品是否满意；若不满意原因是什么；产品畅销还是滞销原因。

(5) 产品处于生命周期中那一阶段，是否有夭折危机感。

(6) 价格在市场上有无竞争力?用户对价格反映?市场中价格优势对哪些产品有利?对哪些产品不利?哪些产品好买?哪些代销?价格波动有多大发展趋势如何。

(6) 企业销售量是否适应环境需求，现有渠道是否合理?如何扩大销售渠道减少中间环节?如何正确选择广告媒体，广告效果如何?营销组合策略是否妥当效果如何。

(8) 竞争环境怎样，竞争的力量，竞争结构与规划，竞争内容与手段对手基本情况。

各地市场、经销商、经销点、商店，生活小区等

(1)9月1日—9月3日，设计主要调查问卷、调查表，策划经理负责安排，设计师主办。

(2)9月1日—9月2日，用文案调查法，进行与营销部沟通，说明调查原因和重要性，友好地与其配合搞好营销工作，共同提高销售，索取营销部门汇编的市场资料(客户订货单、销售额、销售分布、销售损益表、库存情况、产品成本等)进行调查登记，策划经理负责安排，策划主管主办。

行为记录调查。作好工作日记，策划经理负责安排，策划主管主办。

(4)9月3日—9月10日，用访问法，直接到经销商、经销点、商店、中老年用户进行面谈访问，填调查表，调查问卷，作好工作日记，策划经理负责安排，策划主管主办。

1. 您是从哪里得知这一消息?()
2. 您是否听说过我们的新产品“醒酒丹”?()
3. 您是否有过糖尿病史?()
4. 您亲戚朋友是否有过糖尿病史?()
5. 您是否希望尽快得到治疗?()
6. 您是否希望帮助亲戚朋友尽快得到治疗?();
7. 您对送礼送健康是否也有认同感?();
8. 您愿意购买我们的“营养片”吗?();
9. 您的其他感想是什么_____。

请你留下患者的具体名字_____, 年龄_____, 地址_____, 电

话_____，以备日后我们赠送礼品和跟踪治疗。

我们日后将不定期对你进行赠送礼品或惊喜。

社会调查方案篇二

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。

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。

- 1、大学生的消费结构；
- 2、大学生的消费观念。

(一) 调查范围

因为大学生的消费不同于中学阶段，也不同于家庭消费，每个大学生都会因各种原因进行各种消费，具有普遍性，因此全体在校学生都是调查对象。

(二) 调查地点

西北农林科技大学北校区宿舍楼

以宿舍楼为单位进行抽样调查，每个宿舍楼随机调查40名同学。

(一) 资料收集

(二) 资料分析

资料收集后用从问卷上得来的数据进行粗略计算，计算出非必要花销占总花销的比例，根据不同比例，进行人数统计，从而得知大学生的消费情况。并通过其他问题，摸清大学生的消费结构与现状，了解大学生的消费观念与价值观。

(一) 规定：

- 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、积极的工作精神及职业热情。
- 4、访员要具有把握谈话气氛的能力。

(二) 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。并对他们进行思想道德方面的教育，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。

(三) 人员安排：调查问卷与工具准备：2名调查人员：4-8名

资料整理与数据分析：2名调查报告撰写：1-2名

社会调查方案篇三

为了抓住产品市场的脉搏，把企业的各种优点(理念、企业文化、优质产品等品等)与社会各界沟通，让策划的行动被所有的人所了解同时感动所有的人，使以后策划的行动得以顺利进行。

20xx年

1、主要调查：9月1日—9月15日，

2、次要调查：9月16日—11月30日，

我们要进行为期7天的市场调查准备工作，60天的市场调研，确保万无一失

1、主要调查内容：运用便利抽样以及配额抽样法，调查清楚以下几个主要问题：

(1)您是否知道“营养片”这一传统品牌？

(2)“营养片”最受欢迎的功能和服务承诺是什么？

(3)“营养片”的消费心理价格订在多少合适？18元、28元、40元。

(4)您对“营养片”最喜欢和担心的是什么？

(5)您的消费心理是什么？有何购买习惯？

(6)“营养片”的独特卖点是什么？

(7)“营养片”的包装是否受欢迎？

2、次要调查内容：(用观察、分析法)

(1)用户的特点调查：人口，规模，分布，构成，变动情况，城市，农村，主要用户，次要用户，地址，电话。

(2)影响用户因素：购买力大小，社会风俗，习惯，文化水平，民族特点，购买特点购买什么样的产品。

(3)用户的需要调查：现实需要，潜在需要，意识到但未及时购买，未意识到但以后会购买，不购买。

(4)产品在销售区是独家不是多家，产品是否满意；若不满意原因是什么；产品畅销还是滞销原因。

(5)产品处于生命周期中那一阶段，是否有夭折危机感。

(6)价格在市场上有无竞争力？用户对价格反映？市场中价格优势对哪些产品有利？对哪些产品不利？哪些产品好买？哪些代销？价格波动有多大发展趋势如何。

(6)企业销售量是否适应环境需求，现有渠道是否合理？如何扩大销售渠道减少中间环节？如何正确选择广告媒体，广告效果如何？营销组合策略是否妥当效果如何。

(8)竞争环境怎样，竞争的力量，竞争结构与规划，竞争内容与手段对手基本情况。

各地市场、经销商、经销点、商店，生活小区等

(1)9月1日—9月3日，设计主要调查问卷、调查表，策划经理负责安排，设计师主办。

(2)9月1日—9月2日，用文案调查法，进行与营销部沟通，说明调查原因和重要性，友好地与其配合搞好营销工作，共同提高销售，索取营销部门汇编的市场资料(客户订货单、销售额、销售分布、销售损益表、库存情况、产品成本等)进行调

查登记，策划经理负责安排，策划主管主办。

行为记录调查。作好工作日记，策划经理负责安排，策划主管主办。

(4)9月3日—9月10日，用访问法，直接到经销商、经销点、商店、中老年用户进行面谈访问，填调查表，调查问卷，作好工作日记，策划经理负责安排，策划主管主办。

1. 您是从哪里得知这一消息?()
2. 您是否听说过我们的. 新产品“醒酒丹”?()
3. 您是否有过糖尿病史?()
4. 您亲戚朋友是否有过糖尿病史?()
5. 您是否希望尽快得到治疗?()
6. 您是否希望帮助亲戚朋友尽快得到治疗?()；
7. 您对送礼送健康是否也有认同感?()；
8. 您愿意购买我们的“营养片”吗?()；
9. 您的其他感想是什么_____。

请你留下患者的具体名字_____, 年龄_____, 地址_____, 电话_____, 以备日后我们赠送礼品和跟踪治疗。

我们日后将不定期对你进行赠送礼品或惊喜。

社会调查方案篇四

为了抓住产品市场的脉搏，把企业的各种优点(理念、企业文

化、优质产品等品等)与社会各界沟通,让策划的行动被所有的人所了解同时感动所有的人,使以后策划的行动得以顺利进行。

20xx年

1、主要调查:9月1日—9月15日

2、次要调查:9月16日—11月30日

我们要进行为期7天的市场调查准备工作,60天的市场调研,确保万无一失

1、主要调查内容:运用便利抽样以及配额抽样法,调查清楚以下几个主要问题:

(1)您是否知道“营养片”这一传统品牌?

(2)“营养片”最受欢迎的功能和服务承诺是什么?

(3)“营养片”的消费心理价格订在多少合适?18元、28元、40元。

(4)您对”营养片“最喜欢和担心的是什么?

(5)您的消费心理是什么?有何购买习惯?

(6)“营养片”的独特卖点是什么?

(7)“营养片”的包装是否受欢迎?

2、次要调查内容:(用观察、分析法)

(1)用户的特点调查:人口,规模,分布,构成,变动情况,城市,农村,主要用户,次要用户,地址,电话。

(2)影响用户因素：购买力大小，社会风俗，习惯，文化水平，民族特点，购买特点购买什么样的产品。

(3)用户的需要调查：现实需要，潜在需要，意识到但未及时购买，未意识到但以后会购买，不购买。

(4)产品在销售区是独家不是多家，产品是否满意；若不满意原因是什么；产品畅销还是滞销原因。

(5)产品处于生命周期中那一阶段，是否有转折危机感。

(6)价格在市场上有无竞争力？用户对价格反映？市场中价格优势对哪些产品有利？对哪些产品不利？哪些产品好买？哪些代销？价格波动有多大发展趋势如何。

(7)企业销售量是否适应环境需求，现有渠道是否合理？如何扩大销售渠道减少中间环节？如何正确选择广告媒体，广告效果如何？营销组合策略是否妥当效果如何。

(8)竞争环境怎样，竞争的力量，竞争结构与规划，竞争内容与手段对手基本情况。

各地市场、经销商、经销点、商店，生活小区等

(1)9月1日—9月3日，设计主要调查问卷、调查表，策划经理负责安排，设计师主办。

(2)9月1日—9月2日，用文案调查法，进行与营销部沟通，说明调查原因和重要性，友好地与其配合搞好营销工作，共同提高销售，索取营销部门汇编的市场资料(客户订货单、销售额、销售分布、销售损益表、库存情况、产品成本等)进行调查登记，策划经理负责安排，策划主管主办。

(3)9月3日—9月4日，用观察法，直接到市场、经销商、经销

点、商店观察、拍数码照片、行为记录调查。作好工作日记，策划经理负责安排，策划主管主办。

(4)9月3日—9月10日，用访问法，直接到经销商、经销点、商店、中老年用户进行面谈访问，填调查表，调查问卷，作好工作日记，策划经理负责安排，策划主管主办。

1. 您是从哪里得知这一消息?()
2. 您是否听说过我们的新产品“醒酒丹”?()
3. 您是否有过糖尿病史?()
4. 您亲戚朋友是否有过糖尿病史?()
5. 您是否希望尽快得到治疗?()
6. 您是否希望帮助亲戚朋友尽快得到治疗?();
7. 您对送礼送健康是否也有认同感?();
8. 您愿意购买我们的“营养片”吗?();
9. 您的其他感想是什么_____。

请你留下患者的具体名字____，年龄____，地址____，电话____，以备日后我们赠送礼品和跟踪治疗。

我们日后将不定期对你进行赠送礼品或惊喜。

社会调查方案篇五

社会调查方案设计要怎样写?以下文书帮小编为大家整理的社会调查方案设计，希望大家喜欢!

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。

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。

1、大学生的消费结构；

2、大学生的消费观念。

(一) 调查范围

因为大学生的消费不同于中学阶段，也不同于家庭消费，每个大学生都会因各种原因进行各种消费，具有普遍性，因此全体在校学生都是调查对象。

(二) 调查地点

西北农林科技大学北校区宿舍楼

以宿舍楼为单位进行抽样调查，每个宿舍楼随机调查40名同学。

(一) 资料收集

资料收集后用从问卷上得来的数据进行粗略计算，计算出不必要花销占总花销的比例，根据不同比例，进行人数统计，从而得知大学生的消费情况。并通过其他问题，摸清大学生的消费结构与现状，了解大学生的消费观念与价值观。

- 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、积极的工作精神及职业热情。
- 4、 访员要具有把握谈话气氛的能力。

培训必须以实效为导向，本次调查其人员的培训决定采用集中讲授的方法，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。并对他们进行思想道德方面的教育，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。

(三)人员安排： 调查问卷与工具准备：2名 调查人员：4-8名

资料整理与数据分析：2名 调查报告撰写：1-2名

附：大学生消费情况调查问卷 亲爱的同学：

感谢你抽出宝贵的时间来完成这份问卷，这份问卷为了了解大学生的消费结构与观念，采取无记名方式进行，请你真实认真地回答下面的问题。谢谢你的合作！

1. 请问您一个月的'生活费是多少()

a.300元以下 b.300——500元 c.500——1000元 d.不定，视情况而定。

2. 您的生活费来源于哪()

a.父母寄的 b.打工挣的 c.两者皆有 d.其他来源 3. 您的主要消

费支出()

a.吃饭 b.电话通讯 c.学习 d.衣服用品 4. 您有手机没()

a.有 b.没有(如果您没有不用回答以下5, 6题) 5. 手机来源于哪()

a.父母买的 b.亲戚朋友送的 c.自己打工挣的 d.其他来源 6. 每月手机费多少()

一、 调查背景

进入21 世纪随着适龄人口的不断增加，各高校不断增加 大学生的招生规模，相应地，各研究生招生机构也随之扩大研究生招生数量。本科毕业生越来越多，社会竞争日益激烈，就业压力越来越大。

在这种形势下，考研逐渐成为众多莘莘学子的选择。即将走向社会抑或正在校园学习的大学生都将目光瞄向了考研。考研升温已成为不争的事实，有人将其称为高考之后中国第二大考试。

在就业形势严峻的背景下，考研成了许多应届大学生的曲线圆梦之道。据教育部统计，2012年全国共有165.6万余名考生报名考研，比2011年增加9.6%，再创历史新高。

通过本次问卷调查，进一步了解太原市大学生在“考研热”环境下考研的情况，对于考研所持有的不同的态度，了解影响学生选择考研的因素，以及考研过程中可能出现的问题，进一步研究大学生的心理动机，以便帮助大家结合自己的情况正确地分析自己，做出理性的选择，对大学生考研提供一定的帮助。

太原市各大学本科生

调查内容：太原市大学生考研情况

调查工具：问卷调查、访谈(问卷见附件)

调查方式：直接调查为主结合间接调查、抽样调查

调查方法：问卷法为主、结合访谈法、资料分析法

1、以问卷调查为主，具体实施方法如下：在完成调查问卷的设计和制作的相关工作后，就可以开展具体的问卷调查了。把调查问卷平均分发给被调查人，统一选择早晚自习，中午，课间开始进行调查(因为这段时间学生们比较集中，并且有空闲时间可以参加调查，便于我们调查的开展与实行)。调查员应对随机选定的调查对象说明来意，并特别声明本次调查为匿名调查，这样可以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。调查员可以在当地当时收回问卷

2、以访谈为辅助调查，具体实施方法如下：由于调查形式不同，对调查者所提出的要求也有所差异。调查员在访谈前要事先做好充分的准备、列出调查所要了解的所有问题。调查员在访谈过程中应占据主导地位，把握着整个谈话的方向，能够准确筛选谈话内容迅速的做好笔记以得到真实有效的调查结果。

3、通过网上查询或资料查询统计资料；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。因为其简易型，该工作由撰稿人完成。

调查大致可以分为准备、实施、研究、总结四个阶段。

1、准备阶段：

搜集资料，设计调查问卷，并且对调查员进行培训

对修改好的问卷进行市场调查

将收集的信息进行汇总、归纳、整理和分析，运用所学的统计分析方法，对搜集的资料进行结果分析。

将调查结果以书面的形式——调查报告表述出来，并进行评估。

按调查的实施程序，可分为七个小项来对时间进行具体安排：

问卷的初步设计-----2天左右

问卷的试调查，问卷的修改-----5天左右

实地访问阶段-----1周

数据统计分析阶段-----1周

调研报告撰写阶段-----1周

-----关于太原市大学生考研情况的问卷调查

班 级： 风险管理与精算 参赛队员： 吉圆丽 李鹤