

姓李的调查报告格式(模板5篇)

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。报告的作用是帮助读者了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

姓李的调查报告格式篇一

了解会计人才需求及公司对会计人员的要求以便以后再学习中提高自己

2、调查对象和范围

并州饭店人才市场招聘有关会计岗位的单位

3、调查内容

主要调查招聘单位各企业对会计人员的学历水平，职称要求及经验等要求。

4、调查方法

通过现场与招聘人员沟通交流及上网调查。

一般的个体及规模较小的民企在三人以下，而中外合资及规模较大的民企一般在三人以上。这表明市场对会计人才还是有一定要求的。不同规模的企业对会计岗位的人才需求不同，规模大的企业需要的会计人才更多。通过调查关于市场对会计人员的要求我总结出以下几点：

(1) 对职称的要求：100%的企业要求会计人员具备会计从业资格证，大部分的企业还要求会计人员具备中级职称。

(2) 实事求是的工作作风，高度的责任心，严谨认真的工作态度。

(3) 团队协作的素质以及良好的沟通、表达协调能力。

(4) 办公自动化操作能力，计算机操作能力。

这表明从事会计工作的人员，必须具备会计从业资格。高校会计培养也要注重对初级职称的人才的培养。在会计类招聘中，大部分企业要求是大专学历，更注重的是经验。表明学历不再是惟一的准绳，企业更青睐应聘者的工作经验。经验代表了能力，市场真正需要的是有能力的会计人才。因为对于会计人员，进公司如果马上计划内投入工作，就可以免去公司的一部分培训成本，毕竟一些基本的会计核算工作是做出来的，不是研究出来的，自然学历在一些初级会计岗位就显得不是那么重要了。

1、取的会计从业资格证书，拥有较扎实的专业知识。

2、对于财务会计工作的相关知识，技能和相关的学科如经济学税收、营销管理、法律等也有所了解。

3、拥有较好的学习能力，敢于接受新鲜事物。

4、在校期间，进行了会计实务操作，有较强的动手能力。

通过这次调查，我认为我自己在英语这方面还需提高，为此我计划把英语过了四级，另外我还计划暑假找一份与会计专业有关的岗位进行实训，一方面可以把实际与理论相结合，另一方面还丰富了自己的暑假生活。

针对这次调查我认为我们学校的课程安排的还比较合理，根据市场对会计人员的要求，为我们设计了合理的教学方案，非常感谢院领导的良苦用心。如果还能再加强理论功底与实

践能力进一步结合，强化电算会计，专业课每门课程配套模拟实训，与企业联合办学那将会更好。

姓李的调查报告格式篇二

对于酒店企业所支付的薪酬水平来说，由于市场信息不透明所产生的资源浪费有两种情况：企业薪水相对于市场水平过高，薪酬水平成为企业的负担；企业薪酬水平较低，失去对外部人才的吸引力和对内部员工的激励作用，进而造成人才短缺，失去市场上的竞争优势。这两种情况下都会造成企业运行效率的下降。

（二）。酒店业薪酬信息现状

酒店行业是一个劳动密集型的行业，相较于其他行业而言，酒店从业人员具有非常大的流动性。一般而言，从业人员的流动会从某种程度上增加市场信息的透明度。但是，酒店行业是一个非常注重企业薪酬保密性的行业，行业惯性在很大程度上约束了薪酬信息的传播，同时，人员流动的随机性，更使得信息实现充分透明需要较长的一段时间。

另外，酒店行业的薪酬带宽是比较明显的，尤其到了高端，市场薪酬水平差

异最高可达数十万元。薪酬的区域性差别也是非常大，某些经济发达地区的同类职位的薪酬是经济欠发达地区的十数倍。因此，许多酒店企业在扩张过程中，在酒店筹建过程中都希望按照不同地区的市场水平构筑自身的薪酬体系，但往往苦于没有市场数据可供参考。

近几年来，其他行业薪资水平都随着经济的高速发展不断提高，酒店行业原有的薪资优势消耗殆尽。酒店业的薪酬信息在市场上被动地随机流动，酒店企业无法对信息进行聚合与使用，这就需要这样一种活动，使得薪酬信息能够主动流动，

并被企业所共享。酒店员工也希望通过自身薪酬与市场水平的比较，了解自身的职业位置，争取应得的薪酬给付，平自我价值，进行职业生涯规划。

（三）调查方法

本次薪酬调查采用的方法主要是问卷调查法。

（四）调查对象

本报告的调查对象为一线服务人员，包括餐饮服务人员、客房服务员、pa、商务中心文员、咨客、前台接待等酒店一线部门员工。

（五）职位描述

- 1、遵守本企业和本部门的规章制度，完成部门分派的工作任务和工作指标。
- 2、积极参加培训，不断提高服务技能，时刻保持仪表整洁，正确使用服务敬语，不断塑造自身和树立企业的形象。
- 3、参加部门内的定期组织召开的部门会议，总结工作情况，及时反馈工作中出现的问题。
- 4、完成本职工作的同时做好领导交办的临时任务。

通过对企业内部员工发放问卷获得原始数据发放问卷100份收回92份回收率为92%其中有效问卷90份有效率为90%有效回收率为90%)对数据进行归类、整理，得出以下分析结果。

（一）图表结果

（其中：1为男性，2为女性）

（其中：1为大专学历，2为高中学历，3为高中以下，4为本科）

（其中：1为不满意，2为一般，3为满意）

企业员工对现有薪酬满意度分析。

第一，对现行薪酬制度的总体感觉。只有38.1%的员工表示非常满意，而不满意的员工比例达到了53.91%。此外，从公平性、激励性、对人才吸引力三个纬度进行的调查结果也表明，各个纬度的满意度均较低。满意度调查说明现行薪酬制度存在一些问题，有必要重新设计薪酬制度。

第二、其他方面。在对现行薪酬的结构态度、对现行福利政策的的态度、岗位分析与评价和竞聘上岗的态度、对现行薪酬公平感的感受、竞争淘汰机制、对待薪酬改革的态度等方面的分析结果，满意度均非常低，多数员工要求对现有薪酬制度进行改革，重新设计企业的薪酬体系。

（二）存在问题及成因分析

结合现有薪酬状况和薪酬制度可总结主要不足之处在于

- 1、平均主义。现有薪酬制度缺乏公平性，部分岗位的薪酬拉开差距，相同岗位的工资差异较大也让员工感到不满。
- 2、激励不够。员工薪酬普遍较低，通过薪酬系统来激励员工的责任心和工作积极性是最常见、最有效也是最常运用的方法。而目前企业采用相同的工资制度、工资结构，工资制度与岗位性质的结合度也不够，没有其他的激励方式来承认员工的工作成就和贡献大小，激励手段单一，不能满足各种层次员工的需要。
- 3、同工不同酬。现有的薪酬制度针对正式员工和外聘员工制

定了不同的工资标准，正式员工在同一岗位工资相差也很大，同工不同酬的问题严重挫伤了这些员工对公司的归属感，也影响了他们工作积极性，在与公司的短期合同期满后，很多员工都选择离开公司。

（一）分析定位

本报告分别从酒店星级和企业性质两个维度对酒店行业的薪资分布进行了考察。在使用本报告的信息来调整企业内部薪酬结构时，企业需要根据酒店星级和企业性质对市场薪酬水平进行对比。

（二）职位匹配

由于每个企业的'同一个职位的工作内容、工作性质和岗位级别均存在一定的差异，我们在提供薪酬信息的同时还提供了职位性质信息，在进行职位匹配时，请先仔细阅读职位描述，该信息提供了本职位通常的工作内容和职责；然后详细审核自己公司的职位内容，最终确定是否与市场标准职位相匹配。一般而言，如果客户企业内部职位与基准岗位有约70%的内容是相似的，即可以认为达成了较好的匹配。

（三）对比分析

姓李的调查报告格式篇三

甲方企业：

乙方员工：

鉴于乙方知悉的甲方商业秘密具有重要影响为保护双方的合法权益，双方根据国家有关法律法规本着平等自愿和诚信的原则，经协商一致达成下列条款双方共同遵守：

一、乙方义务

1. 未经甲方同意在职期间不得自营或者为他人经营与甲方同类的行业。
2. 不论因何种原因从甲方离职离职后2年内不得到与甲方有竞争关系的单位就职。
3. 不论因何种原因从甲方离职离职后2年内不自办与甲方有竞争关系的企业或者从事与甲方商业秘密有关的产品的生产。

二、甲方义务

从乙方离职后开始计算竞业限制时起甲方应当按照竞业限制期限向乙方支付一定数额的竞业限制补偿费，补偿费的金额为乙方离开甲方单位前一年的所得收入，补偿费按季支付由甲方通过银行支付至乙方银行卡上，如乙方拒绝领取甲方可以将补偿费向有关方面提存。

三、违约责任

1. 乙方不履行规定的义务应当承担违约责任一次性向甲方支付违约金，金额为乙方离开甲方单位前一年的基本工资的5倍同时乙方因违约行为所获得的收益应当还甲方。
2. 甲方不履行义务拒绝支付乙方的竞业限制补偿费甲方应当一次性支付乙方违约金人民币x万元。

四、争议解决

因本协议引起的纠纷由双方协商解决，如协商不成则提交仲裁委员会仲裁。

五、合同效力

本合同自双方签章之日起生效，本合同的修改必须采用双方同意的书面形式。

双方确认已经仔细阅读过合同的内容并完全了解合同各条款的法律含义

甲方签章： 乙方签名：

年月日

姓李的调查报告格式篇四

根据《森林资源资产评估技术规范(试行)》要求，林木资产评估分别不同树种、不同经营类型采用不同的方法进行评
估，成、过熟林采用市场价倒算法评估，因此，本次评估采用市场价倒算法进行。

(一)评估方法说明

市场价倒算法又称剩余价值法，它是将被评估森林资源资产砍伐后所得木材的市场销售总收入，扣除木材经营所消耗的成本(含税、费等)及应得的利润后，剩余的部分作为林木资产评估价值的一种方法。其计算公式为：

$$p=w-c-f$$

式中 p ——评估值；

w ——木材销售总收入；

c ——木材生产经营成本；

f ——木材生产经营利润。

市场价倒算法一般按照以下步骤进行：

(1) 根据确定的评估范围确定林木资产的蓄积量并计算原木产量与其他产品的产量。

原木产量=蓄积量×原木出材率

(2) 调查林木资产产出产品的市场价格，得到总的销售收入。

销售总收入=产品产量×产品单价

(3) 计算木材生产的成本、费用和税金。

(4) 计算生产经营成本与利润，得到评估值。

木材生产经营利润=生产经营成本×生产经营成本利润率

评估值=销售收入-木材生产成本、费用和税金-木材生产经营利润

(二) 林木资产预期收入估算

1. 取得被抽查评估对象的实物数量资料

经调查得到如下资料：栎树50株，银杏19株，五角枫4株，落乔9；落叶小乔木：紫叶李**株，碧桃13株，梨树5株，山杏2株；落叶灌木林连翘8株，榆叶梅18株，贴梗海棠4株，紫薇2株，紫丁香30株；针叶林：油松10株，白皮松8株，条桧12株，火炬13株，其他树种：华北卫矛1株，紫色小柏面积15平方米。

表被评估对象实物量调查表

表4杨树：

径阶(cm)

85

79.5

70

60

52

47

40.5

株数 (株)

6

25

34

15

8

6

8

表5白蜡:

径阶(cm)

63

62

60

55

54

48

株数(株)

1

3

3

1

2

2

表6银杏:

径阶(cm)

73

70

68.5

67

65

60

株数(株)

2

5

4

3

3

2

2. 根据取得的适用的木材出材率表计算各材种出材量

结合被评估林木资产的林木平均树高等资料，得到以下适用的出材率表(表)、并计算各材种出材量(表4)

表7**省木材出材率表(节选)

径阶(cm)

18

20

22

24

26

28

30

32

34

36

平均高[m]

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

单株材积[m³]

0.1764

0.2123

0.2537

0.3**3

0.3722

0.423

0.4819

0.5568

0.6**

0.6819

合计[m3]

67

67

68

71

72

73

73

74

75

76

规格材[m3]

43

47

50

58

59

61

62

63

65

66

其中：大径

6

24

30

39

42

4

49

中径

15

38

35

31

23

21

20

17

小径

43

47

35

14

41

非规格材[m3]

24

20

18

13

13

12

**

**

10

10

其中：小径

17

14

13

10

**

10

10

10

10

10

短小

4

4

3

3

2

2

1

1

直柄

3

2

2

表4各径级出材量计算表

径阶(cm)

22

24

26

28

30

32

34

合计

径阶材积[m3]

76.**

124.52

223.32

338.4

337.33

278□4

244.4

1622.48

合计[m3]

51.754

88.4092

160.790

247.032

246.2509

206.016

183.3

**83.55

规格材[m³]

38.055

72.2216

131.759

206.424

209.1446

175.392

158.86

991.856

其中：大径

7.4712

53.5968

101.52

131.5587

**6.928

109.98

521.055

中径

**4165

47.3176

78.162

104.904

77.5859

58.464

48.88

426.73

小径

26.6385

17.4328

0

0

0

0

0

44.071

非规格材[m3]

13.6998

16.1876

29.0316

40.608

37.1063

30.624

24.44

191.697

其中：小径

9.8943

12.452

24.5652

33.84

33.733

27.84

24.44

166.76

短小

2.2833

3.7356

4.4664

6.768

3.3733

2.784

0

23.41

直柄

1.5222

0

0

0

0

0

0

1.52

3. 依据木材市场对应价格计算木材销售收入

总销售收入计算过程见表5。

表5木材销售收入计算表

材料规格

经济材合计

规格材

大径

中径

小径

非规格材

小径

短小

直柄

单价（元）

370

260

140

90

60

40

材积[m3]

**83.55

991.86

521.05

426.73

44.07

191.7

166.76

23.41

1.52

销售收入（元）

326384.35

309910.02

192790.24

**0949.8

6169.98

16474.33

15008.8

1404.64

60.89

(三) 木材生产成本、费用与利润估算

1. 木材生产成本、费用参数

木材经营成本包括制造成本，管理费用，销售费用，税、金、费等。

(1) 制造成本。

1) 直接人工费。按下达各采育场、采购站的检验员、龙吊人员、零星用工的工资计划测算，平均为7.31元/立方米。

2) 生产准备费用。按当地的生产作业条件测算，主要包括汽车便道、拖拉机道、担筒道、溜山道开设，维修工棚等费用，假设本项目的准备费为零。

3) 燃料动力费。按19xx公司下达各采育场的木材生产燃材料、龙吊燃材料的消耗标准测算，结果为4.9元/立方米。

4) 运费。按林木资产所在地到市贮木场的运距为20公里。运价标准按采购站的运价标准，测算结果为：松木0.5元/(立方米·公里)，即为10元/立方米。

5) 不可预见费。按3元/立方米计算。

6) 制造费用。忽略不计。

(2) 管理费用。按1998年本部实际发生的管理费用即按销售收入的4.2%提取，松杂综合材不提。

(3) 销售费用。按销售收入的1.5%计提。

(4) 税金费。

1) 育林费、维简费按销售收入的20%计算。

2) 特产税按标准计算，为销售收入的15%。

3) 税金附加、城建税、教育附加费、基础设施费按特产税的15%计算。

4) 社会事业发展费、公路基金按销售收入的0.3%计算。

5) 其他费用包括：林业保护费5.2元/立方米，林业管理费0.5元/立方米。

2. 木材生产成本、费用计算

(1) 制造成本= $(7.31+4.9+10+3) \times 1183.55+0=29837.30$ (元)

(2) 管理费用; $326384.35 \times 4.2\%=13708.14$ (元)

(3) 销售费用; $326384.35 \times 1.5\%=4895.77$ (元)

(4) 育林与维简费= $326384.35 \times 20\% = 65276.87$ (元)

(5) 特产税： $326384.35 \times 15\% = 48957.65$ (元)

(6) 税金附加等= $48957.65 \times 15\% = 7343.65$ (元)

(7) 社会事业发展费等= $326384.35 \times 0.3\% = 979.15$ (元)

(8) 林业保护与管理费= $(5.2 + 0.5) \times 1183.55 = 6746.24$ (元)

木材生产成本、费用合计= 177744.77 元

3. 木材生产利润

据调查，林业木材生产的成本费用利润率为8%，则

木材生产利

润= $(29837.30 + 13708.14 + 4895.77) \times 8\% = 3875.30$ (元)

(四) 评定估算

该小班平均每亩的评估值= $144764.28 \div 230 = 629.41$ (元/亩)

评估对象的总评估值= $3500 \times 629.41 = 2202935.00$ (元)

(五) 说明与假设

(1) 本次评估出的林木资产价值是以xx省现行的林业政策，在当前的林木生长水平和木材价格水平下确定的。如果林业政策有变化，木材价格有较大幅度的变化，林木资产价值也会有较大的变化。

(2) 各小班山场的作业条件由评估人员根据地形图判断确定，进行伐区设计，按生产定额测算各块山场的委托生产费用和生产准备费用，从而确定各块小班的经营成本。

姓李的调查报告格式篇五

创新致远。

诚信立足。

铸一流形象。

石头变成金。

遵守厂规厂纪。

成就团队辉煌。

只有跑在前面。

人能百忍自无忧。

五湖四海聚一厂。

百川汇海可憾天。

得客户者得天下。

人才就是第一资源。

拼搏因生活而永恒。

得意时应善待他人。

以厚德载物团结拼搏。

乱丢乱吐，文明全无。

优质建设，以质为根。

优质产品，丰厚成果。

品质为本，财富为果。

一丝之差，优劣分家。

诚信立足，创新致远。

手牵手，发扬优质精神。

宁可因高目标而脖子硬。

立足新起点，开创新局面。

每天进一步，踏上成功路。

团结一条心，石头变成金。

留意多一点，问题少一点。

助我人生成长立足新起点。

开创新局面您的自觉贡献。

争取最大效益创优质品牌。

每天进一步，踏上成功路。

高效创收同心才能走得更远。

有一份耕耘，就有一份收获。

自检互检，确保产品零缺点。

敬业--专业执着，精益求精。

产品与产品的差异在于细节。

就没有竞争力要想不被淘汰。

营造团队精神塑造人的品质。

心态正，事业成，不成也成。

合格的员工从严格遵守开始。

激情——乐观向上，永不言弃。

累积点滴改进，迈向完美品质。

要有好的灌溉，才有好的成果。

做好品质记录，打好品管基础。

以科技为动力，以质量求生存。

没有品质，便没有企业的明天。

每天自我检讨，品质自然更好。

杜绝不良思想，发扬优质精神。

塑造人的品质，建立管理根基。

企业以人为本，员工以厂为荣。

保持环境清洁，做位可爱的人。

遵守厂规厂纪，争当优秀员工。

适应公司的日常变化，不抱怨。

要有好的灌溉，才有好的成果。

勇于承认错误，敢于承担责任。

要想不被淘汰，只有跑在前面。

培育礼仪员工，创造文明团队。

持诚信互利共荣，以厚德载物。

培育礼仪员工，创造团队精神。

态度决定一切，细节决定成败。

培养优质素养，提高团队力量。

团队精神，是企业文化的核心。

同德才能走得更近团结一条心。

才有公司的辉煌力求一次做好。

严格遵守开始最大的破产是绝望。

情同手足友谊长一等二看三落空。

建立管理根基科技是第一生产力。

争当优秀员工只有勇于承担责任。

众志成城比金坚持诚信互利共荣。

您的自觉贡献，才有公司的辉煌。

才能承担更大的责任强化竞争意识。

帆落船停，帆鼓船进企业以人为本。
员工以厂为荣，生活因拼搏而存在。
失意时你会需要他们合格的员工从。
我们的理念是没有最好，只有更好。
一想二干三成功质量是帆企业是船。
五湖四海聚一厂，情同手足友谊长。
有品质才有市场，有改善才有进步。
你思考，我思考，品质提升难不倒。
找方法才能成功，找借口只会失败。
品质你我做得好，顾客留住不会跑。
预防保养及时做，生产顺畅不会错。
细心、精心、用心，品质永保称心。
上下沟通达共识，左右协调求进步。
一个疏忽百人忙，人人细心更顺畅。
整理整顿做得好，工作效率步步高。
事不三思总有败，人能百忍自无忧。
今天工作不努力，明天努力找工作。
创造变化，并带来绩效突破性地提高。

我们的理念是：没有最好，只有更好。

企业的成功来自于每一位员工的付出。

热爱工作，顾全大局，不计较个人得失。

和传统的昨天告别，向规范的未来迈进。

生活因拼搏而存在，拼搏因生活而永恒。

品质是生产出来的，不是靠检验出来的。

创新突破稳定品质，落实管理提高效率。

顾客是我们的上帝，品质是上帝的要求。

时时寻求效率进步，事事讲究方法技术。

没有措施免谈管理，没有计划如何工作。

品质，企业未来的决战场和永恒的主题。

行动是成功的开始，等待是失败的源头。

转变观念转变作风，让企业文化生生不息。

得意时应善待他人，失意时你会需要他们。

讲究实效、完善管理、提升品质、增创效益。

面对变化，理性对待，充分沟通，诚意配合。

在工作中有前瞻意识，建立新方法，新思路。

自我提升、良性竞争，相互欣赏、相互支持。

爱护公物，珍惜资源，勤俭节约，共同发展。

以厂为校，以厂为家；互相学习，互相关怀。

今天的事不推到明天，遵循必要的工作流程。

全员参与，强化管理，精益求精，铸造品质。

勤俭节约、爱护公物，以厂为家，共同发展。

以人才和技术为基础，创造最佳产品和服务。

争做一流员工，共造一流产品，同创一流企业。

态度决定行为，行为培养性格，性格决定命运。

为自己养成一个好习惯，给别人留下一个好印象。

持续改善是企业文化的精髓迎接变化，勇于创新。

持续学习，自我完善，做事情充分体现以结果为导向。

人才第一，追求一流，引领变革，正道经营，共存共赢。

不断设定更高的目标，今天的最好变现是明天的最低要求。

以积极乐观的心态面对日常工作，不断自我激励，并获得成功。

上班时间只做与工作有关的事情，没有因工作失职而造成的重复错误。

企业口号 | 企业标语 | 公司口号 | 品质口号 | 企业文化口号 | 企业文化标语

企业口号 | 企业标语 | 公司口号 | 品质口号 | 企业文化口号 | 企业文化标语