

最新家教服务公司的调查报告(汇总8篇)

实践报告是对自己实际操作的一种评估和概括，可以帮助我们发现自己的优点和不足，为今后的学习和工作提供指导和借鉴。下面是一些优秀竞聘报告的范文，供大家参考和借鉴。

家教服务公司的调查报告篇一

第一条服务规范：

1. 仪表：公司员工应仪表整洁、大方；
3. 用语：在任何场合应用语规范，语气温和，音量适中，严禁大声喧哗；
4. 电话接听：接听电话应及时，一般铃响不应超过三声，如受话人不能接听，离之最近的职员应主动接听，重要电话作好接听记录，严禁占用公司电话时间太长，工作时接听私人电话不得超过5分钟。

第二条关于公司工作服和其它劳保用品发放的规定：

1. 公司工作服和其它劳保用品由行政部统一(购买)和发放；
2. 对于公司工作服装，任何部门和个人不得随意更改；
3. 工作服要按公司要求统一着装，妥善保管，遗失自费补做；
4. 穿着工作服即代表公司之精神，必须保持整洁；
5. 上门维修电脑时必须着工作服、佩戴工号牌、注重仪表；
6. 离职员工如领用服装应即缴还，如未缴还者，在其薪资内扣还；

第三条办公秩序

第四条公司物资管理条例

1. 公司物资分为低值易耗品、管制品、贵重物品、实物资产；
2. 低值易耗品：笔、纸、电池、订书钉、胶水等；
3. 管制品：订书机、打洞机、剪刀、美工刀、文件夹、计算器等；
4. 个人保管物品：个人使用保管的三百元以上并涉及今后的费用开销的物资；
5. 实物资产：物资价格达300元以上，如计算机、照相机。

办公用品物资采购

1. 公司办公用品物资的采购，由行政部统一购买，属特殊物资经总经理同意，可由财务部购买。申购物品应填写物品申购单，300元以内物品申购由部门主管同意，；300元以上(含300元)部门主管同意，行政部审核，总经理审批。
2. 物资采购由财务部专人负责，并采取以下方式：
 - 1) 定点：公司定大型超市及百货市场进行物品采购。
 - 2) 定时：每月月初进行物品采购。
 - 3) 定量：动态调整，保证常备物资的库存合理性。
 - 4) 特殊物品：选择多方厂家的产品进行比较，择优选用。

第五条附则

1. 新进人员到职时有行政部门通知，人员离职时，必须向行政部办理办公物品归还手续，未经认可的，不得将其办理离职手续。
2. 行政部有权控制每位员工的办公物品领用总支出。
3. 必须严格服从公司分配的各项任务、不得损毁公司形象、透露公司机密。
4. 公司一切物品不得私自拿取，如需要须填写领取单。损坏公司财物者照价赔偿，偷盗公司财物者将按辞退处理。

第六条管理体制

1. 员工值日：公司依据自身情况，设立公司值日制度；
2. 遵守公司纪律，有事须先请假，按时交接班，以便安排临时代替人员；
3. 办公场所禁止吸烟，违者罚款50元。

家教服务公司的调查报告篇二

高比例、中效果、低利益

二、内容提要

如今，中小學生請家教已經不是什麼新鮮事了，我們經過這一次的調查，總結出了目前家教的三個特點。第一，讀家教的人群在學生中占了高比例；第二，家教的效果中等；第三，家教對正常的教育工作是低利益的。

三、簡介

7月28日我们制定了一份详细的计划，次日，调查小组开始行动。根据计划，我们首先打印了一份问卷调查（见附页1），8月6日至16日我们深入社会，到本市的新华书店等地进行调查。接下来，我们对调查结果进行了整理和数据分析（见附页2），发现请家教的同学的确很多，学历，年级对家教的影响很大。学生读家教的原因集中在学生自己或是家长身上，对老师基本上没有意见。家教的内容也集中在文化课上。至于经费，不同的学历，不同的年级各有不同，同学们对家教的印象也各不相同。半数以上的同学认为家教对自己有用。几乎所有的同学认为家教比补课班舒服，并且效果明显比补课班好。但是同学们对于家教的利弊看法各不相同，众说纷纭。经过这一番调查，我们发现大家对家教并不排斥，并有一定的依赖性。最后，我们对这一次调查进行了一番总结，发现我们得到了一笔无形的财富，让我们大家一起来分享这笔财富吧！

四、报告正文

炎炎暑假，本该是学生和老师最悠闲的日子，可事实上，许多学因为要读家教，显得比平时上课更忙、更累。很多同学请了不止一处家教，因此每天就像赶场子一样，在烈日下，从这一家赶到那一家，非常辛苦。

我们在近日的调查中发现，所有被抽样调查的48名同学中，有16人在读家教，比例占到33.3%。在我们所调查的小学生中，只有一个在读家教，初中生中读家教的占37.1%，高中生高达66.7%（见图表一）。另外，我们可以从中看出学历的高低对家教情况影响非常大。据了解，初三和高三请家教的同学要比初一、初二、高一、高二，多了近一倍。这也无疑增加了毕业班学生的负担。

根据我们的调查，我们不难看出，大多数学生请家教的原因是自己上课没听懂（见下图）。有的是被家长逼着去的，也有一些同学是随大流，认为别人都在请家教，自己没请会吃

亏的`心理状态依然屡见不鲜。这种心态虽然不可取，但是在这个竞争激烈的时代中，这也是无法避免的。另外，大多数同学的目的也反应出学生本身上课不认真，在正常的教学过程中不好好学习，却对家教有过多的依赖，这并不值得肯定，并且，对正常的教育方式似乎有所违背。不过，也有同学表示，读家教既为补习没有掌握的知识，又为学到一些新的课本上没有的内容，这能使你厚积薄发。笔者认为，这个理由倒是比较可取的。

至于找家教的途径，不外乎老师介绍，同学介绍，家长朋友介绍，亲戚介绍这几种，一般不会太难说通。但若是遇上一些德高望重的资深教师，那么学生家长就不得不煞费苦心托关系，走后门，还必须先下手为强，几经周折，才有可能挤上一挤。不过这些教师带的学生很多，就很可能出现学生把家里各个角落挤满的情况，总是不舒服的，而且效果不见得好，所付的学费却会特别昂贵。

据调查，学生家教的内容多是文化课，其它家教几乎无人问津。在文化课中尤以数学为重。75%的学生表示自己请了数学家教。其次是英语，也有50%的人问津，从图中，我们也能看到，家教市场的重理轻文现象。经过我们对数据的整理（图表二），我们吃惊的发现，仅有37.5%的同学读一门家教，25%的同学请了三门以上家教。甚至发现有一位姓刘的同学，包揽了语文、数学、英语、自然（理化），和其它项，难怪现在的学生叫苦连天，这也是原因之一吧。

但是，许多同学对家教的印象还是比较好的。几乎所有人都认为读家教比读其他补习班舒服，无论是炎炎的夏日，还是寒冷的冬天都会有空调可吹，再加上普通家教人比较少，听课效果就比较好。而且家教老师比较有耐心，负责，自然比补习班好。但有些名师所教的学生就不这么认为，他们会觉得家教与补习班差不多，人特别多。

谈到经费问题，一半的同学都还可以接受，但也有许多人说

太贵，认为家教便宜的寥寥无几。小学一般是25—35元每节课，初中则是40元或50元每节课，一节课一般2个小时。也有一些认为收费贵的同学说，他们读的家教是50元/1.5个小时。不过令人欣慰的是，在调查过程中，我们还是发现一位读初三的蔡同学的家教是免费的。至于高中，则是50元到80元不等。

同学们这么辛苦地赶场，当然是希望能够提高成绩，但是，当我们了解以后，发现结果并没有想象中的这么好。虽然半数以上的人认为家教有作用，但仍有31.3%的同学认为家教对自己并没有什么作用（见下图）。可是，为什么在这么好的条件下，仍是没有作用？既然觉得没有作用，又为什么要继续下去呢？问到这些，同学们也无言以对。原因应该是多方面的，家长、老师，同学本身都可能影响家教学习的质量。这样看来，家教的收益只能说是中等。认为有作用的罗同学说家教使她的成绩提高了不少，而且知识面也比以前广，要感谢家教老师。我们可以看到，若是有一个好的家教老师，对同学们的帮助也是相当大的。

那么，家教对社会是利是弊呢？这一点同学们众说纷纭。宋同学认为家教对教育工作当然是好的，多了学习和提高的机会。钱同学认为家教使同学有再听一次的机会，能更好的掌握知识，老师也乐意耐心的教导。邵同学则认为家教对教育工作光弊无利，作为老师，其教学目的更改不说，更影响了正常的教学工作，将教育中心转移。罗同学认为如果一个学生读家教有一点进步，就会有許多同学追随而至，导致家长和学生不顾实际情况，盲目随从，使这种社会习气蔓延在学生群体中。

虽然大多数学生对读家教都会报怨，说赶来赶去太辛苦，课业负担太重，课余时间都耗在上面了，但是，大家仍然愿意读家教，为了学习也没办法。

无论家教利弊与否，相信将来许多同学仍会选择读家教来提

高自己的学习成绩的。

家教服务公司的调查报告篇三

调研人： 班级：

创业项目： 家教服务公司

创业内容分析：

一、市场分析

什么是“家教”呢?顾名思义，家教即为家庭教育。进一步思考，家庭教育多数情况下指代的是家庭中上辈对下辈的成长教育，包括(功课)学习教育、思维教育、方法教育、道德教育、行为教育等等多方面。可见：家教(家庭教育)是一个具有着方面性的、系统的教育内容。系统，指的是家庭教育，这里尤其指的是学习的辅导与教育与家庭其它方面的教育有着不可分的联系，同时这种教育更不是一蹴而就的，更不能好高急功，欲速则不达。

同时，家庭教育仅仅依靠家庭中的个体，教育有时又显得那么力不从心。作好家庭教育这需要多方面的配合，尤其是家庭与家庭教育机构的相互信任与和谐合作。集中，体现的不仅是家庭教育必须具备明确的目的性、针对性，同时更体现了家庭教育需要家庭和家庭教育机构双重的集中的努力。

从教育市场来看，教育是一个永远的市场，一个永不消失的蛋糕。然而放眼重庆，家教市场却多年而未成型，没有规范操作、没有优质服务、没有品牌教育。纵然，部分个人/实体预树品牌，然而其心可嘉业未成。究其原因，我们不难估量重庆庞大的市场需求(尽管需求较为分散)，那么是模式问题?是推广力度问题?还是什么其它的重要因素?——为什么重庆会有那么多的家教中介?导致“小、散、乱”的根本是什么?

创新的模式是个问题，服务的规范、水平是个问题，然而没有充分、准确把握家庭教育(含一般意义上的家教)的需求与内涵是个本质的问题。教育的问题是服务的问题，是发现和满足家庭教育需求的问题，任何好高急功都将不达。

二、市场环境概述

1、就消费需要方面来看，本市教育需求较大，同时需求也呈现出分散的不集中的特点。

2、在市场供给主体方面，几乎所有中介和经营机构都呈现出一种“散、小、乱”的特点。现在的家教市场上涉足家教服务的机构非常多，但真正合法经营家教，持有工商行政管理部门注册颁发的含有家教经营范围的营业执照和教育部门批准的家教机构，数量极少。绝大部分的家教服务机构既未经过教育行政部门批准，也没有经过工商行政管理部门注册，根本就不具备经营家教资格。

3、从概念上来看，家教为家庭式教育，事实上社会上大量补习班、培训班一定程度上“抢”了家教的市场，分流了不少客户资源。

4、目前基于市场竞争现状及竞争下散、小、乱的无序特点，家教市场已呈现出明显的信任危机。

5、从趋势上来看，目前大家都已经意识到传统的“中介型”家教所具有的局限性以及市场细分的趋势，也都在努力对自己的业务进行横向的发展。此外，还出现了“合同家教”，即家教有效果家长才付钱。如：合同中双方约定，平时xx提供家教服务不收费；等孩子期末考试成绩出来后，比上学期期末考试成绩在班里提高一个名次，家长付给xx100元钱。还如，按照和家长的约定，在一定时期内，孩子能通过音标比较标准地读英语单词，报酬是300元，否则就没有报酬。再者，能帮助孩子通过明年的中考，可以付给xx3000元报酬。(后者

时间期限相对较长)

三、市场消费分析

1、市场需求概况

1) 群体基数巨大：重庆做为一个直辖市，多数家庭在子女教育方面呈现出强烈的意识与观念。而且，由于人口基数大，而家庭教育当前实际上又是每个家庭不可或缺的，因而目标性需求群体和潜在性开发群体(家庭)数量巨大，显然这是一个巨大的家庭教育消费群体。

2) 期望决定需求：目前，家长在教育方面给予孩子的期望值越来越高，在投资方面，“为了孩子，我做什么都可以，受多少苦都值得”、“孩子的前途就是我们家的前途”这种汲汲的渴求心态，更使得教育行业有别于其它行业。尤其近年来随着人们生活水平、社会教育水平的提高、家长教育的攀比心理也在提高。(如：“不管学习好也罢，学习差也罢，都希望有名师指导一番”，其实提高与否暂且不提，先教教至少心理满足了部分家长的平衡心理)。

3) 由于教育不同于现实的产品，教育水平的鉴别多数基于人们的感性认知，人们在投资教育过程中不少持有谨慎心理。尤其近年来，部分黑中介对市场的影响，一定程度上对家长的认识和需求起了负面的影响，信任度的建立成为教育行业一个重要的问题。

2、需求特征分析

1) 正面特征一：诚信、价格合理需求

部分中介宣传的欺骗性，三三两两家教中介人员或摆摊设点或身披绶带，散发各式宣传单招揽顾客。有的宣称是在“校团委直接领导下工作”，有的承诺派出的老师是“由学校学

生处挑选并推荐的;而这类公司的名称更是紧紧围绕“师大”“湖大”做文章。“一位曾请过家教的家长说,其实我们对家教的素质很不放心,找一位真正可心的家教很难,而应付了事的家教对我们来说不仅浪费时间和金钱,主要是误人子弟。”

2) 正面特征二: 诚信、认真、为人师表、稳重,能在各方面成为孩子的表率,调查中我们发现,更多的家长是抱着积极的态度,满怀希望地去给孩子请家教,他们对家教的各方面要求都很高,可谓“百里挑一”。比如有的家长希望给孩子的不同科目请相关专业的大学生;有的家长很注重家教从业者的修养、气质、人品、知识面、眼界以及交流表达能力等;还有些家长想找生活较贫困的学生,希望为孩子树立勤奋俭朴的榜样。总之,他们希望所请的家教是较为优秀的,能在各方面成为孩子的表率。

3) 负面特征一: 以价格、第一印象或熟人介绍来选择家教

中小学生的教育关系到我们整个社会的未来,为孩子选好家教,往往能开拓孩子视野,提高孩子的学习成绩。但事实上很多家长并不懂得如何教育孩子,他们觉得请一个家教看着孩子总会好些。但在选择家教时,家长们往往不从家庭教师的自身素质、教育资格、教学经验、教学态度、教学内容、教学计划等诸多方面来综合考虑,而是以价格、第一印象或熟人介绍来选择家教。这种选择毫无规范标准可言,这种选择下的家教也必然会出现各种问题。

家教服务公司的调查报告篇四

调研人:

班级:

创业项目: 家教服务公司

创业内容分析：

一、市场分析

什么是“家教”呢？顾名思义，家教即为家庭教育。进一步思考，家庭教育多数情况下指代的是家庭中上辈对下辈的成长教育，包括(功课)学习教育、思维教育、方法教育、道德教育、行为教育等等多方面。可见：家教(家庭教育)是一个具有着方面性的、系统的教育内容。系统，指的是家庭教育，这里尤其指的是学习的辅导与教育与家庭其它方面的教育有着不可分的联系，同时这种教育更不是一蹴而就的，更不能好高急功，欲速则不达。

同时，家庭教育仅仅依靠家庭中的个体，教育有时又显得那么力不从心。作好家庭教育这需要多方面的配合，尤其是家庭与家庭教育机构的相互信任与和谐合作。集中，体现的不仅是家庭教育必须具备明确的目的性、针对性，同时更体现了家庭教育需要家庭和家庭教育机构双重的集中的努力。

从教育市场来看，教育是一个永远的市场，一个永不消失的蛋糕。然而放眼重庆，家教市场却多年而未成型，没有规范操作、没有优质服务、没有品牌教育。纵然，部分个人/实体预树品牌，然而其心可嘉业未成。究其原因，我们不难估量重庆庞大的市场需求(尽管需求较为分散)，那么是模式问题？是推广力度问题？还是什么其它的重要因素？——为什么重庆会有那么多的家教中介？导致“小、散、乱”的根本是什么？创新的模式是个问题，服务的规范、水平是个问题，然而没有充分、准确把握家庭教育(含一般意义上的家教)的需求与内涵是个本质的问题。教育的问题是服务的问题，是发现和满足家庭教育需求的问题，任何好高急功都将不达。

二、市场环境概述

1、就消费需要方面来看，本市教育需求较大，同时需求也呈

现出分散的不集中的特点。

2、在市场供给主体方面，几乎所有中介和经营机构都呈现出一种“散、小、乱”的特点。现在的家教市场上涉足家教服务的机构非常多，但真正合法经营家教，持有工商行政管理部门注册颁发的含有家教经营范围的营业执照和教育部门批准的家教机构，数量极少。绝大部分的家教服务机构既未经过教育行政部门批准，也没有经过工商行政管理部门注册，根本就是不具备经营家教资格。

3、从概念上来看，家教为家庭式教育，事实上社会上大量补习班、培训班一定程度上“抢”了家教的市场，分流了不少客户资源。

4、目前基于市场竞争现状及竞争下散、小、乱的无序特点，家教市场已呈现出明显的信任危机。

5、从趋势上来看，目前大家都已经意识到传统的“中介型”家教所具有的局限性以及市场细分的趋势，也都在努力对自己的业务进行横向的发展。此外，还出现了“合同家教”，即家教有效果家长才付钱。如：合同中双方约定，平时xx提供家教服务不收费；等孩子期末考试成绩出来后，比上学期期末考试成绩在班里提高一个名次，家长付给xx100元钱。还如，按照和家长的约定，在一定时期内，孩子能通过音标比较标准地读英语单词，报酬是300元，否则就没有报酬。再者，能帮助孩子通过明年的中考，可以付给xx3000元报酬。（后者时间期限相对较长）

三、市场消费分析

1、市场需求概况

1)群体基数巨大：重庆做为一个直辖市，多数家庭在子女教育方面呈现出强烈的意识与观念。而且，由于人口基数大，

而家庭教育当前实际上又是每个家庭不可或缺的，因而目标性需求群体和潜在性开发群体(家庭)数量巨大，显然这是一个巨大的家庭教育消费群体。

家教服务公司的调查报告篇五

一、调查概况

1. 前言

2、调查时间

3、调查目的

4、调查方式

问卷调查。学生问卷采取封闭式问答方式，家长问卷也采用封闭式问答方式。

5、调查对象

1)、抽样方式是在四个区的中小学，一般小学，一般中学随机抽样。抽样的数量是:学生人数20名，家长人数28名，共48名。

2)、问卷的有效率:家长篇为89.3%，学生篇为85%。

二、统计结果与基本结论

根据数据分析得出中小學生請家教的情況大不相同，中學生請家教的比重很大。在問及中小學對家教的意願時大部分都表示願意接受，說明家教還是有很大發展空間的。中小學生請家教的主要原因是由於學生自己要求而家長意願次之。在請家教的學生調查中發現，家庭經濟條件對請家教影響較大，

家长对家教老师的学历要求较高且倾向于女性教师，在家教渠道的选择上注重安全性和家教费用的考虑，家长对家教的相关规定了解太少，以上反映的信息对家长 and 家教市场来说值得注意。

在问卷中还反映出一个问题：学生对外语家教的需求很大，可见外语家教前景非常可观。从家教教学形式看学生及家长大部分认为一对一教学形式最好，对于要从事家教的来说值得注意。

(一)、绝大部分中小學生愿意接受家教

根据调查资料统计数据显示20%的中小學生对家教持反对态度，60%的學生对请家教与否都没有意见，20%的學生是喜欢家教的。由此看来绝大多数的中小學生是愿意接受家教的。

(二)、中學生请家教的比例较重。

根据数据分析，初中生请家教的比例比小学生请家教的比例高40%。中學生请家教的比例较重，可能是因为初中生面临中考，为了提高学习成绩考上好的高中，也可能是因为学业过重跟不上老师讲课的节奏，课后需要请家教巩固。

(三)、经济条件对家教的影响较大

1、根据数据显示

在初中生家长调查中，家庭月收入在元以下的几乎没有请过家教；家庭月收入在2000-3000元中80%的學生都有请过家教；家庭月收入在3000元以上的有33.3%學生请过家教。

2、从调查统计数据看：月收入较高的家庭绝大多数都为孩子请过家教，这反映出经济条件对家长请家教影响很大。

(四)、请家教的主要原因是由于学生自身要求

1)、中小学生对问卷统计显示：孩子要求家长请家教的有6人，占60%；家长意愿的有2人，占20%；老师提议为0；其他的有2人，占20%。

2)、家长问卷统计显示，给子女请家教的，孩子要求的有4人，占66.67%；家长意愿的有1人，占16.67%；老师提议的为0；其他的有1人，占16.67%。

2、中小学生对参加家教的主要原因是孩子认为学习需要，进一步提高成绩，因而自己要求家长为其请家教；而次要原因是家长对其孩子学习成绩不满意或其他人的影响随大流等原因为其孩子请家教。

由此可看出，学生要求请家教对其是否参加家教影响重大；父母意愿或其他原因对学生是否参加家教影响较小。

(五)、家长为孩子请家教注重安全性和费用方面，主要选择在家教公司和大学校园

据家长问卷统计显示：选择在家教公司的有10人，占50%；选择在大学校园的有6人，占30%；选择在网上有1人，占5%；选择在街上的有1人，占5%；选择其他的有2人，占10%。

2、分析：

1)从安全性考虑，家教公司有较完善的体制，可信的较高，家长放心；

2)从费用角度考虑，大学校园的大学生做家教都是以兼职的形式，收费较低，知识新颖，而且年龄与孩子相差不大，便于沟通。

由此可看出，家长为孩子请家教更注重安全性和费用方面，因此在家教公司和大学校园请家教的居多。

(六) 学生对外语家教老师的需求很大，外语家教前景可观

1、学生问卷显示，学生请家教选择语文的有1人，占10%;选择数学的有2人，占20%;选择外语的有6人，占60%选择其他的1人，占10%。

2、家长问卷显示：家长为孩子请家教选择语文的有2人，占10%;选择数学的有4人，占20%;选择外语的有10人，占50%;选择其他的有4人，占20%。

3、分析现状

无论是中小学生对外语仍是学生的一大难题，对外语方面关注度较高，这也体现中小学生对学外语难的现象。说明家教市场里中小学生对外语家教需求很大，外语家教的前景可观。

(七)、家长对家教老师的'学历要求高、对年龄要求一般，倾向于女性家教老师。

1、根据调查表显示：

3)对家教老师的性别，要求男性老师的有1人，占5%;要求女性老师的有19人，占95%。

2、分析

问卷反映出家长比较注重家教老师的学历和性别，对年龄要求不大。分析主要原因有：(1)学历方面：大部分家长认为学历的高低能反映出家教老师教学水平和能力的大小，所以对其要求较高;(2)性别方面：绝大多数家长要求女性家教老师，可能认为其亲和力较强，细心周到且更有耐心，有利于与孩

子沟通，能更有效的提高孩子学习。

(八) 中小學生及家長大部分認為一對一教學方式較好，其次是小班教學。

1)、學生問卷中，中小學生對一對一的教學方式，喜歡的有5人，占50%;對小班教學喜歡的有1人，占10%;其他的有兩人，占20%。

2)、家長問卷中，家長選擇一對一的教學方式的有12人，占60%;選擇小班教學的有5人，占25%;選擇多對一的有2人，占10%;選擇其他的有1人，占5%。

2、分析

1)、一對一方面：針對性較強，老師對學生的不足了解更充分，有足夠的時間和精力輔導學生，對學生的學習較快。

2)、小班教學方面：相對於一對一的教學方式來說，費用較低，針對性不強，但學生之間可以相互溝通。

3)、多對一方面：一是費用較高，二對學生來說壓力過大。

因此從經濟與教學效果方面綜合考慮，大部分學生及家長都覺得一對一的教學方式最好，其次是小班教學。

(九) 家長期望的合理費用與家教市場的費用基本相符。

1、家長認為合理的家教費用選擇在20元以下/時有7人，占35%;選擇在20-30元/時的有10人，占50%;選擇在30-40元/時的有2人，占10%。

2、分析

隨着經濟的發展，家教行業發展迅速。從目前家教市場看，

费用在20-30元/时的居于中等水平，选择这一层次的较多。因此家长认为合理费用与家教市场的费用基本相符。

(十) 家长对家教的相关规定的了解有待提高

1、根据数据分析，家长对相关规定了解的有6人，占30%;不太清楚的有10人，占50%;不知道的有4人，占20%。

2、因此可看出，绝大多数家长对家教的相关规定了解较少，容易走入误区，听信别人的说法，所以家长在请家教前应多了解相关规定，再做抉择。

三、家教市场发展前景

根据调查资料统计分析，家教在中小学生的市场并不大，调查中90%的学生都未曾请过家教，可见在中小学生及其家长心目中家教都不太备受关注。并且他们认为即使请过家教对他们的孩子的学习也不会有太大的帮助。但调查中也有相当多的学生表示愿意接受家教，尤其在外语这门学科上更为注重。不过学生们对家教的时间安排及其形式会有一些的要求。所以想要在中小学生中扩大家教市场：首先，就家教对孩子的益处，向家长方面做一定的宣传工作，让家长更多的了解到家教对其孩子的帮助。其次，就家教的形式方面应当考虑以学生喜欢的一对一的家教形式以教授;以大量学生需要的教授外语科目为主，其他科目少量开设，投其所需，让学生和家长倾向于家教教学。最后，还应考虑到家教的教学质量，选择好的家教老师让接受家教的学生在学习方法有所改善、成绩上较较快提高。这样才能促进家教市场的进一步扩大，让更多的中小學生投向家教。

由于国家政府对家教的相关规定和约束，所以学生和家长大部分不了解家教市场。家长们花在家教上的费用不到200元，而只要存在应试教育，就会存在家教市场，随着学生们的年级越来越高，学习带来的压力越来越大，请家教的趋势就会

上升。只是现在家长对温江家教市场的不了解，家长对家教仅限于可有可无的情况，温江家教市场还处于瓶颈时期，有很大的发展空间。

家教服务公司的调查报告篇六

1. 前言

2、调查时间

3、调查目的

4、调查方式

问卷调查。学生问卷采取封闭式问答方式，家长问卷也采用封闭式问答方式。

5、调查对象

1)、抽样方式是在四个区的中小学，一般小学，一般中学随机抽样。抽样的数量是：学生人数20名，家长人数28名，共48名。

2)、问卷的有效率：家长篇为89.3%，学生篇为85%。

二、统计结果与基本结论

根据数据分析得出中小学生对请家教的情况大不相同，中学生请家教的比重很大。在问及中小学对家教的意愿时大部分都表示愿意接受，说明家教还是有很大发展空间的。中小学生对请家教的主要原因是由于学生自己要求而家长意愿次之。在请家教的学生调查中发现，家庭经济条件对请家教影响较大，家长对家教老师的学历要求较高且倾向于女性教师，在家教渠道的选择上注重安全性和家教费用的考虑，家长对家教的

相关规定了解太少，以上反映的信息对家长 and 家教市场来说值得注意。

在问卷中还反映出一个问题：学生对外语家教的需求很大，可见外语家教前景非常可观。从家教教学形式看学生及家长大部分认为一对一教学形式最好，对于要从事家教的来说值得注意。

(一)、绝大部分中小學生愿意接受家教

根据调查资料统计数据显示20%的中小學生对家教持反对态度，60%的學生对请家教与否都没有意见，20%的學生是喜欢家教的。由此看来绝大多数的中小學生是愿意接受家教的。

(二)、中學生请家教的比例较重。

根据数据分析，初中生请家教的比例比小学生请家教的比例高40%。中學生请家教的比例较重，可能是因为初中生面临中考，为了提高学习成绩考上好的高中，也可能是因为学业过重跟不上老师讲课的节奏，课后需要请家教巩固。

(三)、经济条件对家教的影响较大

1、根据数据显示

在初中生家长调查中，家庭月收入在元以下的几乎没有请过家教；家庭月收入在2000-3000元中80%的學生都有请过家教；家庭月收入在3000元以上的有33.3%學生请过家教。

2、从调查统计数据看：月收入较高的家庭绝大多数都为孩子请过家教，这反映出经济条件对家长请家教影响很大。

(四)、请家教的主要原因是由于學生自身要求

1)、中小學生问卷统计显示：孩子要求家长请家教的有6人，

占60%：家长意愿的有2人，占20%：老师提议为0；其他的有2人，占20%。

2)、家长问卷统计显示，给子女请家教的，孩子要求的有4人，占66.67%；家长意愿的有1人，占16.67%；老师提议的为0；其他的有1人，占16.67%。

2、中小学生学习参加家教的主要原因是孩子认为学习需要，进一步提高成绩，因而自己要求家长为其请家教；而次要原因是家长对其孩子学习成绩不满意或其他人的影响随大流等原因为其孩子请家教。

由此可看出，学生要求请家教对其是否参加家教影响重大；父母意愿或其他原因对学生是否参加家教影响较小。

(五)、家长为孩子请家教注重安全性和费用方面，主要选择在家教公司和大学校园

据家长问卷统计显示：选择在家教公司的有10人，占50%；选择在大学校园的有6人，占30%；选择在网上有1人，占5%；选择在街上的有1人，占5%；选择其他的有2人，占10%。

2、分析：

1)从安全性考虑，家教公司有较完善的体制，可信的较高，家长放心；

2)从费用角度考虑，大学校园的大学生做家教都是以兼职的形式，收费较低，知识新颖，而且年龄与孩子相差不大，便于沟通。

由此可看出，家长为孩子请家教更注重安全性和费用方面，因此在家教公司和大学校园请家教的居多。

(六) 学生对外语家教老师的需求很大，外语家教前景可观

1、学生问卷显示，学生请家教选择语文的有1人，占10%;选择数学的有2人，占20%;选择外语的有6人，占60%选择其他的1人，占10%。

2、家长示问卷显:家长为孩子请家教选择语文的有2人，占10%;选择数学的有4人，占20%;选择外语的有10人，占50%;选择其他的有4人，占20%。

3、分析现状

无论是中小學生外语仍是學生的一大难题，对外语方面关注度较高，这也体现中小學生学外语难的现象。说明家教市场里中小學生对外语家教需求很大，外语家教的前景可观。

(七)、家长对家教老师的学历要求高、对年龄要求一般，倾向于女性家教老师。

1、根据调查表显示:

3)对家教老师的性别，要求男性老师的有1人，占5%;要求女性老师的有19人，占95%。

2、分析

问卷反映出家长比较注重家教老师的学历和性别，对年龄要求不大。分析主要原因有：(1)学历方面：大部分家长认为学历的高低能反映出家教老师教学水平和能力的大小，所以对其要求较高；(2)性别方面：绝大多数家长要求女性家教老师，可能认为其亲和力较强，细心周到且更有耐心，有利于与孩子沟通，能更有效的提高孩子学习。

(八)中小學生及家长大部分认为一对一教学方式较好，其次

是小班教学。

1)、学生问卷中，中小学生对一对一的教学方式，喜欢的有5人，占50%;对小班教学喜欢的有1人，占10%;其他的有两人，占20%。

2)、家长问卷中，家长选择一对一的教学方式的有12人，占60%;选择小班教学的有5人，占25%;选择多对一的有2人，占10%;选择其他的有1人，占5%。

2、分析

1)、一对一方面：针对性较强，老师对学生的不足了解更充分，有足够的时间和精力辅导学生，对学生的学习较快。

2)、小班教学方面：相对于一对一的教学方式来说，费用较低，针对性不强，但学生之间可以相互沟通。

3)、多对一方面：一是费用较高，二对学生来说压力过大。

因此从经济与教学效果方面综合考虑，大部分学生及家长都觉得一对一的教学方式最好，其次是小班教学。

家教服务公司的调查报告篇七

福州素来就有尊师重教的传统，福州市民对孩子学习的重视程度更是在全国首屈一指。福州市民长期以来就有为孩子请家教的习惯，可以这样的说，只要经济条件许可，一般的市民都会为孩子找个家教：或者送去辅导班，或者请个上门家教。从某个角度来说，福州家教已经成为了福州市民生活不可或缺的一部分了。

近年来，随着福州市民经济的改善和对教育重视程度的大幅度提高，福州的家教需求不断扩大，并且最终形成了一个庞

大的家教市场。而这个庞大的家教市场的暴利吸引了无数闻风而来的各种各样的人开办了遍布福州大街小巷的家教中心、辅导班、晚自习辅导机构，家教中介等等机构。这数百家存在于福州家教市场之间的机构也为此展开了旷日持久的竞争。然而，有序的竞争对规范市场运作，提高市场的运作效率是很有好处，但是反之，无序的竞争必然导致一个混乱的市场，并最终使包括学生，教师和家教机构都伤痕累累。因此，培育和规范无序而混乱的福州家教市场是这个市场目前所亟需的。

一、福州家教市场的主要特点和构成要素

福州家教市场教师供给的来源和特点

作为福州家教市场的不可或缺的组成部分，福州家教教师的来源主要有以下几种：第一种是人数最多也是规模最庞大的部分，即福州各大高校的大学生和研究生甚至是博士生。福州市目前的高校数量也不少，并且因为今年高校的大规模扩招，更导致高校在校生人数的急剧增加，而这在某种程度上可以为福州家教市场提供充足的教师来源；一般来说，来自农村或者家庭经济情况不好的学生都会选取家教作为主要的兼职渠道。他们从事家教，一方面可以赚取一定的生活费用和零花钱，另外一个方面也可以借此接近社会，锻炼自己在竞争日益激烈的社会上的生活能力；第二种是近几年不断涌现出来的各种各样的辅导班，这些辅导班主要是根据学生的需求而开设的，比如美术兴趣班，数学辅导班，英语补习班等等，这种班级人数少的五六个，多的上百个。特别是福州一中，附中，福州三中一些名师开办的辅导班，那更是规模庞大。而这些教师也因此可以说是日进斗金都不为过。第三种是福州市各中小学校的在职教师，这些教师由于自身的优势，便成为福州家长们请家教老师的首选，他们或者单独辅导个别学生，或者开办辅导班。最典型的是福州四中的那些美术老师，几乎所有的老师都在自己的家里或者租个场所开个画室，专门辅导要参加高考的美术高考生。

二、福州家教市场需求的类型和特点

保姆型的家教：这种类型的家教对象一般是年龄比较小，父母工作比较忙而没有时间教育孩子的孩子。在通常的情况下，这样类型的家教是保姆为主，家教为辅，当然，这里的保姆不是为这个家庭做家务，而只是带孩子的意思。一般情况下，家长请保姆型家教的要求就是要求教师要“活泼、开朗，善于和孩子沟通”。我就曾经遇到一个四五十岁的妇女要为其“腼腆，内向”的儿子找一个能影响其性格的家教。在寒暑假的时候，这样的家教是需求最旺的时候，要在这个时候，大学生都放假了，时间很是充裕。而且中小学也放假了，而父母依然在上上班，这样情况下，父母怕自己的孩子一个人在家不放心，就想找到保姆型家教看着孩子。有了供给和需要，在寒暑假的时候，这个市场自然火爆。这样类型家教的工资一般是按月结算，吃住在家长家，报酬一般是一个月1200左右。

家教服务公司的调查报告篇八

创业项目：家教服务公司

创业内容分析：

一、市场分析

什么是“家教”呢？顾名思义，家教即为家庭教育。进一步思考，家庭教育多数情况下指代的是家庭中上辈对下辈的成长教育，包括(功课)学习教育、思维教育、方法教育、道德教育、行为教育等等多方面。可见：家教(家庭教育)是一个具有着方面性的、系统的教育内容。系统，指的是家庭教育，这里尤其指的是学习的辅导与教育与家庭其它方面的教育有着不可分的联系，同时这种教育更不是一蹴而就的，更不能好高急功，欲速则不达。

同时，家庭教育仅仅依靠家庭中的个体，教育有时又显得那么力不从心。作好家庭教育这需要多方面的配合，尤其是家庭与家庭教育机构的相互信任与和谐合作。集中，体现的不仅是家庭教育必须具备明确的目的性、针对性，同时更体现了家庭教育需要家庭和家庭教育机构双重的集中的努力。

从教育市场来看，教育是一个永远的市场，一个永不消失的蛋糕。然而放眼重庆，家教市场却多年而未成型，没有规范操作、没有优质服务、没有品牌教育。纵然，部分个人/实体预树品牌，然而其心可嘉业未成。究其原因，我们不难估量重庆庞大的市场需求(尽管需求较为分散)，那么是模式问题?是推广力度问题?还是什么其它的重要因素?——为什么重庆会有那么多的家教中介?导致“小、散、乱”的根本是什么?创新的模式是个问题，服务的规范、水平是个问题，然而没有充分、准确把握家庭教育(含一般意义上的家教)的需求与内涵是个本质的问题。教育的问题是服务的问题，是发现和满足家庭教育需求的问题，任何好高急功都将不达。

二、市场环境概述

1、就消费需要方面来看，本市教育需求较大，同时需求也呈现出分散的不集中的特点。

2、在市场供给主体方面，几乎所有中介和经营机构都呈现出一种“散、小、乱”的特点。现在的家教市场上涉足家教服务的机构非常多，但真正合法经营家教，持有工商行政部门注册颁发的含有家教经营范围的营业执照和教育部门批准的家教机构，数量极少。绝大部分的家教服务机构既未经过教育行政部门批准，也没有经过工商行政部门注册，根本就不具备经营家教资格。

3、从概念上来看，家教为家庭式教育，事实上社会上大量补习班、培训班一定程度上“抢”了家教的市场，分流了不少客户资源。

4、目前基于市场竞争现状及竞争下散、小、乱的无序特点，家教市场已呈现出明显的信任危机。

5、从趋势上来看，目前大家都已经意识到传统的“中介型”家教所具有的局限性以及市场细分的趋势，也都在努力对自己的业务进行横向的发展。此外，还出现了“合同家教”，即家教有效果家长才付钱。如：合同中双方约定，平时xx提供家教服务不收费；等孩子期末考试成绩出来后，比上学期期末考试成绩在班里提高一个名次，家长付给xx100元钱。还如，按照和家长的约定，在一定时期内，孩子能通过音标比较标准地读英语单词，报酬是300元，否则就没有报酬。再者，能帮助孩子通过明年的中考，可以付给xx3000元报酬。（后者时间期限相对较长）

三、市场消费分析

1、市场需求概况

1)群体基数巨大：重庆做为一个直辖市，多数家庭在子女教育方面呈现出强烈的意识与观念。而且，由于人口基数大，而家庭教育当前实际上又是每个家庭不可或缺的，因而目标性需求群体和潜在性开发群体(家庭)数量巨大，显然这是一个巨大的家庭教育消费群体。

2)期望决定需求：目前，家长在教育方面给予孩子的期望值越来越高，在投资方面，“为了孩子，我做什么都可以，受多少苦都值得”、“孩子的前途就是我们家的前途”这种汲汲的渴求心态，更使得教育行业有别于其它行业。尤其近年来随着人们生活水平、社会教育水平的提高、家长教育的攀比心理也在提高。（如：“不管学习好也好，学习差也好，都希望有名师指导一番”，其实提高与否暂且不提，先教教至少心理满足了部分家长的平衡心理）。

3)由于教育不同于现实的产品，教育水平的鉴别多数基于人

们的感性认知，人们在投资教育过程中不少持有谨慎心理。尤其近年来，部分不好的中介对市场的影响，一定程度上对家长的认识和需求起了负面的影响，信任度的建立成为教育行业一个重要的问题。

2、需求特征分析

1) 正面特征一：诚信、价格合理需求

部分中介宣传的欺骗性，三三两两家教中介人员或摆摊设点或身披绶带，散发各式宣传单招揽顾客。有的宣称是在“校团委直接领导下工作”，有的承诺派出的老师是“由学校学生处挑选并推荐的；而这类公司的名称更是紧紧围绕“师大”“湖大”做文章。“一位曾请过家教的家长说，其实我们对家教的素质很不放心，找一位真正可心的家教很难，而应付了事的家教对我们来说不仅浪费时间和金钱，主要是误人子弟。”

2) 正面特征二：诚信、认真、为人师表、稳重，能在各方面成为孩子的表率，调查中我们发现，更多的家长是抱着积极的态度，满怀希望地去给孩子请家教，他们对家教的各方面要求都很高，可谓“百里挑一”。比如有的家长希望给孩子的不同科目请相关专业的大学生；有的家长很注重家教从业者的修养、气质、人品、知识面、眼界以及交流表达能力等；还有些家长想找生活较贫困的学生，希望为孩子树立勤奋俭朴的榜样。总之，他们希望所请的家教是较为优秀的，能在各方面成为孩子的表率。

3) 负面特征一：以价格、第一印象或熟人介绍来选择家教

中小学生的教育关系到我们整个社会的未来，为孩子选好家教，往往能开拓孩子视野，提高孩子的学习成绩。但事实上很多家长并不懂得如何教育孩子，他们觉得请一个家教看着孩子总会好些。但在选择家教时，家长们往往不从家庭教师

的自身素质、教育资格、教学经验、教学态度、教学内容、教学计划等诸多方面来综合考虑，而是以价格、第一印象或熟人介绍来选择家教。这种选择毫无规范标准可言，这种选择下的家教也必然会出现各种问题。

4) 负面特征二：请家教，孩子才是中心

在家教、家长和孩子三者中，孩子才是请家教的主体，因此他们对家教的看法和态度很重要。通过侧面了解，我们注意到，一些学生对请家教有一种思想上的抵触情绪，觉得这样占据了他们所剩不多的玩的时间，因此很不配合，效果自然不尽如人意；有的则反映“他水平很高，只是我听不进去”。在以找家教的调查过程中，一位曾做过几年家教的学生所言：“其实家长想找一位优秀的家教，但对孩子来说，关键是他们愿意接受的才是最适合的，毕竟，孩子才是中心。”

5) 负面特征三：以自己好恶取代孩子好恶，强自己认知于孩子需求

母亲是孩子的第一任老师。然而在调查中我们发现当代母亲的‘育人素质和心理素质都不容乐观。而这种堪忧的情况，我们许多人在日常生活中都是可以发现的。如，不尊重孩子的独立人格，说骂就骂；以自己的好恶，强为孩子所好恶；在孩子面前强词夺理，以非为是，奉行“无不是的父母”等等，很多都把孩子当成个人的一个物件。这样缺乏民主素质与科学素质的父母，既不可能平等地与孩子做心灵上的沟通，更不能奢谈尊重孩子的自主创造。这样一来，使孩子或自卑自怯，无自强自立能力；或厌恶父母、离家出走甚至走上自毁。因而在家教过程中，对于父母而言，民主与科学教育素质的提高还有待努力。

四、市场竞争分析

1、竞争对象区分

在调查过程中，通过实地走访、询问、网上查询及114查询，我们把目前家教类型归类划分如下：

1) 大学勤工俭学家教：一般属于学校团委管理，主要向需要勤工俭学的学生介绍家教业务，原则上属非营利性质。

2) 家政公司家教：主要以家政产品为主，附带家教，明显属于超范围经营。

3) 教育公司家教：这部分公司主要由经过工商注册其执照中含有教育“信息咨询”的经营范围。事实上，家教这种中介服务明显也属于超范围经营。

4) 网上家教：主要是以网络进行家教宣传、推广与业务承接为主的机构，这类家教大多数未经批准。

5) 非法家教：主要由那些没有正规注册登记、没有固定经营场所、没有一套家教业务管理体系的非法家教机构。

说明：目前家教中介结构仍多呈现出一部电话、一台电脑、1-2人，1-3张桌椅、地点狭隘偏僻的特点。此外，社会补习班、培训班虽不属于家教范畴，但很大程度上分流着家教市场资源。

2、竞争市场特征

1) 家教从业人员主要是由中小学教师和高校学生组成，他们往往只带短期家教，并且没有长期、完备的教学计划，缺乏基本的统筹安排。

2) 教学的内容也五花八门，有的讲课文，有的布置习题，有的干脆看着学生做作业，为其提供“咨询”。

3) 家教从业人员素质参差不齐，有些态度不端正，总是把赚

钱放在第一位。和一名从事家教的大学生交流中，他干家教，“完全是勤工俭学，也就是想赚点钱”。

4) 家教质量也大打折扣。一位同学通过中介一周兼两份家教，他说现在学校的事也很多，自己周末还有自己的一些事情，很难抽出时间来备课，至于“因材施教”也很难谈起了。钱白花了不说，走马灯似的老师反而耽误了孩子的学业。

5) 除此之外，某些家教潜在中也有强迫行为和乱收费现象：如有的授课老师往往会“介绍”班上的几名同学到自己认识的一位老师那补课，他们不敢不去。这种家教除了让少数老师创收之外，还能给孩子带来什么呢？用学生自己的话说，“也就去做做习题，学不到什么”。而已位家长对于其孩子的班主任所提供的不能拒绝的家教则评价为“靠山吃山，靠学生吃学生”。

五、教员情况分析

1、教员分类：在校大学生教员、非在职老师、在职老师3类

2、市场供应特征：

1) 学生教员出发点

增强社会经验，锻炼自己增强自立自强能力；

勤工俭学，减轻家庭负担；

寻找收入，提高和满足自我消费需要。

2) 教师出发点

开辟家庭收入来源，减轻家庭开支负担，这是很多年轻老师兼职做家教的主要原因。

利用周末，暑期时间，增加家庭收入，改善与改良生活。

六、具体实施方案

1. 组建高水平的合作团队

公开的招聘具有良好职业素能的本院勤工俭学生，根据个人的特点和公司需求组建好具有高效率、高水平的团队。

2. 保持团队的高实力性

请具有权威及相应工作经验的老师坐镇，并且定期对员工进行相关的专业技能的培训。进行团队内部的交流心得活动，进而提高整个团队的凝聚力和战斗力。

3. 搞好宣传工作

利用好新的团队深入市场搞好全方位多角度的宣传。通过定点宣传、传单宣传的方式、抽样调查等方式进行。也可以通过相关的促销活动的方式争取在竞争激烈的市场中打响第一炮。

4. 树立良好的公司形象

公司制定的服务标准和企业理念：创意似金、敬业如牛、慧知于行、通厚载德。

5. 教员评比制度

如教员诚信度排行、家教人才库等，公司将对教员进行跟踪调查并根据调查报告调整教员诚信度，好让家长放心的选择。

6. 教员分类

为了体现教师之间的教学能力差异，也为了满足部分家长对

教师与学费的需求，本中心将家庭教师进行了严格的细化筛选，分为：普通家教、优秀家教、专业家教、在职教师。

7、请家教流程

家长先登记：联系方式、学员情况、教学地点、时薪要求、对教员的要求等。我公司根据家长的要求，尽快找到合适的教员，并将教员信息通知家长，征求他们的初步意见。经过初步认同后，将派教员直接与他们取得联系。具体问题双方面议。如不满意，可以免费换教员。

七、收费标准

课时费参考及说明

单位：元/小时

中小学

基础课程

(英、数、理、化、语)

素质教育课程

艺术类课程

成人自修

专业基础课程

专业课程

注：聘请在职教师课时费上浮60%-150%)，本表仅供参考，具体请家长与教师直接达成协议。

辅导方式：教师上门辅导，学习效率更高。

服务质量：网络系统管理、质量跟踪服务。如果家长对提供的教师不满意，可提出更换直至满意止，不另加收任何费用。

服务效率：凡来电登记，本中心将在24小时内与您联系。

安全保证：为了确保质量及安全，本中心派出的教师均持有经本中心签章的介绍信(任何复印件无效)和其本人的学生证及有关证件。

服务收费：

学员家长：本中心一次性收取50元教师管理费，聘请在职教师收取100元教师管理费，付款方式由家教老师带回。

教员教师：对教员中介费实行弹性制，每成功一次收取管理费一般60—120元不等(寒暑假八折优惠)。

八、我们的目标：

- 1、给孩子一份自信，给家长一份保证
- 2、科学学习，科学辅导
- 3、课程辅导，特长培养
- 4、全力打造一流的家教平台
- 5、全力负责，择优推荐。我们会给你最满意的答复和最热诚的服务。
- 6、专业提供一对一上门家