

精选抽样调查方案（通用10篇）

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，时常需要预先开展方案准备工作，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。优秀的方案都具备一些什么特点呢？下面是小编帮大家整理的抽样调查方案，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。

抽样调查方案 篇1

（一）调研背景

近年来，宝洁公司凭借其强大的品牌运作能力以及资金实力，在洗发水市场牢牢地坐稳了第一把交椅。但是随着竞争加剧，局势慢慢起了变化，联合利华强势跟进，夏士莲、力士等多个洗发水品牌从宝洁手中夺走了不少消费者。花王旗下品牌奥妮和舒蕾占据了中端市场，而低端的市场则归属了拉芳、亮庄、蒂花之秀、好迪等后起之秀。

至此，中国洗发水行业呈现了一个典型的金字塔型品牌格局。通过市场细分，西安杨森于20xx年推出了采乐，在药品和洗发水两个行业找到了一个交叉点。为了提高其在全国重点城市中的占有率，并为其今后的营销发展计划提供科学的依据，六人行市场调查公司将在全国范围的重点城市进行一次专项市场营销调查。

（二）调研目的

本次市场调研工作的主要目标是：

1、分析采乐洗发水的前期营销计划（包括其销售渠道、媒体投放、产品终端和产品情况）以及消费者的产品期望，明确其自身的优势和劣势，以及面临的机会和威胁。

2、了解消费者对去屑洗发药的认知，探索对去屑洗发药的接受程度。

3、了解产品的知名度以及美誉度，确定今后营销计划的重点。

（三）调研内容

根据上述调研目的，我们确定本次调研的内容主要包括：

1、针对其营销计划进行全面的分析，从而为其今后的营销计划提供科学的依据。本部分所需要的主要信息点是：

（1）消费者对于采乐洗发药的使用情况——
是否用过，满意度，以及认为产品的哪方面更加吸引消费者。

（2）对采乐在前期营销计划情况的了解——
怎样知道采乐的，通过什么渠道购买到采乐的，是否遇到买不到采乐的情况，使用采乐过后的感觉，以及认为可以在产品上改进的地方。

（3）消费者对于去头屑这方面的认知。

2、了解消费者的观念，以及对采乐前期推广的深入程度做一个调查。

3、对产品前期的销售宣传做一个调查，主要须掌握的信息点有：

（1）对于采乐的了解程度——是否知道以及是否使用过。

（2）对于采乐印象的评价（五分法）。

此外，我们还将收集包括消费者的年龄、性别、收入、职业，以及包括消费者的发质在内的背景资料以备统计分析之用。

（四）目标被访者定义

因本次调查是针对其前期的营销计划实施情况的一个效果回馈，我们在样本定义时遵循以下原则：一是样本要有广泛的代表性，以期能够基本反映消费者对采乐洗发药的看法，以及能反映采乐前期营销计划的实施情况；二是样本要有针对性。由于采乐属于日用品，而且它主要是针对有头屑的人，还有它的价格也较高，所以需要有一定的购买和支付能力。因此此次调查主要是针对有使用经验的人，主要在全国的重点城市做调查。

基于以上原则，我们建议采用如下标准甄选目标被访者：

- 1、20—45周岁的城市居民。
- 2、本人及亲属不在相应的单位工作（如市场调查公司、广告公司以及洗发水行业等）。
- 3、在过去的六个月内未接受或参加过任何形式的相关市场营销调研。

抽样调查方案 篇2

一、组织实施

分别在5、6月份成立县、乡两级1%人口抽样调查机构，整个抽样调查工作，在县抽样调查领导小组统一领导下，由各有关部门分工协作进行组织实施，结合我县实际情况制定出切实可行的工作计划。县1%人口抽样调查办公室负责全县的业务指导、培训及县级所负责的实质性工作；乡级1%

人口抽样调查办公室负责完成本辖区调查各阶段工作。县1%人口抽样调查领导小组在7月份组织召开各抽中乡镇、各有关部门工作会议，在调查摸底和登记阶段各召开一次调度会。

二、部门分工协作

各有关部门要树立全局观念，切实负起职责，统计局要做好调查的业务指导和日常组织协调工作；公安局要在20xx年9月底前做好户籍人口、外来人口的核实，并配合做好现场登记工作；计生局要协助做好人口尤其是出生人口的核查；宣传部负责调查宣传的组织协调工作；财政局要做好调查经费保障工作；民政局要做好区域划分工作；工商行政管理局负责对个体户的宣传动员工作；人事和社会保障、民族宗教、司法、建设等部门也要抓好相应工作的落实。

三、完成乡级调查区域图的绘制上报及各级抽样框的编制上报

通过搜集统计、公安、计生的数据资料分别在20xx年的3月、6月、9月完成乡、村、调查小区三级抽样框的编制和上报，并于6月份完成乡级区域图的绘制及上报。

四、绘制抽中村委会区域图和调查小区图

此项工作20xx年7月至10月分两步进行，7至9月份绘制村委会和调查小区图，通过10月份的调查摸底对调查小区进行核实，完成最终结果。绘制地图前，召开各抽中乡镇及村委会有关人员参加的培训会，布置绘图工作。

五、认真做好宣传动员

在20xx年10月至11月开展宣传月活动，期间，广电局从10月1日起，要利用每天电视黄金时间播放调查口号，县城主要街道悬挂宣传横幅10条，制作固定宣传栏3—5个；抽中乡镇要利用广播车进行流动宣传；各抽中村委会10月1日开始，高音喇叭一日三次播放宣传口号，书写永久性标语3条以上。做到家喻户晓，深入人心，使全县所有被调查对象了解调查工作的重要性，为正式调查登记营造良好的社会氛围。

六、做好调查指导员和调查员的选调

此项工作必须在20xx年9月份完成。选调过程中，县调查办公室拟定《关于认真做好调查指导员和调查员选调的通知》下发各抽中乡镇，切实把政治思想好，责任心强，业务素质高，身体健康的高质量人员选调上来，力求调查队伍的精干高效。

七、业务培训及试点

20xx年10月上旬，对乡、村两级所有调查指导员和调查员进行集中培训，随后利用1天时间进行试点，检验培训效果，发现问题，及时纠正，使全部参培人员能够独立、准确完成调查登记。

八、加强督查指导

20xx年10月组织调查摸底，11月1日—10日进行入户登记。在这两个工作阶段开始的头一、两天，县调查办公室将分头深入有关乡镇及调查小区进行实地督导，发现问题，及时解决，确保调查摸底、入户登记的高质量。

九、完成登记质量抽查、验收、上报

本阶段工作20xx年11月11日至30日完成。抽查采取随机抽样的方法，依据调查表，对抽中的调查小区进行抽查验收，并将抽查结果报市。

十、调查表的过录、汇总、编码、录入、上报

从20xx年11月15日至25日对调查表进行过录；11月30日前乡级将过录表汇总上报县，12月5日前县录入、汇总、上报市。

11月20日至12月20日，抽调乡镇业务骨干会同县调查办人员，对调查表实行集中编码。

05年12月至06年1月完成调查表中全部数据的审核、录入、汇总及上报。

抽样调查方案 篇3

一、调查目的

随着经济的不断发展，人们生活水平的提高，消费观念也在改变。然而，现在出现的消费攀比、奢侈消费、从众消费等不理性消费比比皆是。大学生作为社会中的一个特殊的消费群体，其消费现状在某种程度上折射出当今大学生的生活状态和价值取向，其消费观念的塑造和培养将对一生的品德和行为产生重要的影响。因此，为了了解我校大学生的消费观念、消费手段及其消费来源等，我们设计了这个课题——“大学生消费调查计划书”。

二、调查内容

1、大学生每月的总支出。，

- 2、大学生消费的恩格尔系数比率。
- 3、大学生主要消费目的、对象及用途(分男女生)
- 4、大学生消费是否有经过思考、还是遇见就买。
- 5、大学生对自己消费的最终评价(是否值得)。
- 6、大学生对节制消费又是怎样看待，怎么样看待合理消费。

三、调查方式

(一)、调查对象：江西师范大学全体大学生。

(二)、调查人员：流光溢彩调查小分队。

(三)、调查方法：采取抽样的形式进行问卷调查、观察+行为资料分析法

由于学校学生人数较多，其月消费状况很难通过全面调查方式获得，只有采用抽样调查的方式获得。抽样调查是按照随机原则，从全体研究对象(总体)中抽取一部分调查单位(样本)进行调查，根据调查获得的样本信息来推断总体数量特征的一种调查研究方法。此次抽样调查是以我校所有的大学生为总体，以各学院的学生为子总体进行抽样设计。对于问卷调查的结果有一定的缺陷性，问卷所提及的问题不能涵盖学生生活消费的全部。所以加上采用观察+行为资料分析法对学校的一些商店进行踩点分析。用来弥补问卷调查的不足性。从两个调查资料综合分析中。做出调查报告。

问卷总数为400份。问卷设有28个问答题，1个简答题。

可采取以下两种方法进行抽样：

1、随机抽样 对全校大学生进行随机抽样调查

2、分层抽样

分层技术是在实际中最常采用的抽样技术之一，分层抽样实施起来灵活方便，而且也便于组织。先按学院分放，再按班级学生比例发放

此次，我们将采用两种方式相结合的方式进行抽样，先随机选取五个学院，按照各学院学生比例进行问卷发放，然后，按各班学生比例分配，最后到达班级随机发放。

3、具体步骤：

①分配负责设计问卷人员；

②发放问卷过程中对一部分同学进行采访调查；

③收回问卷并进行统计分析；

对学校各个超市的销售数据进行统计。对学校的各个水果小卖部进行蹲点观察。得出数据。和问卷调查数据综合分析。做出调查报告。

四、调查过程：

1、对调查总体抽样：选商学院、政法学院、音乐学院、体育学院、文学院等五个学院为样本。按照各学院学生比例进行问卷发放，然后，按各班学生比例分配，最后到达班级随机发放。分配人员蹲点和超市调查。

2、调查过程

①查阅相关文献资料，编写问卷初稿；

②采纳同学、老师们合理的意见和建议，进一步修改调查问卷，形成调查问卷正式稿；

③使用调查问卷正式稿进行调查；

④使用各个超市和小卖部的数据进行调查。

五、日程安排：

调查方案、问卷的设计 2个工作日

调查方案、问卷的修改、确定 1个工作日

人员安排 1个工作日

实地调查 3个工作日

数据初步处理 2个工作日

数据统计分析 3个工作日

调查报告撰写 2个工作日

论证阶段 1个工作日

抽样调查方案 篇4

所谓抽样设计，就是依据调查目的，在给定的人力、物力、财力等的条件下，在从一定总体中抽取样本资料以前，预先确定抽样程序和方案，在保证所抽取的样本有充分代表性的前提下，力求取得最经济、最有效的结果。

一、调查目的

1. 调查当代大学生的实际消费与自身条件之间的联系”及冲突；
2. 调查当代大学生消费的合理规划性、成熟性；
3. 调查当代大学生消费结构和主要消费项目及消费心态及各人心目中理想的消费状况。

二、调查范围和内容

1、目标总体和调查总体

目标总体指所有西安市的大学生。

调查总体为根据西安市的大学生实际情况设计形成的抽样框。

2、调查内容

调查内容包括被调查人的消费结构和消费理念两大部分，问题大致包括：月消费额及消费项目、消费方式、购物态度和理念以及消费的自我满意度等。

3、选择调研方法

入室调查法

三、抽样调查设计

第一步：确定抽样方法

调查决定采用多阶段抽样与整群抽样相结合的抽样方法进行方案设计，调查的最小单元为大学生。决定调查的各个阶段为学校、寝室、学生，在寝室利用随机数表抽取学生。

第二步：确定样本量及各阶段样本量的配置

按简单随机抽样时，在置信度为 $t=95\%$ 时，绝对误差为 $\Delta P=5\%$ ，取方差大到最大的比例，则全市的样本量应为：

$$n_0 = t^2 * P * Q / \Delta P^2 \approx 22 * 0.5 * 0.5 / 0.05^2 = 400 \text{ (人)}$$

根据以往的经验，估计回答的概率为 $a=90\%$ ，因此调整样本量为：

$$n_1 = n_0 / a = 400 / 0.9 \approx 445 \text{ (人)}$$

由于多阶段抽样的效率比简单随机抽样的效率低，取设计效应 $deff=1.35$ ，则全市范围内应调查的样本学生为：

$$n_2 = n_1 * deff = 445 * 1.35 = 600 \text{ (人)}$$

（注：设计效应为某个特定抽样设计的估计量方差 $v(\theta)$ 与相同样本量（不放回）简单随机抽样的估计量方差 $vsrs(\theta)$ 之比。）

各阶段的配置分别为：

初级单元：10所学校

二级单元：150个寝室，每个学校抽25个寝室

三级单元：600个学生，每个寝室抽4名学生

第三步：抽样过程

以全西安市的在读大学生为总体，采用多阶段抽样方法抽取样本。

第一阶段，先以西安市的每个高等院校为初级单元。按不等概（即每个初级单元被抽取概率不等，大单位被抽中的机率大）的PPS抽样（抽取率与单位大小成比例的多阶段抽样，即按学校的人数确定相应的抽样比率）从中抽取6所学校。

第二阶段，在每个被抽中的学校中，将全校所有的寝室依次进行编号，赋予每个寝室一个与编号一样的代码；根据所有的寝室数除以样本量25，确定抽样间距；然后对代码进行随机起点的等距抽样，则被抽中的寝室为样本寝室。

第三阶段，分别在每个样本寝室中，按随机二维数列表抽取4名学生（若寝室的人数不足，就从下一个寝室补充完整）。

抽样调查方案 篇5

一、调查目的

我们通过了解已经知道大学生是网络购物的主导力量，所以我们进行此次大学生网络购物情况调查，主要是基于以下目的：

1. 通过对大学生网上购物的调查，了解大学生网购的情况、对网上购物的看法、态度以及对网购的接受程度。
2. 通过对大学生的调查了解大学生接受网购的原因以及为什么不接受网购？
3. 通过对现阶段大学生网上购物情况的大致分析，找出网上购物存在的问题，从而为广大的学生购物者提供一些相关的意见和建议。引导大学生健康消费、理性消费。
4. 希望通过我们的调查为想要在校开网店的大学生提供一定的参考和建议。

二、调查范围和内容

（1）目标总体和调查总体

目标总体：辽宁石油化工大学的在校学生。

调查总体：根据辽宁石油化工大学的在校学生实际情况设计形成的抽样框。

（2）调查内容

1. 被调查学生的基本情况：学生的性别、所在院校、所学专业、年级。
2. 大学生网购的人数及比例。
3. 大学生对网络购物的了解程度。
4. 大学生对网上购物的态度和看法。
5. 大学生网购的主要商品以及网购的消费能力。
6. 大学生网购的原因以及考虑的因素。
7. 大学生网购比较常用的网站。
8. 大学生网购的满意程度。
9. 有些大学生不尝试网购的原因。
10. 在大学生眼中，网络购物的主要缺点以及改善的意见和建议

（2）调查表

见调查问卷。

三、调查方式和方法

1. 文案调查法：我们将通过查阅、阅读、收集历史资料等方式。通过调查研究我们将进一步了解在校大学生的网上购物行为。

2. 问卷调查法。我们将向辽宁石油化工大学的学生发放调查问卷。在对回收

的调查问卷进行收据整理、分析的的基础上得出结论以及撰写调查报告。

四、调查时间

此次调查大致来说可分为准备、实施和结果处理三个阶段。

（1）准备阶段：分为界定调研问题、设计调研方案、设计调研问卷或调研提纲三个部分。

（2）实施阶段：根据调研要求，采用多种形式，广泛地收集与调查活动有关的信息。

（3）结果处理阶段：将收集的信息进行汇总、归纳、整理和分析，并将调研结果以书面的形式——调研报告表述出来。

五、人员安排：

1. 调查方案设计：全体成员

2. 调查问卷设计：全体成员

3. 收集数据：全体成员

4. 整理与显示数据：全体成员

5. 撰写调查报告：全体成员

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/598075031006007035>