

秘书调查报告：调查报告的写作秘书资格考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/545/2021\\_2022\\_\\_E7\\_A7\\_98\\_E4\\_B9\\_A6\\_E8\\_B0\\_83\\_E6\\_c39\\_545609.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/545/2021_2022__E7_A7_98_E4_B9_A6_E8_B0_83_E6_c39_545609.htm)

凡是对某一事物、事件、问题、经验、社会的或自然的基本情况，进行有目的的调查研究，而后写成的书面报告，都叫调查报告。它是一种应用广泛的文体。调查报告一般分综合性和专题性两种类型。

．综合性调查往往涉及面广、事多，如社会基本情况调查报告、人口普查报告、某一地区综合调查报告之类就是。

．专题性调查报告往往是就一件事、一个人或一个问题进行深入调查，以求得明确的结论。如公安司法部门的一些刑事、民事案件的调查，行政管理部門的生产事故、灾情、纠纷的调查，学术团体对历史人物、历史事件的调查等。调查报告多数是供有关领导部门工作参考时使用的，少数好的也公开发表。调查报告的写法要根据不同的要求来决定。新闻性的调查报告，具有新闻性特点，要求尊重客观事实、记述真人真事、反映迅速及时。不仅要介绍事物发展的全过程，还要进行分析、评价，揭示事物的本质，概括基本经验，指明发展方向，内容比较系统、完整、充实。典型经验调查同工作总结有相似之处，但在内容上有较大的不同。它反映的范围比工作总结广泛，可以涉及现状、历史、经验、问题等多方面内容，对好的典型要阐明其性质、意义与推广价值，对坏的典型还要分析产生的原因和造成的后果并总结出教训等；在写作时比较客观，一般只摆情况，不下结论和提出措施；多用第三人称。调查报告的写法应根据调查内容、问题性质以及调查目的来决定。一般包括三部分：一、概括介绍

。即在开头简介被调查者的概况。如调查一个单位，要先介绍该单位基本情况，包括人数、人员结构、规模、历史和现状等。如调查某一历史事件，应交代为什么要去调查，调查经过及其结果等。

二、调查经过与内容。这是全文的主体。可根据调查的性质和材料决定不同的写法。例如事件调查常常根据事件的发展过程来写，从事件的产生、发展经过、结果与影响，到处理这一事件的方法与建议。而经验调查往往省略过程描述，只根据调查所得的基本经验逐条叙述。另外，也可以根据调查所得的基本结论，从多方面举例加以说明。总之，这一部分要充分反映调查的收获。

三、结语。要求总结全文，与开头相呼应，使结构完整。建议、说明或要求等。

如何才能写好调查报告？

一．要尊重事实，不能先入为主。调查研究一般都有明确目的。到哪里去，调查什么，事先都有设想和调查提纲。但写时，不能以主观设想的调查提纲为依据，而只能依据调查所得事实。事实怎样就怎样写，不允许用调查之前设想的结论去套用或改造客观事实，更不能虚构。

二．要善于抓住本质。调查所得材料是各种各样的，甚至会有截然相反的意见。因此，写作时要善于抓住那些最能说明问题的材料，不要眉毛胡子一把抓，堆砌很多材料还说明不了问题。有些材料很好，但与调查主题无关，也不能用上去，可以作为副产品加以使用，如写成另外的调查报告或别的文章。

三．要多用群众的生动语言。调查报告可以而且应当对调查所得材料进行加工提炼，集中概括，但是对于群众中生动的语言，要尽量采纳，并保持其原来面貌，使文章既说明问题，又令人爱看。

怎么写调研报告?什么是调研报告?对某一情况、某一事件、某一经验或问题，经过在实

践中对其客观实际情况的调查了解，将调查了解到的全部情况和材料进行“去粗取精、去伪存真、由此及彼、由表及里”的分析研究，揭示出本质，寻找出规律，总结出经验，最后以书面形式陈述出来，这就是调研报告。调研报告的核心是实事求是地反映和分析客观事实。调研报告主要包括两个部分：一是调查，二是研究。调查，应该深入实际，准确地反映客观事实，不凭主观想象，按事物的本来面目了解事物，详细地占有材料。研究，即在掌握客观事实的基础上，认真分析，透彻地揭示事物的本质。至于对策，调研报告中可以提出一些看法，但不是主要的。因为，对策的制定是一个深入的、复杂的、综合的研究过程，调研报告提出的对策是否被采纳，能否上升到政策，应该经过政策预评估。如何写好调研报告？第一，必须掌握符合实际的丰富确凿的材料，这是调研报告的生命。丰富确凿的材料一方面来自于实地考察，一方面来自于书报、杂志和互联网。在知识爆炸的时代，获得间接资料似乎比较容易，难得的是深入实地获取第一手资料。这就需要眼睛向下，脚踏实地地到实践中认真调查，掌握大量的符合实际的第一手资料，这是写好调研报告的前提，必须下大功夫。第二，对于获得的大量的直接和间接资料，要做艰苦细致的辨别真伪的工作，从中找出事物的内在规律性，这是不容易的事。调研报告切忌面面俱到。在第一手材料中，筛选出最典型、最能说明问题的材料，对其进行分析，从中揭示出事物的本质或找出事物的内在规律，得出正确的结论，总结出有价值的东西，这是写调研报告时应特别注意的。第三，用词力求准确，文风朴实。毛泽东的《湖南农民运动考察报告》是很好的典范。写调研报告，应该用

概念成熟的专业用语，非专业用语应力求准确易懂。通俗应该是提倡的。特别是被调查对象反映事物的典型语言，应在调研报告中选用。目前，盲目追求用词新颖，把简单的事物用复杂的词语来表达，把简单的道理说得云山雾罩、玄而又玄，实际上是学风浮躁的表现，有时甚至有“没有真功夫”之嫌。调研报告一般是针对解决某一问题而产生的。报告需要陈述问题发生发展的起因、过程、趋势和影响。如果用词概念不清，读者就难以了解事物的本来面目，也就达不到解决问题的目的。尤其是政策调研报告，用词准确有助于政策决策者迅速准确地理解调研报告的内容，有利于政策制定和调整的正确性。

第四，逻辑严谨，条理清晰。调研报告要做到观点鲜明，立论有据。论据和观点要有严密的逻辑关系，条理清晰。论据不单是列举事例，讲故事，逻辑关系是指论据和观点之间内在的必然联系。如果没有逻辑关系，无论多少事例也很难证明观点的正确性。结构上的创新只是形式问题，不能把主要精力放在追求报告的形式上。调研报告的结构可以不拘一格。

第五，要有扎实的专业知识和思想素质。好的调研报告，是由调研人员的基本素质决定的。调研人员既要有深厚的理论基础，又要有丰富的专业知识。一项政策往往涉及到国民经济的许多方面，并且影响到不同的社会群体，只有具备很宽的知识面，才能够深刻理解国家的大政方针，正确判断政策所涉及的不同群体的需要；才能看清复杂事物的真实面目。恩格斯说过：如果现象和本质是统一的，任何科学都没有存在的价值了。调研人员一定要具备透过现象洞察事物本质的能力。这源于日积月累，非一朝一夕之功。

第六，要对人民有感情，对事业、对真理有追求。任何事

物都是一分为二的，调研报告带有一定程度的主观性。作者所处的立场决定了报告的主题和观点，也决定了报告素材选取的倾向性。巴金说，“不是我有才能，而是我有感情”。深入实际搞调研，一定要有为老百姓、为国家解决问题的强烈愿望和感情。事物的产生和发展都遵循一定的规律，调研报告的写作过程实际上也是探索事物发生发展规律的过程。报告的论点和论据一定要符合自然规律和社会规律，而不是追随潮流，迎合某些群体的需要。这就需要调研人员非常敬业，具有不懈追求真理的精神。

市场调查方案的设计 市场调查方案的设计，是指实现调查目标或检验调查假设索要实施的计划。在调查之前根据调查研究的目的、调查对象的性质，必须对调查工作总的目标和各个阶段进行通盘考虑和安排，并提出相应的调查实施方案，制定出合理的工作程序。客观上不存在唯一的调查计划方案，调查人员往往有很多的选择，每一种选择都会有其优缺点，这就需要调查研究人员进行总和的考虑和权衡。一般来说，主要需要权衡的是调查成本和调查信息的质量之间的关系，通常所获得信息越精确，错误越少，成本就越高。另外需要权衡的还有时间限制和调查类型，调查人员必须在很多条件的约束下，向客户提供尽可能科学的调查方案。市场调查的范围可大可小，但无论是大范围的研究，还是小规模的投资，都会涉及相互联系的各个方面和全部过程。这里所说的全部过程，是指调查所需经历的各个阶段和环节，即调查资料的收集、调查资料的整理很分析的等。只有对此事先做出同一考虑和安排，才能保证减少误差，顺利进行。市场调查方案的可行性与评价 调查方案通常不是唯一的，需要从多个调查方案中选取最优方案，

同时调查方案设计工作也不是一次完成的，需要必要的可行性研究，对方案进行试点和修改。可行性研究是科学决策的必经阶段，也是科学设计调查方案的重要步骤。评价调查方案的优劣，可以从不同的角度出发：首先是方案设计是否体现调查目的和要求；其次是方案设计是否科学、完整和具体可操作性；第三是方案设计能否保证调查质量；最后是调查实效检验，即通过实践检验调查方案的科学性。对调查方案进行可行性研究的方法有很多，这里介绍逻辑分析法和经验判断法两种。

1. 逻辑分析法 逻辑分析法是检查所设计的调查方案的部分内容是否符合逻辑和情理。例如在电话普及率不是很高的地区使用该方法，得到的数据就不会非常准确，必须还辅之以一些面访的方法。逻辑分析法仅可对调查方案中的调查项目设计进行可行性研究，而无法对其他方面的设计进行判断。

2. 经验判断法 即组织一些具有丰富调查经验的专家，对设计的调查方案加以初步研究和判断，并说明方案的可行性。经验判断法能够节省人力和时间，在比较短的时间内得出结论。但是这种方法也存在有一定的局限性，这主要是因为人的认识是有限的，有差异的，而且事物在不断发生变化，各种主客观因素都会对人们判断的准确性产生影响。

问卷设计程序 问卷是为了达到调查目的和收集必要数据而设计好的一系列问题，是收集来自于被访者信息的正式的一览表。问卷提供标准化和统一化的数据收集程序，它使问题的用语和提问程序标准化，每一个应答者看到或听到相同的文字或声音，每一个调查员也必须询问相同的问题。问卷在收集收集过程中起着非常重要的作用，如果问卷设计得不好，那么所有精心的抽样计划，训练有素的调查人员，合理

的数据分析技术都将徒然无用。问卷在市场调查中被定位为调查目标和调查信息之间的位置。一份设计优秀的问卷必须具备几个功能：首先，问卷必须完成所有的调查目标，满足管理者对信息的需要；其次，问卷必须使用被访对象可以理解的语言，并顺利的获得被访者的回答；第三，对访问来说，易于管理，方便记录，同时还有利于方便快捷的编辑和数据处理；最后，问卷必须可转化成能回答管理者起初的提问。

问卷的形式 在市场调查中，由三种主要的问题类型：开放式问题、封闭式问题和量表式问题。开放式（Open Question）问题允许被调查人用自己的话来回答问题，一般说来，因为被调查的回答不受限制，所以开放式问题常常能揭露出更多的信息。开放式问题在探测研究阶段特别有用，这个阶段期求的是洞察人们内心的想法，而不是去衡量以某种方式在想有多少人。封闭式（Closed Question）问题包括所有可能的回答，让被调查者从中选择一个答案。因为封闭式问题规定了回答的方式，使数据编码、统计分析变得很容易。封闭式问题常用于描述性研究。量表式问题（Scaled-response Questions）的主要优点是对应答者回答强度进行测量，另一个优点是许多量表式应答可以转换成数字，并且这些数字可直接用于编码，而且对于量表式的问题，调查人员可以使用一些更高级的统计分析方法。

F8F8" 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)