**社会调查感想**

邓丽平

2016年底以来，国内共享单车突然就火爆了起来，而蹿红网络的一张截屏，24个共享单车应用的图标霸满了整个手机屏幕，真的是“一图说明共享单车的激烈竞争”。而在街头，仿佛一夜之间，共享单车已经到了“泛滥”的地步，各大城市路边排满各种颜色的共享单车。这样看来，共享单车正以势不可挡之势影响着我们的生活。然而悟空单车、3Vbike单车等几家共享单车企业在上市的几个月后骤然倒闭的事实却给共享单车正猛的势头浇了一盆冷水。诚然，共享单车符合绿色出行、低碳环保理念，又充分体现互联网思维，一经推出就深受年轻一代的追捧。共享单车之所以从2016年以来成为“网红”，也正是因为它扫码骑走、随借随还的便利性。但，不可忽略的是，企业经营的挑战来自人性，在一辆质量上乘、”取走“不担风险的单车面前，不少人还是没能守得住本心。如何建立有效的诚信系统、平衡好企业以及公民之间的利益矛盾点、谋求企业健康长远的发展成为每个共享单车企业面临的主要难题。

我们本次社会实践的主题就是通过调查身边年轻一代对共享单车面临的一些尚需改进的地方的意见来综合分析共享单车行业的发展形势。

我们的初步任务规划如下：

查阅相关文献初步归纳 7月8日-7月10日

制定调查问卷 7月13日-7月16日

在现实社会与网络上发起调查 7月18日-7月25日

归纳整理数据并进行分析 7月26日-7月28日

根据以上数据总结结论，完成论文 8月11日-8月20日

第一次做社会实践，大家都很有热情也很认真。初步的任务分配，大家都主动承担了很多任务。然后是多方查找资料，根据自己搜集到的材料各自制定了一份调查问卷，然后精益求精从每个人的调查问卷中筛选出最合适又不重复的问题才敲定最终的调查问卷。网上调查问卷通过各种途径传播出去，截至回收，有效问卷共计197份，以这份问卷结果为样本，我们进行了比较有可信性的数据分析。大家戮力同心根据数据总结结论，完成了综合论文的撰写。

这次社会实践中，我们组有认真负责的队长王通，有积极肯干、勤奋配合的四名队员，合力完成了最初的好好做社会实践、认认真真调查分析的设想。小小的一份调查问卷，都是每个队员辛苦搜寻资料、专心总结分析的结果；即使是论文，也是每名队员仔仔细细码的字，尽量把通过数据得出的结论、把自己的总结表述得详尽翔实。社会实践能圆满完成，我多庆幸有一群谨慎尽责不拖拉不懈怠不躲懒的队友啊。而且一个团结的团队，也必然是物尽其用、人尽其责、各得其所、协调有致的。

另外，本次社会实践让我们这群身处大学象牙塔中的学生更清晰地了解到一些社会现象及人间百态。共享单车随用随取，用车人以极低的价格即可享受优质的用车服务，这样确实存在一定程度的风险，毕竟这涉及到最难把控的社会因素：人性。然而，何不给共享单车的发展和公民诚信用车的最终实现一个慢慢来的机会？就像数年前发展中的中国、处处比不上先进国家的我们的中国，现在不是在越来越好吗？从前谁又能想到有一天我们能骄傲自信幸福的说：我们是中国人呢？慢慢来啊……..一切都在进步，大家共同努力。另外，更让人心怀激荡不可忽略的一个事实是:占市场共享单车份额小半边天的OFO共享单车的创始人团队来自北大校园，初衷是让小黄车造福广大学子，这份赤诚的少年心和灼热的社会责任感是当代青年最缺乏的精神。他们对共享单车的准确定位及逐步的迈入市场、一系列的改进到在众多共享单车企业中高歌猛进的势头更是让我们见识到最年轻一代社会栋梁的成长与潜力。这是90后的一代，以后，社会的担子我们来挑，请前辈们，放心吧。