

2006年咨询工程师现代咨询方法与实务真题 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/473/2021_2022_2006_E5_B9_B4_E5_92_A8_c67_473442.htm 2006年咨询工程师现代咨询方法与实务答案

一、（20分）甲公司目前主营产品为A，A产品所在行业竞争者众多，占有市场份额最高的企业的市场份额为18%，且行业内主要企业的份额比率均在1.7以内，甲公司同两个主要竞争对手乙公司和丙公司的竞争态势矩阵如表达1-1所示。

序号	关键竞争因素/强势指标	权重	得分	甲公司	乙公司	丙公司
1	生产规模	0.20	4	3	5	2
2	技术实力	0.15	2	5	3	3
3	产品质量	0.20	5	4	5	4
4	成本优势	0.15	3	1	4	5
5	客户服务能力	0.20	5	3	3	6
6	财务能力	0.10	1	5	2	

为了进一步拓展业务范围，甲公司考虑进入B产品市场，为此委托一家咨询公司进行咨询。咨询报告提出B产品目前具有技术成熟、质量稳定、消费者全面认同等特征，目前甲公司进入B产品市场的最佳时机，建议尽快进入。

问题：来源：www.examda.com

- 1、判断A产品所在行业的市场竞争格局属于何种类型，并说明理由。
- 2、与竞争对手乙公司和丙公司相比，甲公司的综合竞争能力如何？
- 3、根据咨询公司对B产品的市场调查结论，判断B产品处于产品生命周期的哪个阶段。
- 4、甲公司是否应接受咨询公司的建议？说明理由。

二、（20分）某洗衣机生产企业为应对市场竞争，近年来一直以降低产品销售价格为主要竞争策略。为了改善经营业绩，该企业拟调整竞争策略，并为此聘请一家咨询公司对当地洗衣机市场进行分析。咨询公司从委托单位得到了部分资料，见表2-1。

年份	洗衣机平均销售价格(
----	------------

元/台) 洗衣机销售量(万台) 2001 3800 50 2002 3460 54 2003 3188 58 2004 2960 61 2005 2700 65

咨询公司用德尔菲法对影响洗衣机销量的主要因素进行了市场调查，从研究部门、家电经销商和知名家电企业选择了36名专家实施调查。在意见征询表中，列出了质量、价格、品牌、外观、噪音、自动化程度和售后服务等到项目，要求专家从中选择3个影响销售的主要因素，并按其重要性排序。在第二轮征询后，按专家排序情况和评分标准（排为第一位的给3分、排为第二位的给2分，排为第三位的给1分）评分，排在前5位的为质量、品牌、价格、自动化程度和外观5个因素。第三轮征询后，36名专家对该5个因素重要性排序的人数分布情况如表2-2所示。表2-2对5个因素的重要性排序意见表

专家	因素	第一位	第二位	第三位
质量	12	10	5	2
品牌	7	15	7	3
价格	4	6	5	10
自动化程度	7	8	10	7
外观	2	7	10	7

问题：1、咨询信息的采集除了委托单位提供外，还有哪些采集途径？2、如果当地2006年洗衣机的平均价格下降到2500元/台，用价格弹性系数法预测当地2006年洗衣机的销售量。3、以第三轮征询的专家意见为依据，按评分标准分别计算影响洗衣机销售的5个主要因素的得分（列出计算过程），并按分值排序。4、为增加销售并改善经营业绩，该企业应如何调整竞争策略？说明理由。

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