

咨询师项目决策分析与评价复习笔记（二）PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/92/2021\\_2022\\_\\_E5\\_92\\_A8\\_E8\\_AF\\_A2\\_E5\\_B8\\_88\\_E9\\_c60\\_92951.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/92/2021_2022__E5_92_A8_E8_AF_A2_E5_B8_88_E9_c60_92951.htm)

第二章 市场分析与项目(企业)投资战略 2.1 市场调查与预测 2.1.1 市场分析的目的和作用

【市场分析】是在市场调查的基础上，对项目的产出品市场容量、价格、竞争力、营销策略以及市场风险进行分析、预测和研究。一是为确定项目建设规模和产品方案提供依据，二是为项目建成后的市场开拓奠定基础。

2.1.2 市场调查 【市场调查】主要指对产出品市场现状和一段历史时期内的情况进行的调查，也可包括主要投入品。

2.1.2.1 市场调查的内容 主要包括：1、市场容量 包括供应状况（国际、国内、进口），需求状况（国际、国内、出口）。2、市场价格 包括国际、国内、进口、出口及其变化规律，价格形成机制（政府调控或市场形成）。3、市场竞争力 包括产品在国内、国际市场的竞争程度，竞争对手的生产、营销、市场份额及竞争力。以上各个部分调查结果都应附有相应的表格。

2.1.2.2 市场调查的方法 依调查资料来源及资料收集方法，可将市场调查方法分为文案调查(又称第二手资料调查)及实地调查(又称第一手资料调查)两大类。

【文案调查】是由市场调查执行人员，收集企业内部既有档案资料及企业外部各种相关文件、档案、研究报告或公开资料，加以整理、衔接、调整及融会，以归纳或演绎等方法予以分析，进而提出相关市场调查报告的活动过程。

【实地调查】是在周详严密的架构之中，由调查人员直接向被访问者收集第一手资料的相互来往过程。具体包括观察法、实验法和问卷法，其中尤以问

卷法应用最广。2.1.2.3 问卷调查法 问卷调查法的步骤： 确定需要收集的数据； 决定问卷调查方式； 决定问题内容； 决定问题形式； 决定问题用语； 决定问题先后顺序； 决定检验可靠性问题； 决定问卷版面布置； 试调查； 修改及定稿。

2.1.2.4 抽样调查 【抽样调查】是从所要研究的某特定现象的总体中，依随机原理抽取一部分作为样本，根据对样本的研究结果，在抽样置信水平上，推断总体特性的调查方法。抽样调查是实地调查中最重要最科学的调查方法之一，主要优点是科学、节约。抽样调查的步骤： )识别总体； 选择抽样方法； 决定样本数。抽样方法的分类：一般可分为随机抽样和非随机抽样两大类。

简单随机抽样	双重抽样	逐次抽样	随机抽样	分段抽样
单一阶段抽样	分层抽样	多阶段抽样	群集抽样	
系统抽样	复合抽样	便利抽样		
非随机抽样	配额抽样	判断抽样	雪球抽样	

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)