

项目决策分析与评价讲义(二) PDF转换可能丢失图片或格式
，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/93/2021_2022__E9_A1_B9_E7_9B_AE_E5_86_B3_E7_c60_93066.htm

第二讲 一、内容提要 1、市场调查与预测（掌握） 2、竞争力分析（掌握） 3、营销策略研究（掌握） 4、市场风险分析（掌握） 5、项目(企业)投资战略（了解） 二、重点、难点 1、了解市场分析的目的与作用，项目（企业）投资战略。 2、掌握市场调查和预测，竞争力的综合分析及营销策略研究，及市场风险分析。 三、内容讲解 第二章 市场分析与项目(企业)投资战略 市场分析是在市场调查的基础上，对项目的产出品的市场容量、价格、竞争力、营销策略以及市场风险进行分析预测和研究，一方面为确定项目建设规模和产品方案提供依据，同时为项目建成后的市场开拓打下基础。（了解）项目战略是企业战略实施的组成部分，对拟建项目的选择、项目建设规模和产品方案的确定、对项目目标市场的确定也颇具指导意义。（了解）对于制造业项目，还应对其主要投入品的供应进行分析，以解决主要投入品的可得性和可靠性问题，并对其价格进行预测。 第一节 市场调查与预测（掌握） 一、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调查，也可包括主要投入品。（一）市场调查内容 市场调查内容主要包括市场容量、价格以及市场竞争力的现状，各个部分调查结果都应附有相应的表格。 例题：市场调查内容主要包括（ ）。 A、市场容量调查 B、文案调查 C、价格状况调查 D、竞争力状况调查 E、实地调查 答案：A、C、D (1)市场容量调查。包括供应状况与需求状况，两者同时都要

包括国内市场和国际市场。调查的时间跨度应能满足市场预测的要求。1)供应状况：调查国际市场。调查国内市场。调查进口状况。2)需求状况：调查国际市场需求状况。调查国内市场需求状况。出口状况。(2)价格状况调查，包括国内价格及变化情况、国际价格及变化和进出口价格及变化情况。1)调查产品的国际市场价格变化情况及规律。2)调查产品的国内市场价格变化情况及规律。3)调查产品的进出口价格变化情况及规律。4)调查该产品是市场形成价格还是政府调控价格。(3)竞争力状况。例题：市场容量调查。包括供应状况与需求状况，需求状况需要()。A、调查进口状况 B、调查出口状况 C、进口、出口都调查 D、进口、出口都不调查 答案：B

(二)市场调查方法 1. 市场调查体系 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。文案调查系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。实地调查则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。例题：依调查资料来源及资料收集方法，可将市场调查方法分为()。A、文案调查 B、抽样调查 C、随机抽样调查 D、实地调查 E、非随机抽样调查 答案：A、D

2. 问卷调查方法 选用问卷调查法，需设计问卷。问卷的设计步骤：(略) 3. 抽样调查及其程序 抽样调查是实地调查中最重要科学的调查方法之一

，其优点在于既科学又节约，故获广泛应用。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。抽样方法一般可分为随机抽样和非随机抽样两大类。进行抽样调查的步骤：(1)识别总体。(2)选择抽样方法。(3)决定样本数。例题：抽样方法一般可分为（ ）。A、分段抽样、分层抽样 B、简单抽样、系统抽样 C、随机抽样、非随机抽样 D、判断抽样、系统抽样 答案：C 例题：进行抽样调查的步骤排列正确的是（ ）。A、识别总体、选择抽样方法、决定样本数 B、决定样本数、选择抽样方法、识别总体 C、选择抽样方法、识别总体、决定样本数 D、决定样本数、识别总体、选择抽样方法 答案：A

4 . 统计分析
及解释 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