

市场调查与预测

自学考试题解

教材同步

应试训练

1	2
3	4
5	6
7	8
9	10
11	12
13	14
15	16
17	18
19	20
21	22
23	24
25	26
27	28
29	30
31	32
33	34
35	36
37	38
39	40
41	42
43	44
45	46
47	48
49	50
51	52
53	54
55	56
57	58
59	60
61	62
63	64
65	66
67	68
69	70
71	72
73	74
75	76
77	78
79	80
81	82
83	84
85	86
87	88
89	90
91	92
93	94
95	96
97	98
99	100

好辅导

高等教育自学考试指定教材配套辅导丛书(续Ⅲ)

52-44

经济管理类

- 有本好教材,还需要一本好辅导!

出版介 语

对考生来说：有本教材，还需要一本好辅导书！

那么，您打开的这本辅导书怎么样呢？

编写依据 本书严格按照国家自考委颁布的自考大纲和组编教材的内容及章节顺序编写。对照章节，教材同步，使用起来很方便。

内容特点 凡参加过自考的读者都有这样的经验——要取得好成绩，除认真领会教材外，还必须根据教材内容，依照试卷的不同题型，进行有针对性的训练。本书的大量篇幅全部集中于此。

第一部分——自学考试门径 从宏观上对本课程在整个专业体系中的地位、自学方法、考试要求、试卷结构以及应试技巧作一概要性的介绍，使考生对参加该门课考试有个总体上的了解。**第二部分——综合复习题解** 按教材章节顺序，首先进行考核点提示，然后把课本中的重点及题眼用单选、多选、填空、判断、名词解释、简答、论述等不同的题型反映出来，供考生练习，以增强记忆，强化复习效果。书后附有参考答案供读者对照。**第三部分——考前模拟试题** 为了使考生对该门课程的考试要求、考试题型、题量及分布有所了解，提高考场实战能力，本书根据历年考试的标准试卷提供了两套模拟试题，供考生进行考前自我测试和适应性训练。附有评分标准和答案。

作者组成 本书的作者是多年从事本课程的教学和科研工作的大学教师，他们对自学考试教材吃得很透，且具有长期辅导自学考试的经验，积累了大量的资料，掌握较多的信息，对考生参加考试将会起到好的指导作用。

故而，这是您很需要的一本辅导书！

买回一本好辅导，助您考得好成绩！

前 言

本书是全国高等教育自学考试委员会指定的全国自学考试通用教材《市场调查与预测》(车礼、胡玉立主编,武汉大学出版社出版)的学习指导书。本书的章节次序与教材对应,便于学习。书中内容包括三大部分:第一部分,是《市场调查与预测》自考门径,介绍了自学考试的有关知识;第二部分,是《市场调查与预测》综合复习题,包括考核要点提示、综合练习题及其参考答案三方面的内容。综合练习题包括单项选择题、多项选择题、填空题、判断题、问答题、计算分析题等;第三部分是考前模拟题。根据《市场调查与预测考试大纲》的要求编写的这本辅导书,题量大、涉及面广,具有较强的针对性,以期能对考生的学习和考试有所帮助。

本书主要适用于自学考试经济管理专业的考生,同时也可供统计专业和其他经济类考生及读者学习时参考。

本书由河南财经学院赵乐东副教授和吴海建副教授联袂编写。赵乐东撰写自考门径和综合练习题的第1、2、3、4、5、10、11、12章,吴海建撰写第6、7、8、9章的综合练习题和考前模拟题。限于编者水平,书中内容若有不当和疏漏之处,请读者批评指正。

编著者

目 录

出版介语	(1)
前 言	(1)
第一部分 市场调查与预测自考门径	(1)
一、课程地位	(1)
二、自学方法	(2)
三、考试要求	(5)
四、试卷结构	(6)
五、应试技巧	(6)
第二部分 市场调查与预测综合复习题	(9)
第一篇 导论	(9)
第一章 市场与市场调查和预测	(9)
考核点提示	(9)
综合练习题	(15)
参考答案	(24)
第二篇 市场调查	(28)
第二章 市场调查的类型与步骤	(28)
考核点提示	(28)
综合练习题	(32)
参考答案	(42)
第三章 市场调查的内容	(47)
考核点提示	(47)
综合练习题	(52)
参考答案	(65)
第四章 市场调查与抽样	(71)
考核点提示	(71)

综合练习题	(75)
参考答案	(87)
第五章 市场调查方法	(92)
考核点提示	(92)
综合练习题	(95)
参考答案	(105)
第三篇 市场预测	(108)
第六章 市场预测的种类和内容	(108)
考核点提示	(108)
综合练习题	(110)
参考答案	(124)
第七章 判断分析法	(131)
考核点提示	(131)
综合练习题	(133)
参考答案	(145)
第八章 时间序列分析法	(152)
考核点提示	(152)
综合练习题	(155)
参考答案	(180)
第九章 因果分析法	(194)
考核点提示	(194)
综合练习题	(196)
参考答案	(213)
第四篇 经营决策	(219)
第十章 经营决策的步骤和原则	(219)
考核点提示	(219)
综合练习题	(223)
参考答案	(233)

第十一章 决策分析方法·····	(238)
考核点提示·····	(238)
综合练习题·····	(244)
参考答案·····	(257)
第十二章 决策方案的确定与实施·····	(262)
考核点提示·····	(262)
综合练习题·····	(265)
参考答案·····	(273)
第三部分 市场调查与预测考前模拟试题·····	(276)
市场调查与预测模拟试题(一)·····	(276)
市场调查与预测模拟试题(一)参考答案·····	(286)
市场调查与预测模拟试题(二)·····	(292)
市场调查与预测模拟试题(二)参考答案·····	(301)
附:高等教育自学考试指定教材及配套辅导邮购书目 ·····	(307)

第一部分

市场调查与预测自考门径

一、课程地位

市场调查与预测是全国高等教育自学考试经济管理类专业本科段的专业必修课,学好本课程的前提是:已经具备了《应用数学基础》和《社会经济统计学原理》两门课程要求的基本知识,否则,学员在学习中可能会遇到很多困难。我国正在逐步推行社会主义的市场经济,对于参与经济管理和经济决策的人们来说,认识市场、了解市场、把握市场,不断提高市场分析和市场预测的能力,是他们所迫切需要的,同时这也是市场经济对他们提出的基本要求。要达到这样的目标,首先要进行广泛深入的市场调查,掌握丰富翔实的第一手信息资料;在拥有大量信息的基础上,就可通过科学的方法对未来的市场作出预测。为此,经济管理者必须系统地掌握一门关于市场调查和市场预测的学问。本课程主要介绍了市场调查、市场预测、和经营决策的简便、实用的方法。通过本课程的学习,学员应该理解课程要求的基本概念、基本理论,掌握有关的基本技能和基本方法,并能用这些基本方法解决一些实际问题。达到了这个基本要求,学员将会在对经济问题的定量分析方面,如虎添翼,不断提高工作的质量和效率。

二、自学方法

学习方法因人而异。自学考试,是一种将个人自学、社会助学和国家考试结合起来的高等学历教育,因此,它对考试和考生的要求都是比较高的。顺利通过各门课程的考试,及早取得大专或本科毕业证书,是广大考生的共同愿望。但对于每一位自考生来说,这并不是一件轻而易举之事。他们的困难往往在于:①有不少考生,尤其是本科段的考生,既有工作,又有家庭,一方面他们要全心全意做好工作,另一方面他们还要尽力照顾家庭,在这个前提下他们才能千方百计抽出时间来完成他们的学业;②由于他们工作任务重,机动时间少,所以往往不能保证按时听课,这就又给自学带来了新的困难;③学习方法不对头。各门课程的内容不同,在学习方法上也应有所不同。许多考生在学习方法上存在的共同不足就是不得要领,死记硬背,结果是事倍功半;④临时抱佛脚,胡乱猜题、押题,撞运气。根据本课程的自学考试大纲,考试内容对教材的覆盖面是很宽的,只有认真地、踏踏实实地进行学习、全面理解和掌握本课程的基本知识,才是可取的方法。《市场调查与预测》这门课程,是一门理论和方法兼而有之的课程,它不仅要求考生重视对基本理论的理解,更要求考生重视和加强基本方法和基本技能的训练。因此,我们认为要想学好这门课程,顺利通过考试,在学习上应注意下面一些问题:

1. 按指定教材所含内容和本门课程大纲的要求进行学习

自学考试严格按指定教材组织命题,这就要求考生应该严格按照国家自学考试委员会指定的教材进行学习,只有这样才能针对性强、学习效果好。在多年的教学实践中,我们发现有个别考生在学习中喜欢“博览群书”,除了国家指定的专用教材外,他们往往还要购买同一学科的许多参考书,希望通过广泛的阅读达到全面理

解的目的。这并非总是可取的。虽然就某一学科而言,不同版本的教材所讨论的基本问题是相同的,而且各有特色,博采众长,会有裨益,但自学考试采用的是标准化考试形式,即使同一门课程,使用不同的教材,按不同的教材进行命题,学生考试的结果也将会是极为不同的。比如问答题、部分选择题、部分填空题等,其标准答案大多只在指定的教材中才有,如果阅读别的教材就很可能是劳而无功的。因此,每位自考生都必须紧扣国家规定的《市场调查与预测》教材进行学习。

2. 尽量多听课

参加自学考试的考生都是成人,都有一定的自学能力,有些科目可以完全靠自学,掌握课程的基本内容,达到合格水平。但有些课程,比如市场调查与预测、高等数学、统计学等,仅靠自己看书学习,就很难达到目的,因此,必须尽可能地多听课。有许多问题,经老师一点很容易就明白了,但如果由自己琢磨,即使花费很多时间,也不一定理解得准确。因此,听课和不听课,学习效率和效果是完全不一样的,考生应对这一点有充分的认识。

3. 认真通读全书,有些章节要反复阅读

正如前面所说,自学考试严格按指定教材设置的内容组织命题,按考试大纲的要求把握命题的难度和命题的范围。这样,自学者必须十分重视对教材的使用,要全面理解和把握课程的知识体系,把握课程的基本内容,找出课程的重点和难点,做到胸中有数,融会贯通。为此,需要通读教材的全部内容。在通读教材时,必须集中精力,认认真真、一丝不苟,不能只图速度快。这对于每一个学生来说都是十分必要的。凡是迅速自学成才的考生都知道通读教材的重要性,即使听过辅导课的学生,也不可轻视这一环节。在通读全书的基础上,寻找本门课程的重点和自己的难点。对于重点或难点的章、节、目,要反复阅读,深入领会,彻底读懂。对于一些关键性的问题、公式、表格、例题等,可在阅读时做些记号和批注

等,以加深印象,加深理解。这样,通读和精读了教材,又尽可能地听了辅导课,一般来说对教材的内容就有了较好的把握,多数问题已经解决,少数尚不理解的问题,也都胸中有数、清清楚楚,解决这些问题,要进一步下功夫。

4. 认真做好读书笔记

常言道:不动笔墨不读书。这说明记读书笔记的极为重要性。对自学考试的广大考生来说,做读书笔记包括两方面的含义:一是听课时的笔记,二是阅读时的笔记。听课笔记除了记录授课老师讲课时板书的内容以外,还要注意记录老师未板书的关键语言,有时候这些语言对于理解教材上的有关内容有点石成金的作用;同时,也要记录课堂上没有完全弄懂的问题,以便课后及时向老师请教,力求做到所有问题都在听课的过程中解决。自学阅读时的读书笔记,主要是记录自己认为的重要问题,特别是自学中遇到的疑、难问题,这些问题的解决,意味着对所学内容的全面掌握。对于那些不能经常参加听课的考生来说,后一种读书笔记更为重要。

5. 大量进行习题训练

由于我国目前的自学考试采用标准化考试,考题类型主要包括客观性试题和主观性试题两类,从目前的情况和今后的发展趋势看,一份试卷中客观性试题的分数比重在扩大。解答客观性试题和解答主观性试题对考生的要求是不一样的,前者要求考生对所学内容的全面理解和灵活应用,后者则带有较浓厚的死记硬背的色彩。因此,买一本比较好的习题及辅导书,经常地、大量地做习题,是非常必要的。有许多问题,看似懂了,但待做题时,却经常出错,这就是在考生中普遍存在的眼巧手拙问题。所以,没有大量的习题训练,就很难保证在考试时取得较好的成绩。尤其对于象“市场调查与预测”这样的课程,更要注重做习题,没有足够的习题训练是一定考不好的。习题做的多了,学习中遇到的疑难问题被解决的多了,脑海中似是而非的问题被澄清的多了,考试成功的可

能性也就提高了。凡自学考试不可不高度重视这一问题。

三、考试要求

市场调查与预测是商业经济管理专业的考试课程,在本专业中占有重要地位。根据国家自学考试委员会的有关文件的规定,本课程考试的一般要求主要包括以下几个方面:

1. 考试目的

本课程考试的基本目的,是检查考生对所学知识的理解和掌握程度。因此,考生在学习本课程时,不仅要掌握各篇章的基本原理,而且必须弄懂各种方法,并能够具体应用。这就要求对于每一个问题都要把握三个方面的要点:①是什么(基本含义),②为什么(基本原理),③怎么做(具体运用)。达到了这三个方面的学习要求,也就达到了考试的目的。

2. 考试范围

市场调查与预测课程的考试范围,是指全国高等教育自学考试委员会制定的商业经济管理专业《市场调查与预测考试大纲》和根据该大纲编写的教材《市场调查与预测》(车礼、胡玉立主编,武汉大学出版社1993年版)所要求的学习内容。

3. 考试方法

由于课程内容的特殊性,本课程采用闭卷、笔试的方法进行考试。考生应根据要求,在国家规定的统一的考试时间内,到考生所在地自学考试委员会指定的考试地点,在监考人员的监督下,按要求进行考试。

4. 考试时间和及格线

《市场调查与预测》课程的考试时间为两个半小时;采用百分制,及格分数为60分。

四、试卷结构

高等教育自学考试的各门课程,在考试时所采用的题型有所不同,但一般来说,主要包括单项选择题、多项选择题、填空题、判断题、简答题、论述题、计算分析题等。就《市场调查与预测》课程来说,选择、判断、填空等客观性试题,大体占 50% 左右,简答、论述、和计算等主观性试题占 50% 左右。

五、应试技巧

考试是对自学者学习效果的实际检验,应试是自学者学习过程的最后一个阶段。优良的考试成绩是建立在平时努力学习、刻苦钻研的基础之上的,因此,一般说来,严格的考试并不存在投机取巧的问题,因而实际上也没有什么“技巧”可言。但对具体的考生和应试的具体课程而言,怎样在有限的时间内,取得尽可能好的考试成绩,又确实是有技巧的,这些技巧,实际上是考试经验的总结。

1. 沉着、冷静,临阵不慌

有不少的考生,心理素质不太好,情绪波动较大,因此,虽几经考场,但每逢考试,仍紧张不安,甚至寝食皆废,这对考试是非常不利的。要知道,考试无非是对所学知识的掌握程度的一种测试,只要平常功夫下到,只要对本门课程的内容已基本理解和掌握,只要平时进行过较多的习题训练,并且许多问题确实已经解决,那么,考试对你来说,无非是在两个半小时的时间内,将你所知道的写在试卷上而已,有什么值得紧张不安的呢?要知道,在考场上紧张不安必定影响考试水平的正常发挥,必定影响考试的成绩。因此,每个考生都应该以一种平常的、平静的心态走进考场,参加考试,沉

着冷静地解答问题,这样才有可能考出自己的真实水平,取得应有的成绩。

2. 迅速浏览全卷,做到心中有数

一般来说,一份试卷覆盖了教材的基本的主要内容,涉及到了方方面面的知识。对于不同的考生来说,对教材所含内容的理解和掌握的程度是不一样的,因此,在拿到考试卷以后,不要急于答题,而应该将试卷从头至尾大致浏览一遍,对试卷的题型、试题数目、试题涉及的知识范围、试题的难易程度、试卷的分数结构等方面的情况有一个基本的了解,做到心中有数,这就为自己怎样合理安排自己的答题时间,解决重点问题,做好了心理准备。有些考生不是这样,他们一拿到试卷,不分青红皂白,急急忙忙开始答卷。这样盲目的行动,其效果肯定是不好的。当考试结束时间到了的时候,他们才发现有不少容易解答的题目,已经没有时间解答了,该得的分数,没法得到,怎么能取得好成绩呢?

3. 答题先易后难,不轻易放过任何得分机会

一份试卷包含着难易程度不同的各类试题,对于不同的考生来说,试题的“难”和“易”又是不同的。在浏览全卷以后,应该首先选择最容易的试题进行解答,尔后解答较难的试题,把最难的试题留待最后再答。这样,即使考试时间到了,也答完了自己会答的试题,不会由于自己没有把握好时间将应得的分数丢掉了,而后悔莫及。

4. 要通观全局,重点出击,不要因小失大

客观性试题,一般分值较低,多数情况下,每小题1分,有时甚至只有0.5分;而主观性试题,一般分值较高。而分值较高的试题,不一定总是难度较大的试题。有些考生在答题时,往往不会把握这一点。比如,在客观性试题中,“多项选择题”是比较难的,在解答这些问题时,使出“为求一字妥,捻断数根须”的劲头,是完全没有必要的。你花费了很多时间,也不一定能完全选择正确,即使

选择对了,也只有1分。如果将在此花费的时间用于解答简答题、论述题、计算题等,一定会取得高于1分的成绩。轻重缓急,利弊得失,应试者不可不察。

5. 做完试卷,不留空白

在我们评卷过程中,经常会出现一些几近及格的“敏感分数”,如57分、58分、59分等。根据自学考试委员会的要求,对于成绩在55分~64分的试卷,一律进行复查,其目的,就是要检查这类试卷在评分标准的掌握上,是否有出入。因此,“敏感成绩”很有可能会被复判为及格成绩。如果一份试卷会答的试题全答了,拿不准的试题留着空白,即使遇到“敏感成绩”,评卷人员也爱莫能助。敏感成绩和及格成绩虽只是一步之遥,但却有天壤之别。不是吗?

第二部分

市场调查与预测综合复习题

第一篇 导 论

第一章 市场与市场调查和预测

考核点提示

市场是商品经济的产物,哪里有商品经济,哪里就会有市场。搞市场经济,必须研究市场,必需对市场进行调查和预测,这样才能适应市场,驾驭市场。通过本章的学习,要了解和掌握有关市场、市场调查、市场预测和经营决策等方面的基本概念、基本理论、基本特征、基本作用和一些基本分类,为后面各章的学习,做好铺垫。

(一) 市场的概念、特征、功能和作用

1. 市场的概念。

一般来说,市场是商品交换的场所,它是随着商品生产和商品交换的发展而逐渐形成和发展起来的。它不仅是商品交换的场

所,也体现着一定的经济关系和社会关系,是各种社会关系的总和。市场是商品生产发展的结果,又是商品生产进一步的必要条件。在现代社会,市场的概念不论是在空间上,或是在其体现的经济关系上,都进一步扩大了,也就是说,市场在其外延和内涵上都扩大了,并逐步形成了市场体系,在这个体系中,有两类市场,一类是商品市场,一类是生产要素市场。

2. 市场的特征。

市场作为经济的运行基础和基本形式,具有如下基本特征:

① 导向性。

在市场经济条件下,一切经济活动都以市场为中心,围绕市场需要进行。

② 自主性。

市场活动的主体是企业,企业拥有高度的自主权,因此市场经济活动具有高度的自主性。

③ 开放性。

市场向所有的生产者、经营者和购买者开放,它们可以自由参与市场经济活动。

④ 竞争性。

市场经济运行的基本原则是:平等进入、公平竞争。

3. 市场的功能。

① 交换功能。

这是市场最基本的功能。它表现为以市场为场所或中介,促进和实现商品交换活动。在市场经济条件下,商品生产者出售商品,消费者购买商品,以及经营者买进卖出商品的活动,都是通过市场实现的。

② 调节功能。

这是市场最主要的功能。是指市场在内在机制的作用下能够自动调节社会经济的运行过程和基本比例关系。市场本质上是价

值规律发生作用的实现形式。

③ 反馈功能。

市场反馈信息的功能,将日益加强。市场把交换活动中产生的经济信息传递、反馈给交换当事人,就是市场的反馈功能。市场信息的内容形式多种多样,归结起来都是市场上商品的供应能力和需求能力的显象,是市场供求变动趋势的预示,其实质反应了社会资源在各部门的配置比例。

上述功能是一切社会形态下的市场所共有的,但各项功能赖以发生作用的方式、方向和范围,却因市场的社会性质不同而有所区别

4. 市场的作用。

在我国的社会主义市场经济条件下,市场具有以下的主要作用:

- ① 市场是满足需要、实现社会主义生产目的的必要条件;
- ② 市场是国民经济运行状况的监测器和指示器;
- ③ 市场是国家对社会经济实行间接管理的中介、手段和直接作用对象;
- ④ 对企业的生产经营活动具有直接的导向作用。

(二) 市场信息和市场调查

1. 市场信息的概念。

市场信息是有关市场活动的各种消息、情报、数据、资料的总称,属于社会经济信息的范畴。

2. 市场信息的特点。

一般信息的基本特点有:

- ① 可感知和可识别性;
- ② 可转换性;
- ③ 可储存性;
- ④ 可加工处理性;