

全国高等教育自学考试指定教材辅导用书

高等教育自学考试同步辅导 / 同步训练

市场调查与预测

周庄 郭和平 杨胜友 主编



国城市出版社

全国高等教育自学考试指定教材辅导用书

高等教育自学考试同步辅导/同步训练

市场调查与预测

周 庄 郭和平 杨胜友 主编

中国城市出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

市场调查与预测/周庄等主编. -北京: 中国城市出版社, 1999. 5

(高等教育自学考试同步辅导 同步训练)

ISBN 7-5074-1117-6

I. 市… II. 周… III. ①市场-调查-高等教育-自学考试-
自学参考资料②市场预测-高等教育-自学考试-自学参考资料
IV. F713.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 15759 号

责任编辑 赵建华

封面设计 田猫

责任设计编辑 张建军

出版发行 中国城市出版社

地 址 北京市朝阳区和平里西街 21 号 邮 编 100013

电 话 64235833 传 真 64238264

经 销 新华书店

印 刷 北京通县京华印刷厂印刷

字 数 1800 千字 印 张 73

开 本 850×1168 (毫米) 1/32

印 次 1999 年 5 月第 1 版 1999 年 5 月第 1 次印刷

印 数 00001-20000 套 定价 (共 8 册): 100.00 元

本册定价: 12.50 元

· 版权所有、翻印必究 ·

前 言

11
Y
S
S
S
5

本书是以全国高等教育自学考试指导委员会颁布的《市场调查与预测》自学考试大纲和指定教材《市场调查与预测》(车礼、胡玉立主编,武汉大学出版社出版)为依据而编写的,是自学教材的配套用书,旨在帮助广大参加自学考试的学员更好地掌握《市场调查与预测》的体系、结构、要点、基本内容与学习方法。

全书共分两大部分:第一部分是分章的考核知识点提示、同步练习及参考答案;第二部分是两套综合测试题,供复习使用。

限于编者水平,书中难免有不妥之处,欢迎广大读者批评指正。

编 者

1999年4月

目 录

第一章 市场与市场调查和预测	(1)
考核知识点提示	(1)
同步练习	(1)
参考答案	(8)
第二章 市场调查的类型与步骤	(16)
考核知识点提示	(16)
同步练习	(16)
参考答案	(24)
第三章 市场调查的内容	(30)
考核知识点提示	(30)
同步练习	(31)
参考答案	(40)
第四章 市场调查与抽样	(49)
考核知识点提示	(49)
同步练习	(50)
参考答案	(60)
第五章 市场调查方法	(68)
考核知识点提示	(68)
同步练习	(68)
参考答案	(80)
第六章 市场预测的种类和内容	(87)
考核知识点提示	(87)

同步练习	(88)
参考答案	(98)
第七章 判断分析法	(105)
考核知识点提示	(105)
同步练习	(105)
参考答案	(117)
第八章 时间序列分析法	(126)
考核知识点提示	(126)
同步练习	(127)
参考答案	(141)
第九章 因果分析法	(165)
考核知识点提示	(165)
同步练习	(166)
参考答案	(177)
第十章 经营决策的地位和作用	(194)
考核知识点提示	(194)
同步练习	(194)
参考答案	(202)
第十一章 决策分析方法	(207)
考核知识点提示	(207)
同步练习	(208)
参考答案	(228)
第十二章 决策方案的确定与实施	(262)
考核知识点提示	(262)
同步练习	(262)
参考答案	(269)
综合测试题 (一)	(278)

综合测试题 (二)	(285)
综合测试题 (一) 参考答案	(293)
综合测试题 (二) 参考答案	(300)

C. 开放性

D. 公平竞争

4. 市场的()功能表现为以市场为场所和中介,促进和实现商品交换的活动。

A. 交换

B. 调节

C. 反馈

D. 全部

5. 市场对企业的生产经营活动具有()作用。

A. 监测器

B. 指示器

C. 直接导向

D. 间接导向

6. 市场信息具有一般信息所共有的基本特性,包括()。

A. 可存贮性

B. 复杂性

C. 多样性

D. 效用性

7. ()的市场信息具有较强的可传递性。

A. 目的性明确

B. 有序化程度较高

C. 复杂程度高

D. 多样化

8. 属于初级信息的有()。

A. 企业内部报表

B. 商情动态报告

C. 规章制度

D. 产量

9. 市场信息分为固定信息和流动信息,是按照()来划分的。

A. 信息的产生过程

B. 信息的来源

C. 信息来源的稳定程度

D. 信息的内容

10. ()信息包括企业向市场搜集所需的反映市场动态的情报资料,以及企业向市场发出的有关本企业营销情况的信息,其作用在于为企业决策和日常管理提供依据,扩大本企业影响,提高市场占有率。

A. 企业经营管理

B. 营销环境

C. 市场情报

D. 统计

11. 有目的的收集、整理和加工分析市场信息,使之集中化、有序化,成为可利用的信息,这一过程是()。

A. 市场调查

B. 市场分析

C. 市场预测

D. 经营决策

12. ()的广泛使用,为企业信息系统的建立提供了有利条件,使市场调查的科学化、信息化、系统化程度不断提高。

A. 经济计量学

B. 信息论

C. 社会学

D. 计算机技术

13. ()的正确与否,直接关系到企业经营管理的成败。

A. 市场调查

B. 市场预测

C. 经营决策

D. 市场信息

14. ()是科学预测与正确决策的前提和基础。

A. 市场信息

B. 市场调查

C. 经济计量学

D. 数学模型

15. 19世纪末,随着经济统计资料的收集和()的进步,各种预测未来经济和市场动态的方法应运而生。

A. 调查方法

B. 计算方法

C. 统计方法

D. 经济理论

16. 在市场预测中,借助现代科学技术手段,运用现代调查技术进行市场调查等,说明市场预测具有()特征。

A. 系统性

B. 科学性

C. 应用性

D. 现代化

17. 由于缺少可能沿用的既定程序和方案,企业经营决策的复杂程度大大提高,程序化、确定型决策减少,非程序化、不确定型决策增加。这使得决策具有以下特征:()。

A. 决策指导思想科学性 B. 决策程序的完整性

C. 决策内容的复杂性

D. 决策方法的多样性

二、多项选择题（在下列备选答案中选取二至五个正确答案）

1. 按商品属性，商品市场可以分为（ ）。

A. 生产资料市场

B. 生活资料市场

C. 批发市场

D. 零售市场

E. 期货市场

2. 作为市场经济的运行基础和基本形式，市场具有如下特征：（ ）。

A. 导向性

B. 自主性

C. 开放性

D. 有序性

E. 竞争性

3. 市场的基本功能具体表现为（ ）。

A. 满足需要的功能

B. 交换功能

C. 管理功能

D. 调节功能

E. 反馈功能

4. 市场信息是有关市场经济活动的各种（ ）的总称。

A. 消息

B. 情报

C. 数据

D. 资料

E. 观点

5. 在形式上，市场信息一般通过如下表现出来（ ）。

A. 商情

B. 广告

C. 书信

D. 语言

E. 图像

6. 市场信息除了具有一般信息共有的基本特征外，还具有与其他信息不同的特点，如：（ ）。

A. 可存贮性

B. 可转换性

- C. 复杂性和多样性
- D. 较强的有序性和可传递性
- E. 效用性

7. 属于初级信息的是()。

- A. 原始记录
- B. 销售额
- C. 单据
- D. 商情报告
- E. 经济合同

8. ()的发展和相互渗透,对市场调查理论和方法的完善起到了有力的推动作用。

- A. 市场经济
- B. 计划经济
- C. 经济计量学
- D. 信息论
- E. 社会学

9. 市场预测作为现代经营管理活动的重要组成部分和一门完整的现代管理科学,具有以下基本特征:()。

- A. 必要性
- B. 系统性
- C. 科学性
- D. 应用性
- E. 实质性

10. 加强市场预测,有利于()。

- A. 促进社会生产的顺利发展
- B. 适应和满足消费需要
- C. 充分发挥市场机制的调节作用
- D. 提高政府宏观管理和调控水平
- E. 提高企业的经济效益和经营管理水平

11. 科学的经营决策与传统的经验式决策之间存在着质的差别,这种差别表现为以下特征:()。

- A. 决策指导思想的科学性
- B. 决策指导思想的先进性
- C. 决策程序的完整性
- D. 决策内容的复杂性
- E. 决策方法的多样性

12. 具体的经营决策方法包括()等。

A. 量的决策

B. 质的决策

C. 确定型决策

D. 非确定型决策

E. 风险决策

三、判断题 (判断正确或错误, 正确划√, 错误划×。)

1. 虽然, 有商品经济就有市场, 但并不是商品经济发展的任何阶段都形成市场经济。 ()

2. 随着商品生产和商品交换的发展, 市场既是一般意义上的商品交换场所, 又表现为全部商品经济关系的总体领域。 ()

3. 生产资料市场、期货市场、金融市场、劳动力市场等都属于生产要素市场。 ()

4. 反馈功能是市场最基本的功能。 ()

5. 市场的功能是一切社会形态下市场共有的, 各项功能赖以发生作用的方式、方向和范围, 不因市场社会性质的不同而有所区别。 ()

6. 市场预测是一门掌握市场动态变化的科学。 ()

7. 市场预测也是一门重要的应用性科学。 ()

8. 无论社会经济制度如何, 只要存在市场经济, 存在市场, 生产经营活动就离不开市场预测。 ()

9. 市场预测是在科学的经营决策的基础上进行的。 ()

10. 决策内容的复杂性决定了存在统一的、普遍适用的决策模式。 ()

四、填空题 (将正确答案填入横线内)

1. _____的存在和发展, 并非偶然或主观臆想, 而是人们在生产和交换活动中长期实践、选择和进化的结果, 是商品经济进一步发展的必然产物。

2. 市场是指_____的场所。

3. 市场的导向性特征是指,在市场经济条件下,一切经济活动都以市场为中心,围绕_____进行。

4. 市场信息属于_____信息范畴。

5. _____是市场预测和经营决策的基础。

6. 市场预测所具有的系统性特征,是指市场预测在指导思想上坚持从_____的观点出发,把影响市场需求的各种因素视为一个有机系统。

7. 市场预测是一门_____性学科。

8. 预测本身并不是目的,它是为_____服务的,即为正确制定经济活动目标和行动方案提供科学依据。

9. 科学的_____是正确决策的前提和保证。

10. _____,一般指个人或集体为达到预定目标,从两个以上的可行方案中,选择最优方案或综合成最优方案,并推动方案实施的过程。

五、名词解释题

1. 市场

2. 市场功能

3. 市场的反馈功能

4. 市场信息

5. 流动信息

6. 市场调查

7. 市场预测

8. 经营决策

六、简答题

1. 简述市场的信息反馈功能。

2. 简述市场信息按其内容分类及其意义。

3. 简述市场调查与市场信息的联系。

4. 简述市场调查与市场预测的关系。

5. 简述市场预测的科学性特征是什么?

6. 简述市场预测与经营决策的关系。

7. 简述决策程序的完整性。

七、论述题

1. 试述在发展我国社会主义市场经济和实现企业管理现代化的进程中，必须高度重视市场调查的意义。
2. 试述市场预测的必要性。
3. 试述科学经营决策在市场经济运行中的功能。

参 考 答 案

一、单项选择题

- | | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. B | 2. C | 3. D | 4. A | 5. C | 6. A |
| 7. B | 8. D | 9. C | 10. C | 11. A | 12. D |
| 13. C | 14. B | 15. C | 16. B | 17. C | |

二、多项选择题

- | | | | | |
|----------|-----------|--------|---------|-----------|
| 1. AB | 2. ABCE | 3. BDE | 4. ABCD | 5. ABCDE |
| 6. CDE | 7. ABC | 8. CDE | 9. BCD | 10. ABCDE |
| 11. ACDE | 12. ABCDE | | | |

三、判断题

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. ✓ | 2. ✓ | 3. ✕ | 4. ✕ | 5. ✕ |
| 6. ✓ | 7. ✓ | 8. ✓ | 9. ✕ | 10. ✕ |

四、填空题

- | | |
|---------|---------|
| 1. 市场经济 | 2. 商品交换 |
| 3. 市场需要 | 4. 社会经济 |
| 5. 市场调查 | 6. 系统 |
| 7. 应用 | 8. 经营决策 |
| 9. 市场预测 | 10. 决策 |

五、名词解释题

1. 市场

一般意义上说，市场是指商品交换的场所，市场又是社会商品交换关系的总和。

2. 市场功能

市场功能指市场机体在运行过程中发生的功用或效能,具体表现为交换功能、调节功能和反馈功能。

3. 市场的反馈功能

市场的反馈功能是指,市场把交换活动中产生的经济信息传递、反映给交换当事人,该功能可以为国家宏观经济决策和企业生产经营决策提供重要依据。

4. 市场信息

市场信息就是有关市场经济活动的各种消息、情报、数据、资料的总称。

5. 流动信息

流动信息是随时反映市场经济活动进程及变化动态的信息,如市场供求变动、价格涨落、利率变化、商品结构调整、消费流行趋势等。

6. 市场调查

市场调查就是运用科学的方法,系统地搜集、记录、整理和分析有关市场的信息资料,从而了解市场发展变化的现状和趋势,为市场预测和经营决策提供科学依据的过程。

7. 市场预测

市场预测就是在市场调查和市场分析的基础上,运用逻辑和数学方法,预先对市场未来的发展变化趋势作出描述和量的估计。

8. 经营决策

经营决策就是企业等经济组织决定企业的生产经营目标和达到生产经营目标的战略和策略,即决定做什么和如何去做的过程。

六、简答题(答案要点)

1. 简述市场的信息反馈功能。

市场的信息反馈功能,可以为国家宏观经济决策和企业生产经营决策提供重要依据。一方面,国家可以根据市场商品总量及其结构的平衡状况,判断国民经济各部门之间的比例关系恰当与否,并据此规划和调整社会资源在各部门的分配比例。另一方面,企业也可以根据商品的市场销售状况,对消费偏好和需求潜力作出判断和预测,从而决定和调整企业的经营方向。随着

社会信息化程度的提高，市场的信息反馈功能将日益加强。

2. 简述市场信息按其内容分类及其意义。

按照信息内容，市场信息可以分为市场情报信息、企业经营管理信息、营销环境信息等。市场情报信息包括企业向市场搜集所需的反映市场动态的情报资料，以及企业向市场发出的有关本企业营销情况的信息，其作用在于为企业决策和日常管理提供依据，同时扩大本企业的影响，提高市场占有率。市场情报信息一般通过广告、商情动态、销售分析等图像或文字资料反映出来。企业经营管理信息是对企业生产经营过程进行计划、组织、指挥和控制时所需的信息，包括计划与合同信息、定额信息、价格信息、统计信息等。营销环境信息指影响企业营销活动的外部环境因素形成的信息，包括市场环境信息，如市场体系的发育程度、市场供求的总体平衡状况、商业网点布局、同行业竞销情况等；经济环境信息，如国家经济政策变化、人民消费水平及消费结构变动、国民经济发展速度及经济结构变化等；政治环境信息，如国家政体、基本方针政策、行政管理体制等；社会环境信息，如城市发展、人口分布、交通、环境保护、文化教育水平、风俗习惯、历史传统等；科技信息，包括国内外科学技术发展趋势、最新成果及其在经济领域的应用前景等。

3. 简述市场调查与市场信息的联系。

市场调查与市场信息有着极为密切的联系。一方面，市场信息直接构成市场调查的内容和作用对象，市场调查往往是围绕获取某一方面的市场信息而展开的；另一方面，市场调查是发挥市场信息效用的必要条件。获取市场信息本身并不是目的，而是为市场预测和经营决策提供依据。只有通过市场调查，将预测和决策所需用的信息加以集中和有序化，才能使市场信息得到有效利用。

4. 简述市场调查与市场预测的关系。

市场调查与市场预测，既相互区别又密切相关。市场调查的目的是了解市场活动的历史与现状，市场预测则是为了预见市场未来的发展趋势。同时，市场调查又是市场预测的基础，调查的结果不仅为市场预测提供大量的原始数据和资料，还可以为修订预测值提供依据。市场预测是在市场调查基础上进行的科学分析。将调查中取得的资料、数据用于对未来趋势的预测之中，可