

西南财经大学 2001 年工业企业管理考研试题

一、名词解释（每小题 5 分，计 20 分）

1. 企业经营与经营管理
2. 人才资源
3. 生产管理信息系统
4. 生产能力

二、简答题（每小题 10 分，计 40 分）

1. 简述产品生命周期各阶段的特点。
2. 企业经营组织的主要任务是什么？
3. 影响正常生产能力决策的因素有哪些？
4. 简述工艺专业化的原则及其优、缺点。

三、论述与案例分析题（每小题 20 分，计 40 分）

1. 如何做好生产制造过程的质量控制工作？
2. 案例分析：
 - （1）请从乘客的角度评价东航通过减少机供品服务而推出折扣价的行为。
 - （2）如何看待东航与北南航之间的价格战？
 - （3）如果你是总公司的主管人员，你将采取何种措施来避免价格战？

案例：

（一）群雄逐鹿硝烟起

由于受经营淡季影响，国内主要航空路线的乘客运输业不景气。隶属于迅达民航总公司的东方航空公司高级主管们经过研究讨论，决定出台一项新举措，旨在招揽乘客——即在它的某些航线上，按正常的客座机票票价打折 30%，并报请总公司同意。这次机票打折计划同时推出无机供品服务，即：购打折机票的乘客将不再享受以往乘飞机所得的馈赠如饮料、小吃、小纪念品等。机供品是航空公司的一大经营成本，占其总收入的 5% 左右。如果省略这些服务，则可削减乘务员，节省机供品成本和劳动力成本，从而弥补机票降价的损失。总公司同意了这个计划，但同时要求东方航空公司要进行跟踪调研，谨慎行事，逐步推开，并将实施情况作一总结报告。

于是，东方航空公司开始了宣传攻势，在各传媒上大做广告，这引起了隶属迅达民航总公司的北方航空公司和南方航空公司的注意。因为他们是东方航空公司在某些实行这种票价的线路上的竞争者。他们随即也向总公司提出申请，也要求实行这种折扣票价，并得到批准。至此，共有三家航空公司加入到这场价格大战中。

（二）且听东方如是说

实施折扣票价战略已半年有余，为向总公司提交一份真实可信的调查报告，东方航空公司一直都在作现场调查。结果表明，在 1997 年 5 月至 12 月期间，共有 180000 人次乘客享受了折扣票价，其中 50% 是因受折扣票价的吸引而乘该公司飞机的。新增销售收入 300 万元。

（三）总公司态度肯定

接到东方航空公司的研究报告，总公司主管人员大为赞赏，认为：附以无机供品服务的折扣价是一种在恰当时间推出的、用在了恰当的市场的举措，它有助于航空事业渡过业务萧条时期。

（四）北南方自有说法

与此同时，北方航空公司也提交了自己的报告，声称他们的研究表明，在 5 月到 10 月期间，其使用折扣票价的 60000 名乘客中只有 15% 是代表新产生的运输量；并指出，实行这种票价的结果已给公司带来销售收入净损失达 500 万元。另外，北方航空公司也对东方航空公司的调查可信度提出质疑，指出它自己的资料是建立在对事先不了解调查意图和发起者的那些人进行的彻底的、科学的、双方看不见的电话调查基础上的。这种调查能使较多的人愿意回答提出的问题而不带偏见，因此，其准确性要高于东航的现场调查法。南方航空公司也加入了北航行列，对东方航空公司的调查结果提出异议，宣称折扣票价根本不够的冲销售收入的减少。

（五）折扣价何去何从

总公司出现了两种意见：一是东方航空公司拟继续实行折扣票价；二是北南方航空公司强烈反对继续使用这种票价。总公司一时难以做出抉择，而价格战还在继续。