**ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №8**

**Маркетингові дослідження конкурентів**

1. **Тестові завдання:**

### Конкурентоздатність послуги - це

а) самий високий в світі рівень якості;

б) здатність товару/послуги конкурувати на світовому ринку;

в) здатність товару/послуги конкурувати з аналогічними видами продукції на світовому ринку;

г) сама низька собівартість;

д) здатність товару/послуги конкурувати з аналогами на конкретному ринку в певний період часу.

### Життєвий цикл товару – це

а) інтервал часу з моменту придбання до моменту утилізації;

б) сукупність фаз впровадження, зростання продажу, зрілості, спаду продажу товару;

в) процес розвитку продажу та отриманню прибутку; г) процес продажу товару/послуг.

### Зміст моделі життєвого циклу товару в:

а) прогнозі попиту, протягом якого товар буде користуватися попитом;

б) прогнозуванні моменту, коли фірма повинна приступити до розробки нового товару;

в) аналізі типу життєвого циклу товару для адаптації до його специфіки;

г) розробки маркетингових інструментів, за допомогою яких фірма може адаптуватися до його специфіки.

1. ***Конкуренція характеризується:***

а) однаковим доходом підприємств;

б) різними сферами діяльності;

в) наявністю декількох суперників;

г) метою.

### Підприємство, яке має 30% частки на конкурентному ринку грає роль:

а) підприємства-лідера;

б) претендента на лідерство;

в) послідовника;

г) підприємства-новачка.

### Показник є найбільш важливим в конкурентній боротьбі, – це:

а) продукт;

б) ціна;

в) система збуту;

г) реклама.

### Цільовий сегмент ринку — це сегмент:

### а) найбільший відповідний можливостям організації та особливостям розвитку ринку;

### б) з найбільшими розмірами і темпами зростання;

### в) який має недоступні для інших канали збуту.

### Основу для позиціонування продукту складають фактори:

а) поведінка споживачів після покупки;

б) поведінка конкурентів;

в) купівельної поведінки споживачів;

г) наміри споживачів здійснити покупку;

д) сприйняття продуктів споживачами.

### До кількісної інформації про конкурентів відносяться дані про:

а) пріоритетах на ринку;

б) частоту трудових конфліктів;

в) репутації конкурентів;

г) рентабельності.

### Якісна інформація про конкурентів відображає таку інформацію, як:

а) організаційно-правова форма;

б) чисельність персоналу;

в) доля ринку;

г) цінова стратегія.