



Конкурентная деятельность в индивидуальном предпринимательстве.кс_СПО

- 1 Анализ пяти сил конкуренции предложил
- 2 Низкие барьеры входа являются фактором силы -
- 3 Важность продукта для покупателей является фактором силы -
- 4 Ненасыщенность рынка является фактором силы -
- 5 Низкие постоянные издержки являются фактором силы -
- 6 Низкая потребность в капитале является фактором силы -
- 7 Малая лояльность к брендам является фактором силы -
- 8 Эффект масштаба при производстве является фактором силы -
- 9 Сетевой эффект является фактором силы -
- 10 Издержки переключения является фактором силы -
- 11 Объем начального капитала является фактором силы -
- 12 Преимущества старожилов являются фактором силы -
- 13 Неравный доступ к каналам сбыта является фактором силы -
- 14 Ограничительная политика государства является фактором силы -
- 15 Ожидаемое противодействие является фактором силы -
- 16 Если у компаний отрасли есть мощные ресурсы для ответного удара, - это
- 17 Если старожилы НЕ готовы пойти на снижение цен, - это
- 18 Отсутствие возможности вертикальной интеграции является фактором силы -





- 19) Отсутствие заменителей ресурса является фактором силы -
- 20) Высокая концентрация в ресурсной отрасли является фактором силы -
- 21) Когда Microsoft, подняв цены на операционные системы, снизила доходность производства персональных компьютеров -она использовала
- 22) Малая дифференциация продукции является фактором силы -
- 23) Чем НИЖЕ издержки переключения покупателей - тем
- 24) Чем НИЖЕ издержки переключения покупателей - тем
- 25) Неценовая конкуренция (важность качества, не цены) является фактором силы -
- 26) Отсутствие маркетинговых атак в отрасли является фактором силы -
- 27) Отсутствие инноваций в отрасли является фактором силы -
- 28) Много равных по силе конкурентов является фактором силы -
- 29) Зрелость (стагнация) рынка является фактором силы -
- 30) Чем выше постоянные издержки в отрасли , тем
- 31) Чем выше однородность продукта в отрасли , тем
- 32) Изучение методов конкурентных действий призвано ответить на вопрос:
- 33) К ценовой конкуренции относится:
- 34) Дифференциация продукта
- 35) ... может быть горизонтальной или вертикальной, в зависимости от качеств и свойств, различаемых покупателем
- 36) Отношения, включающие в себя элементы конкуренции и сотрудничества, называются:
- 37) Отношения между товарами – дополнениями характеризуются ...



- 38) Какая сила не входит в инструмент «5 сил конкуренции» -
- 39) Можно купить комплект, можно купить каждый товар отдельно – это называется
- 40) Игровая приставка продается в убыток, прибыль получаем за счет продажи игр – это называется

