

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Институт управления и государственной службы
Кафедра управления персоналом и экономической теории

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института управления и
государственной службы
Р.Г. Харьковский
(подпись)
«15» января 2025 года



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

Исследование потребительского поведения в сервисной деятельности
(наименование учебной дисциплины, практики)

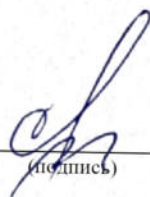
43.03.01 Сервис

(код и наименование направления подготовки (специальности))

«Управление бизнес-процессами в сфере услуг»

(наименование профиля подготовки (специальности, магистерской программы); при отсутствии ставится прочерк)

Разработчик:
Старший преподаватель


(подпись) Стрижко Е.В.

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры управления персоналом и экономической теории от «14» января 2025 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой
Управления персоналом
и экономической теории


(подпись) Чумаченко Г.В.

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Исследование потребительского поведения в сервисной деятельности»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. *Выберите один правильный ответ*

Поведение потребителя определяется:

- А) жизненными ценностями и установками;
- Б) воспитанием и образованием;
- В) социальной средой и культурой;
- Г) всеми перечисленными вариантами.

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3)

2. *Выберите один правильный ответ*

Какое влияние оказывает наличие выбора на удовлетворенность потребителя:

- А) наличие выбора повышает удовлетворенность;
- Б) наличие выбора не оказывает влияния на удовлетворенность;
- В) наличие выбора снижает удовлетворенность;
- Г) влияние наличия выбора зависит от других факторов.

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3)

3. *Выберите один правильный ответ*

Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:

- А) исследовательская;
- Б) потребительская (пользовательская);
- В) ценностно-ориентационная,
- Г) общественно-полезная.

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3)

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. *Установите соответствие между теориями потребительского поведения и их характеристиками.*

Теории потребительского
поведения:

- 1) Кардиналистская
(количественная) теория
полезности

Характеристика:

- А) Согласно этой теории денежный доход потребителя ограничен; цены не зависят от количеств благ, покупаемых отдельными домохозяйствами;

- все покупатели представляют предельную полезность всех продуктов; потребители стремятся максимизировать совокупную полезность.
- 2) Порядковая теория полезности Б) Предполагает измерение субъективной полезности, или удовлетворения, которую потребитель получает от потребления благ, в зависимости от их количества. При росте потребления общая полезность растёт, а предельная полезность (прирост полезности от потребления дополнительной единицы) падает.
- 3) Теория потребительского выбора В) В этой теории с каждой дополнительной единицей товара оценивается объём другого товара, который потребитель готов пожертвовать. Кривые безразличия выражают систему предпочтений потребителя и показывают возможное сочетание товаров, однако, чтобы сделать окончательный выбор, необходимо учитывать размер дохода потребителя и цены на товары
- 4) Современная теория потребительского выбора Г) Согласно этой теории, потребитель основной целью своей хозяйственной деятельности ставит максимизацию полезности потребления в условиях ограниченности ресурсов, в том числе и дохода. Он всегда стремится получить как можно больше благ для собственного потребления, имея при этом минимальные издержки

Правильный ответ: 1-Б, 2-В, 3-Г, 4-А

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3)

2. Установите соответствие между типами импульсивных покупок и их характеристиками.

Типы импульсивных покупок:

Характеристика:

- 1) Импульсивно-запланированная покупка А) Товары, которые потребитель видит впервые в магазине, но их приобретение стимулируется его желанием попробовать и познать их

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 2) Импульсивно-напоминающие покупки | Б) Товары, относительно которых покупатель принял решение заранее, а его реализация зависит от цены, времени, места предложения и некоторых других факторов. |
| 3) Импульсивно-побудительная покупка | В) Товары, обнаружение которых напоминает клиенту о необходимости совершения покупки.
Г) В нём вносят список пунктов, по которым стороны-участники договора не смогли договориться. |

Правильный ответ: 1-Б, 2-В, 3-А

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3)

3. Установите соответствие между основными этапами возникновения и становления глобального рынка и их основными характеристиками

Этапы возникновения и становления глобального рынка:

Характеристики:

- | | |
|------------------|---|
| 1) 1950-е гг. | А) Начало распада коммунистического лагеря. Расширение Евросоюза. Возрастание роли экономик стран Восточной Азии (доля рынка с 10 возросла до 25 %). Компании развитых стран выносят производство товаров и услуг, а затем и интеллектуальные продукты на территории других стран |
| 2) 1980-е гг. | Б) Технологический прорыв в области обработки и передачи информации. Глобализация рынка труда. Глобализация бизнеса ведет к глобализации правовых норм. Глобализация ИТ в коммуникациях. Выход на лидирующие позиции экономик «Азиатских тигров» |
| 3) 1990-2024 гг. | В) СССР, Китай, страны Индокитая и Восточной Европы изолированы. Япония пытается восстановить довоенный статус. «Азиатские тигры» в зачаточном состоянии |

Правильный ответ: 1-В, 2-А, 3-Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. Распределить в логическую цепь следующие этапы процесса принятия решения о покупке конечным потребителем:

- А) Решение о покупке: покупка ценности;
- Б) Поиск информации: определение ценности;
- В) Осознание проблемы: ощущение потребности;
- Г) Поведение после покупки ценности;
- Д) Оценка вариантов: оценка ценности.

Правильный ответ: В, Б, Д, А, Г

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3)

2. *Установите правильную последовательность потребностей в иерархической схеме теории мотивации Маслоу:*

- А) Потребность в самовыражении (совершенствование, персональное развитие);
- Б) Потребность в безопасности (личная безопасность, здоровье, стабильность);
- В) Потребность в признании (потребность в уважении окружающих, самооценка);
- Г) Физиологические потребности (еда, вода, кров, сон);
- Д) Потребность в принадлежности (любовь, дружба, общение).

Правильный ответ: Г, Б, Д, В, А

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3)

3. *Установите правильную последовательность стадий потребительского поведения в сфере услуг:*

- А) Стадия совершения покупки и потребления услуги;
- Б) Стадия постпотребления и последующей оценки совершённой покупки;
- В) Стадия предпотребления.

Правильный ответ: В, А, Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. *Напишите пропущенное слово.*

В основе потребительского поведения на рынке лежит _____, приносимая индивиду потребления приобретаемых им экономических благ.

Правильный ответ: Полезность

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3)

2. *Напишите пропущенное слово.*

_____ – это эффективный способ сбора информации при большой выборке потребителей: исследователь задает вопросы и записывает ответы респондентов.

Правильный ответ: Опрос

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3)

3. *Напишите пропущенное слово.*

_____ – изучение изменяющихся тенденций поведения потребителей; существующих и потенциальных конкурентов; преимуществ и ресурсов компании, технологических, правовых и экономических факторов.

Правильный ответ: Анализ рынка

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. *Ответьте на вопрос:*

На что направлено исследование потребительского поведения в сервисной деятельности?

Правильный ответ: Исследование потребительского поведения в сервисной деятельности направлено на изучение предпочтений людей, их требований, отношения к другим производителям. Также с помощью оценки можно отследить уровень лояльности и удовлетворённости продукцией.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3)

2. *Ответьте на вопрос:*

Какие методы исследования потребительского поведения Вы знаете?

Правильный ответ: Фокус-группа, сбор и анализ статистики, сплошное анкетирование, мониторинг.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3)

3. *Ответьте на вопрос:*

Назовите основные характеристики потребительского поведения.

Правильный ответ: Рациональность, независимость выбора, множественность.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. *Почитайте текст задания. Продумайте логику и полноту ответа. Запишите развернутый и обоснованный ответ.*

Проведите сравнительную характеристику следующих методов исследования потребительского поведения – опрос, эксперимент и наблюдение, указав его преимущества, недостатки, а также целесообразность.

Время выполнения – 5 мин.

Ожидаемый ответ:

Опрос — один из самых распространённых способов сбора данных при исследовании потребительского поведения. Респондентов просят дать ответы на ряд вопросов о предпочтениях, мотивах и опыте использования товара.

Преимущества: простота проведения, возможность использования цифровых платформ. Недостатки: опросы могут привести к ошибочным результатам, например, потребители отмечают в опросе одни марки, но при этом

приобретают другие. Также для получения значимых ответов часто требуются большие выборки. Целесообразность: опросы полезны для получения большого объёма конкретной информации.

Эксперимент используется для тестирования гипотез. Суть метода заключается в варьировании одного или нескольких привычных параметров, таких как упаковка, цена, элементы, оборудование.

Преимущества: позволяет изучить, как меняется покупательское поведение в ответ на изменение цены или дизайна упаковки. Недостатки: стоимость проведения эксперимента может быть высокой, особенно если ради этого изменяется цена на товар. Целесообразность: эксперименты подходят, когда нужно оценить поведение, которое нельзя рассмотреть в естественной среде.

Наблюдение заключается в том, чтобы следить за реальными действиями потребителей, например, в магазине или онлайн. Этот метод позволяет выявить поведенческие модели, которые часто остаются скрытыми при прямых вопросах.

Преимущества: даёт возможность изучить поведение потребителей в реальном времени, например, в магазинах или на улицах города. Недостатки: при наблюдении важно учитывать этические вопросы, такие как защита участников и уважение их частной жизни, получение согласия участников. Целесообразность: наблюдения подходят, когда нужно измерить поведение, которое можно оценить в его естественной среде.

Критерии оценивания: Студент должен свободно владеть материалом, знать основные методы исследования потребительского поведения, а также их характеристику. Рассматривая каждый из предложенных методов необходимо указать преимущества, недостатки и целесообразность их применения в определенной среде.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3)

2. Почитайте текст задания. Продумайте логику и полноту ответа. Запишите развернутый и обоснованный ответ.

Необходимо провести анализ деловой ситуации и дать обоснованный ответ.

Ситуация: Айболит – индивидуальный предприниматель, оказывающий жителям леса медицинские услуги. Зайчик, попавший под трамвай, имел полис обязательного медицинского страхования, на основании которого ему была Айболитом сделана операция по пришиванию лап, однако качество услуги не соответствовало договору: лапы были пришиты наоборот. Имеет ли право Зайчик предъявить иск в суд, руководствуясь Законом РФ «О защите прав потребителей»?

Время выполнения – 5 мин.

Ожидаемый ответ:

Не имеет. Отношения по обязательному страхованию указанным законом не регламентируются.

Критерии оценивания: Студент должен знать теоретический материал, а также нормативно-правовые акты, которые регламентируют взаимоотношения потребителя и производителя, или лица, оказываемого определённую услугу.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3)

3. Почитайте текст задания. Продумайте логику и полноту ответа. Запишите развернутый и обоснованный ответ.

Необходимо провести анализ деловой ситуации и восстановить этапы процесса совершения выбора. Укажите источники информации, которые вы использовали в ходе выбора товара.

В ходе выполнения этого задания используйте: а) проблемы, стоящие перед потребителем; б) внешнее влияние на выбор потребителя; в) мотивация, причины покупки; г) методы обучения; д) жизненный стиль и ресурсы потребителя; е) другие факторы, влияющие на процесс принятия решения о покупке.

Время выполнения – 5 мин.

Ожидаемый ответ:

На первом этапе исследуются возникновение и осознание потребности в том или ином товаре. В основе оценки (измерения) потребности, потребления и спроса в маркетинге широко используются приемы и методы теории предельной полезности, эластичности спроса.

Второй этап — моделирование процесса поиска и оценки информации о товаре. Здесь используются различные каналы информации о товаре: персональные (семьи, друзья), коммерческие (реклама, продавцы, упаковка), публичные (средства массовой информации), эмпирические (опыт, испытания). Покупателю требуется различная информация в зависимости от рыночной ситуации. Здесь требуется информация, раскрывающая достоинства незнакомых потребителю марок. Наконец, когда покупатель не знает товара, тогда информация направляется на создание интереса к нему (реклама, стимулирование и др.).

Третий этап — принятие решения о покупке. Покупка — это всегда компромисс, ожидаемый риск. Одним из методических подходов в решении данной задачи служит модель «черный ящик».

Четвертый этап - оценка потребителем правильности выбора товара. Положительная оценка усиливает приверженность к данному товару, негативная ослабляет интерес к нему.

Критерии оценивания: Студент в ходе выполнения задания должен провести анализ ситуации и восстановить процесс совершения выбора потребителем, ссылаясь на источники информации, которые потребитель использует в ходе выбора товара, а также влияющие на процесс принятия решения о покупке.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Исследование потребительского поведения в сервисной деятельности» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 43.03.01 Сервис.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению подготовки 43.03.01 Сервис.

Председатель учебно-методической комиссии
института управления и государственной службы _____ Студеникина В.П.



Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобренны изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)