

**5. Исследование товаров** нацелено на определение соответствия их технико-экономических показателей и качества запросам и требованиям покупателей, а также анализ конкурентоспособности.

Объектами здесь являются потребительские свойства товаров-аналогов и товаров-конкурентов, реакция потребителей на новые товары и их перспективные требования.

**6. Исследование цены** направлено на определение уровня и соотношение цен, чтобы иметь возможность получать наибольшую прибыль при наименьших затратах. В качестве объектов выступают затраты на разработку, производство и сбыт товаров, влияние конкуренции со стороны других предприятий товаров-аналогов.