

Конкурентоспособность товаров и услуг

Рызванович М. С

Белорусский национальный технический университет

Конкуренция (от лат. *concurrentia* - состязание) – экономическая ситуация, в которой любой покупатель или продавец может выбирать между различными производителями или поставщиками.

Высокий уровень конкурентоспособности продукции и услуг является базой эффективности в рыночной экономике. Особая актуальность проблемы конкурентоспособности продукции имеется для белорусских предприятий – существует необходимость производить и реализовывать на рынке реально востребуемый товар.

Конкурентоспособность товара и услуги – это уровень их экономических показателей и потребительских свойств, позволяющий выдержать соперничество с другими аналогичными товарами и услугами на рынке.

В мировой практике конкурентоспособность товаров и услуг определяется следующими основными факторами:

- соответствием качества товаров и услуг требованиям рынка и запросам и ожиданиям конкретных потребителей;
- совокупными затратами на закупку, доставку, хранение, обслуживание, ремонт, эксплуатацию и утилизацию товаров;
- способностью организации выполнять поставки в сроки и объемах, удобных для потребителя;
- репутацией (имиджем) организации на рынке, наличием аргументов, подтверждающих надежность организации как партнера, и способностью представить эти аргументы.

Нередко значительную роль играют дополнительные факторы: уровень и организация производителем сервисных услуг; организационно-коммерческие условия и факторы продажи; система продвижения товаров на рынок, дилерская сеть; рекламная активность по отношению к покупателям; маркетинговая деятельность, изучение спроса, мониторинг рынка; меры по стимулированию сбыта.