

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРА

Магистрант Юхневич О.А.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Гурина Е.В.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

Конкурентоспособность товара – это сравнительная характеристика товара, содержащая комплексную оценку всей совокупности производственных, коммерческих, организационных и экономических показателей относительно выявленных требований рынка или свойств другого товара и определяемая совокупностью потребительских свойств данного товара-конкурента по степени соответствия общественным потребностям с учетом затрат на их удовлетворение, условий поставки и эксплуатации в процессе производственного и (или) личного потребления.

Если за значение базы сравнения для оценки конкурентоспособности товаров принимается степень удовлетворения потребностей потребителя, то расчет единичного показателя конкурентоспособности производится по формуле

$$K_i = \frac{P_i}{P_{ni}}$$

- K_i – значение степени удовлетворения потребностей потребителя по i -му параметру;
- P_i – величина i -го параметра показателя степени удовлетворения потребности потребителя для исследуемой продукции;
- P_{ni} – величина i -го параметра показателя степени удовлетворения потребности покупателя в тех или иных компонентах поданному показателю. Поскольку значения параметров при определении конкурентоспособности товаров могут иметь разные значения в зависимости от базы сравнения, то их коэффициенты соотношений могут принимать значения от 0 до 1.

Если за базу сравнения при оценке конкурентоспособности товаров принимается тот или иной образец (товар), то расчет единично-

го показателя конкурентоспособности проводится по следующей формуле

$$K_i = \frac{P_i}{P_{i0}},$$

- K_i – единичный показатель конкурентоспособности по i -му параметру;
- P_i – величина i -го параметра показателя для исследуемого продукта;
- P_{i0} – величина i -го параметра показателя образца (товара) базы сравнения.

Качество продукции — целостная совокупность ее потребительских свойств, обуславливающих степень пригодности данной продукции удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением в конкретных условиях потребления. Качество продукции является следствием используемого сырья, технологий, состояния оборудования, системы менеджмента качества и т.д.

Критерии качества (или технические параметры) товаров — параметры потребности, которые характеризуют содержание этой потребности и условия ее удовлетворения. К ним относятся:

- параметры назначения;
- эргономические параметры;
- эстетические параметры;
- нормативные параметры.

Закупочная цена определяет конкурентоспособность товаров производственного назначения и создает потребительские предпочтения для изготовителей продукции.

Реализационная цена влияет на конкурентоспособность товаров непосредственного использования (пищевых продуктов, готовых к потреблению, моющих средств), а также услуг. Доступность реализационной цены определяет потребительские предпочтения для индивидуальных пользователей товаров и услуг, которые не требуют дополнительных затрат на использование по назначению.

Цена потребления определяется ценой реализации и затратами на эксплуатационные расходы: транспортировку, монтаж, наладку,

техническую помощь в обслуживании, хранение, уход за товарами, энергозатраты, ремонт, уплату налогов и сборов, страхование и утилизацию. Цена потребления как критерий конкурентоспособности наиболее свойственна таким товарам, как средства производства, сложнотехнические, одежно-обувные, хозяйственно-бытовые и тому подобные товары. Цена потребления товаров в значительной мере зависит от стоимости операций по послепродажному обслуживанию и затрат на эксплуатацию.

Литература

1. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Серия «Теория и практика менеджмента». 11 издание. – СПб: Питер, 2014. – 478 с.
2. Анурин, В., Муромкина, И., Евтушенко, Е. Маркетинговые исследования потребительского рынка. Уникальный отечественный опыт. Учебное пособие. – СПб., 2012. – 235 с.