

ТЕЗИ ДЛЯ КОЛОКВІУМУ 2013

Оцінка конкурентоспроможності продукції та вплив якості продукції на підвищення її рівня

Юлія Труш

Національний університет харчових технологій, trush.yuliya@mail.ru

Для оцінки конкурентоспроможності продукції важливо розуміти, що на сучасному ринку покупець здебільшого намагається купувати не товари як такі, а весь комплекс пов'язаних з ними послуг, важливих для покупця, так як останній оцінює конкурентоспроможність з власних, вигідних для нього, але значно менш вигідних для виробника позицій.

Конкурентоспроможність продукції має бути ключовим моментом прийняття рішення про розширення та створення нових виробничих потужностей, розробки маркетингових прогнозів.

Вивчення конкурентоспроможності продукції, що реалізується на ринку, треба провадити безперервно та систематично.

Основні завдання аналізу: оцінка конкурентоспроможності продукції; вивчення факторів, що впливають на її рівень; розроблення заходів для забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності продукції.

Оцінка конкурентоспроможності продукції ґрунтується на дослідженні потреб покупця та вимог ринку. Щоб товар задовольняв потреби покупця, він має відповідати певним параметрам: технічним (властивості товару, галузь його використання й призначення); ергономічним (відповідність товару будові та функціям людського організму); естетичним (зовнішній вигляд товару); нормативним (відповідність товару чинним нормам і стандартам); економічним (відповідність ціни товару платоспроможності споживача); організаційним (умови поставки, комплектність поставки, сервісне обслуговування).

Залежно від цілей аналізу конкурентоспроможності продукції використовуються рейтингові, матричні та табличні методи. Так, приклад, методика оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції рейтинговим методом. Щоб оцінити конкурентоспроможність, доцільно порівняти параметри продукту з відповідним товаром конкурента щодо їх здатності задовольняти ту чи іншу потребу покупця. Для цього розраховують одиничні й групові показники конкурентоспроможності продукції.

Ключові слова (має 5 слів) конкурентоспроможність, продукція, оцінка, покупець, ринок.