**Практичне 5. Конкурентоспроможність товару та її показники**

**Практичне завдання:**

**1. Підготувати презентацію (мінімум 10 слайдів) і доповідь:**

*1. Охарактеризуйте заклад вищої освіти, у якому ви навчаєтеся. Назвіть його конкурентні переваги.*

Конкурентна перевага – це такі характеристики, що забезпечують підприємству-виробнику або продавцю товару перевершення над конкурентами на цільовому ринку збуту. Таке перевершення є відносним, тобто його можна визначити в порівнянні з конкурентами. Продукція, що є конкурентоспроможною на одному сегменті ринку, може мати конкурентну поразку на іншому.

Головний (пріорітетний) конкурент на ринку – це конкурент з найбільшою часткою ринку та найкращою позицією. Аналіз конкурентних переваг та конкурентоспроможності товару підприємства проводиться по відношенню до аналогічного продукту головного конкурента на сегменті ринку.

Існує дві основні конкурентні переваги:

— цінова — за рахунок більш низьких витрат ніж у конкурентів на виробництво та продаж продукції підприємство спроможне знижувати ціну. В даному випадку слід аналізувати можливу поведінку конкурентів, що можуть також знизити ціну, та пам’ятати, що існує межа знижування ціни, коли вже продавати за такою ціною продукт є невигідним;

— диференціація — це спроможність підприємства забезпечити споживача унікальними якостями продукту, його особливими властивостями або сервісом, що є важливим для споживача та відрізняє цю пропозицію від конкурентних. Це більш ефективний вид забезпечення конкурентних переваг, адже конкуренти не можуть так швидко, як при цінової конкуренції, відреагувати. Досягнення значного відриву від конкурентів можливо за рахунок інноваційної, маркетингової діяльностей.

*2. Зробити дослідження конкурентоспроможності конкретного товару або послуги використовуючи показники конкурентоспроможності продукції.*

*Оцінка конкурентоспроможності товару проводиться в декілька етапів:*

*1. Вибір виробу для аналізу.* Це може бути новий товар, який підприємство планує випустити на ринок; виріб, обсяги продажу якого знижуються, або навпаки один з найбільш прибуткових в асортименті підприємства та ін.

*2. Вибір товарів для порівняння або формування товару-еталону.*

*3. Вибір параметрів конкурентоспроможності.* Усі параметри слід розділити на технічні – ті, що деталізують якість товару, та економічні – ті, що деталізують ціну споживання. Коротка характеристика кожного параметра.

До показників конкурентоспроможності продукції відносяться:

1) показники споживчих якостей товару (технічні параметри) — призначення, технологічності, надійності, ергономічні, естетичні, безпеки, екологічності, патентно-правові;

2) економічні показники (ціна споживання) — ціна товару та сума витрат на його експлуатацію за термін служби;

3) показники сервісу (доставка, монтаж, обслуговування, навчання персоналу);

4) показники іміджу товарної марки та товаровиробника.