

Продавцы, ввиду отсутствия достаточных навыков, начинают рвать мозг клиента ненужными комбинациями, что собственно и ставит крест на дальнейшей продаже. Поэтому необходимо правильно и осторожно пользоваться данным видом продаж.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лесли, А. Мастерство соблазнения / А. Лесли. – М.: Финпресс, 2009. – 552 с.
2. Мэнли Холл. 77 лучших техник НЛП: учебник, 2011. – 620 с.
3. О'Коннор, Дж. НЛП. Практическое руководство по достижению желаемых результатов. – М.: Финпресс, 2005. – 316 с.

УДК 658.8

Студ. М.О. Усович
Науч. рук. ст. преп. Д.А. Жук
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРА НА ПРИМЕРЕ ПОЛИМЕРНОЙ ТАРЫ ПРОМЫШЛЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Конкурентоспособность товара в маркетинге означает его возможность противостоять конкурентам в долгосрочной перспективе и привлекать потребителей к товару меньшими усилиями (ресурсами) компании. Майкл Портер считал, что понятие «конкурентоспособность продукции, товара» означает способность предприятия максимально эффективно использовать имеющиеся ресурсы и возможности для ведения бизнеса на рынке. Он очень долго изучал все теоретические аспекты конкурентоспособности фирмы и даже разработал свою теорию конкурентоспособности товара под названием «Модель 5 конкурентных сил». Теория конкуренции Майкла Портера говорит о том, что на рынке существует пять движущих сил, которые определяют возможный уровень прибыли на рынке. Каждая сила в модели Майкла Портера представляет собой отдельный уровень конкурентоспособности товара: рыночная власть покупателей; рыночная власть поставщиков; угроза вторжения новых участников; опасность появления товаров-заменителей; уровень конкурентной борьбы или внутриотраслевая конкуренция [1].

При оценке конкурентоспособности товара могут использоваться дифференциальный, комплексный, интегральный и смешанный методы.

Дифференциальный метод оценки конкурентоспособности основан на сопоставлении отдельных (единичных) значений показателей качества исследуемого товара и значений базы сравнения и установление их соотношения.

Для более полной оценки конкурентоспособности товаров целесообразно применять комплексные методы, основанные на использовании комплексных показателей (состоящих из отдельных дифференциальных показателей конкурентоспособности товаров по тем или иным параметрам):

Интегральные показатели конкурентоспособности товаров включают в себя отношения и соотношения комплексных показателей, необходимых для учета влияния на конкурентоспособность товара комбинаций отдельных факторов. При расчете интегрального коэффициента конкурентоспособности товара можно суммировать комплексный показатель по технологическим параметрам с комплексным показателем по экономическим параметрам с учетом их коэффициентов весомости. При суммировании комплексных показателей их значение не превысит 1.

Смешанный метод оценки конкурентоспособности товаров – сочетание дифференциального и комплексного методов при одинаковой базе сравнения. При смешанном методе оценки конкурентоспособности используется часть параметров показателей, рассчитанных дифференциальным методом, и часть параметров показателей, рассчитанных комплексным методом.

Смешанный метод оценки конкурентоспособности товаров – наиболее важные единичные показатели рассматриваются отдельно, остальные показатели объединяются в группы, для которых определяется групповой показатель [3].

Перевозки большинства торговых грузов от производителей к оптовым торговым предприятиям и дальше являются возможными лишь при условии обеспечения качественного упакованного товара. Упаковка и тара – составная часть процесса производства. Необходимость заключается в том, чтобы изделие было доставлено потребителю в надлежащем виде.

Существует несколько классификация полимерной тары промышленного назначения:

- ☐ классификация пластиковой тары в зависимости от типа производства;
- ☐ классификация пластиковой тары в зависимости от вида использования;

□ классификация пластиковой тары по виду сырья, из которого она изготовлена.

Причины использования полимерной (пластиковой) тары:

1) Удобство. Пластиковая тара действительно очень удобна для использования благодаря практичному материалу. Пластик обладает рядом очевидных преимуществ перед другими материалами: небольшой вес, прочность, невосприимчивость к коррозии, устойчивость к воздействиям окружающей среды, длительный срок эксплуатации, гигиеничность, легкость чистки и дезинфекции.

2) Необходимость. Во многих сферах бизнеса использование пластиковой тары – это единственно возможный вариант. Масса задач по транспортировке и хранению определенных грузов могут решаться, исключительно с помощью пластиковых контейнеров и поддонов. Импорт в развитые страны мира допустим только при наличии сертифицированной упаковки, а дерево и металл для некоторых видов товаров категорически не подходят по санитарно-гигиеническим нормам. Пластиковая тара не гниет, не ржавеет, не поглощает влагу, не нуждается в химической обработке против насекомых и не требует наличия сертификата ISPM 15.

3) Экономическая выгода. Да, как ни странно, несмотря на то, что пластиковые ящики и поддоны стоят дороже подобных изделий из дерева, мы говорим о сокращении материальных расходов. Дело в том, что за счет многократного использования, пластиковая тара при длительной эксплуатации обходится дешевле (к примеру, пластиковые паллеты выдерживают больше 30 циклов использования, деревянные в среднем только 3).

4) Экологичность. Еще один не маловажный фактор, который с каждым годом становится все актуальнее – это экология. Сложилось всеобщее мнение, что пластик это всемирное зло, пластиковые отходы практически не разлагаются в природе, горы мусора с каждым годом становятся все больше, а при сжигании пластика выделяются элементы вредные для атмосферы. Это справедливо по отношению к бытовому мусору (целлофановые пленки, бутылки, пакеты), который зачастую не перерабатывается, а просто скапливается на нашей планете. Другая ситуация складывается, когда дело касается складской крупногабаритной пластиковой тары. Такие пластиковые изделия, отслужившие свой срок, вторично перерабатывается и из этого сырья могут изготавливаться те же пластиковые контейнеры, поддоны и многое другое.

5) Эффективность. Все же самая главная причина применения пластиковой тары – это повышение эффективности складской

логистики. Если смотреть на несколько лет вперед, то можно с уверенностью сказать, что будущее именно за пластиковой тарой [3].

Ниже представлены белорусские предприятия, которые изготавливают разные виды полимерных тар промышленных назначения.

□ Алкопак (помповый дозатор для пластмассовых бутылок для моющего средства и жидкого мыла);

□ ИУПП Каштан (в основном предприятие специализируется на производстве полимерной тары для пищевой промышленности, однако в выпускаемой продукции присутствует и тара промышленного назначения)

□ ITERA PET (производство полиэтилентерефталатовой (ПЭТ) преформы – это заготовка для выдува пластиковых бутылок; пластиковые бутылки; полимерные колпачки и ручки)

□ СООО Бел-Пласт Интернэшнл (упаковка для бытовой химии; упаковка для косметики; упаковка для лекарственных средств; крышки; эксклюзивная упаковка);

□ ЗАО Белагройиндустрия (производство пластиковых бочек);

□ Полоцкпласт (производство пластиковых бочек);

□ ОАО Абразивхимсбыт (производство канистры, пластиковых ведер, банок, бутылок).

Однако, несмотря на то, что в Республике Беларусь производство полимерной тары развито достаточно хорошо, в сотне наиболее прибыльных предприятий РБ нет предприятий, по производству пластиковой тары.

ЛИТЕРАТУРА

1. Модель анализа пяти конкурентных сил Майкла Портера [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://powerbranding.ru>.

2. Конкурентоспособность товаров и услуг [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.grandars.ru>.

3. Пластиковая тара в современной логистике [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ssk.ua>.