КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРОВ И УСЛУГ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Кахно В.Ю., Михейкова А.А.
Научный руководитель старший преподаватель Марцева С.В.
Белорусский национальный технический университет

Конкурентоспособность товаров – это способность товаров отвечать требованиям конкурентного рынка, запросам покупателей в сравнении с другими аналогичными товарами, представленными на рынке.

Конкурентоспособность определяется: качеством товара, его техническим уровнем, потребительскими свойствами, ценами предложения, устанавливаемыми продавцами товаров, мода, продажный и послепродажный сервис, реклама, имидж производителя, количество конкурирующих продавцов, ситуация на рынке, колебания спроса.

Совокупность стоимостных, качественных показателей товара, определяющих превосходства данного товара в сравнении с товарами-конкурентами в удовлетворении определённых потребностей покупателей, обуславливает конкурентоспособность товара.

Конкурентоспособность имеет динамический характер - её рассмотрение применительно лишь к конкретному моменту времени, с учётом изменений во времени рыночной конъюнктуры. При неизменных качественных характеристиках товара его конкурентоспособность может изменяться в широких пределах, реагируя на различные факторы, определяемые конкурентной средой предприятия.

Одним из факторов повлиявших на конкурентоспособность товаров и услуг в 2020 году является пандемия коронавируса. Вспышка Covid-19 повлияла на большинство сфер экономики во всем мире. Пандемия нанесла серьезный ущерб авиакомпаниям, отелям, ресторанам, кинотеатрам, театрам и развлекательным заведениям, а также туристской сфере.

Причиной которого стал экономический шок в связи с эпидемиологической ситуацией в мире.

В следствии чего, можно сказать о непосредственном влиянии заболеваемости на конкурентоспособность путём манипулирования спросом и предложением.