

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФИЗИЧЕСКОЙ  
КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ЗДОРОВЬЯ ИМЕНИ П.Ф.ЛЕСГАФТА, САНКТ-  
ПЕТЕРБУРГ

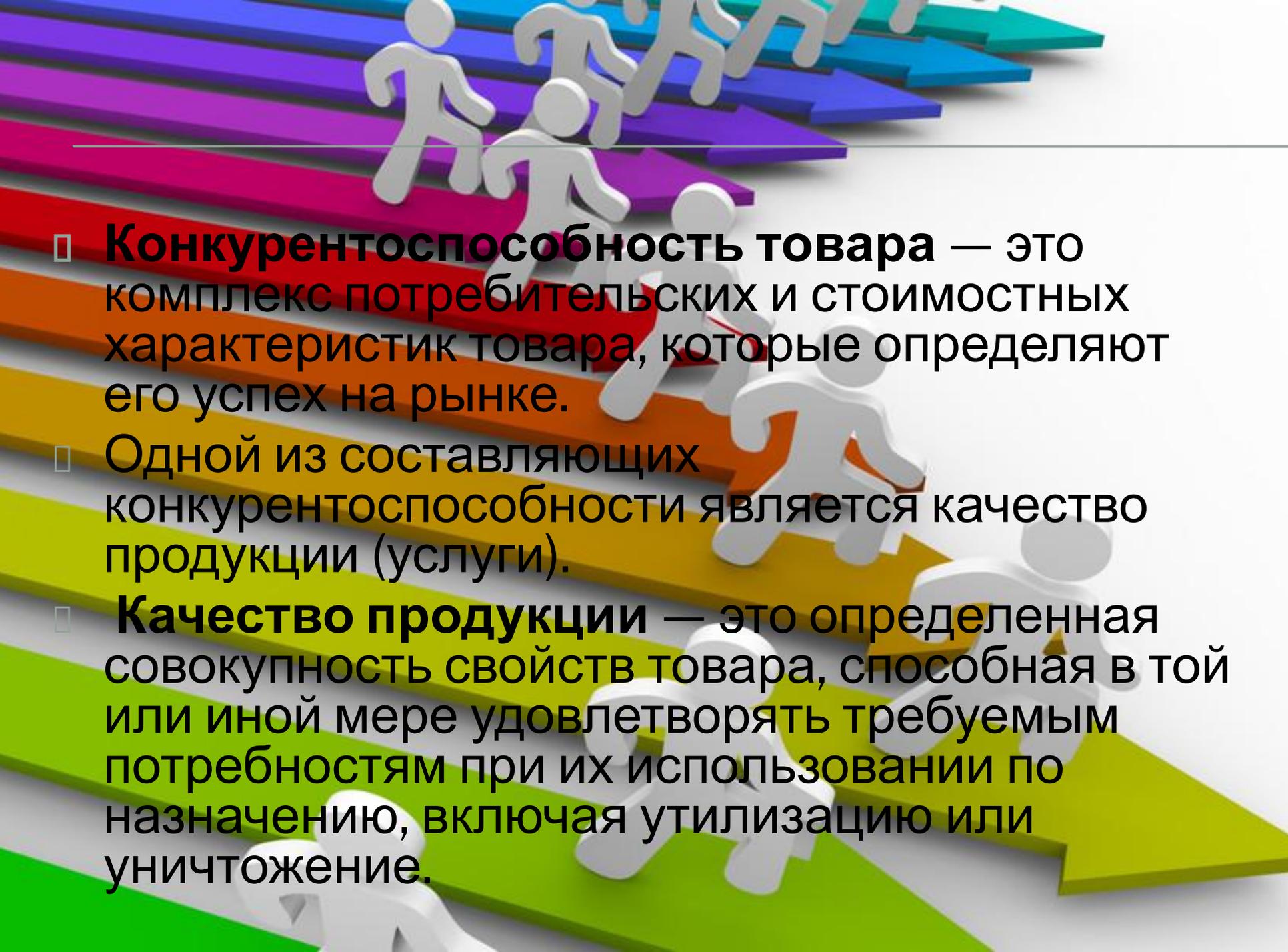
---

Кафедра Менеджмента

Определение уровня конкурентоспособности физкультурно-  
спортивного товара.

Выполнил: студент  
4 курса 412 группы  
Подольский Дмитрий

Санкт-Петербург, 2016

- 
- **Конкурентоспособность товара** — это комплекс потребительских и стоимостных характеристик товара, которые определяют его успех на рынке.
  - Одной из составляющих конкурентоспособности является качество продукции (услуги).
  - **Качество продукции** — это определенная совокупность свойств товара, способная в той или иной мере удовлетворять требуемым потребностям при их использовании по назначению, включая утилизацию или уничтожение.

# КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРА — ЭТО:

- совокупность свойств реализованного объекта, удовлетворяющих ту или иную потребность человека в данный период времени в условиях конкуренции на свободном рынке;
- способность продукции быть привлекательной для покупателя по сравнению с другими изделиями аналогичного вида и назначения, благодаря лучшему соответствию ее качественных и стоимостных характеристик требованиям данного рынка и потребительским оценкам:
- относительная и обобщенная характеристики товара, отражающие его выгодные отличия от товара конкурента по степени удовлетворения потребности и по затратам на ее удовлетворение;
- такой уровень его экономическо-технических, эксплуатационных параметров, который позволяет выдержать соперничество (конкуренцию) с другими аналогичными товарами на рынке:



- 
- 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;
  - проявление качества продукции в условиях рыночных отношений, определяемое способностью продукции быть проданной на конкретном рынке, в максимально возможном объеме и без убытков для изготовителя;
  - оцененное потребителем свойство объекта превосходить в определенный момент времени без ущерба производителю по качественным и ценовым характеристикам аналогов в конкретном сегменте рынка.

# УРОВЕНЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ – ЭТО

- совокупность операций по выбору критериев (показателей) конкурентоспособности, установлению действительных значений этих показателей для товаров- конкурентов и сопоставлению значений показателей анализируемых товаров с товарами, принятыми в качестве базовых.

# МОЖЕТ БЫТЬ ОПРЕДЕЛЕНА ПРОГНОЗИРУЕМАЯ ИЛИ

## РЕАЛЬНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ.

- **Прогнозируемая конкурентоспособность** — это ожидаемая способность товаров удовлетворять потребности. Для определения прогнозируемой конкурентоспособности используются показатели, нормируемые стандартами, техническими условиями, предусмотренные при разработке и проектировании или свойственные товарам, занимающим доминирующее положение на рынке (например, цена лидера).
- **Реальная конкурентоспособность** — это фактическая способность товаров удовлетворять потребности. Для оценки реальной конкурентоспособности должны определяться действительные значения показателей с помощью эмпирических методов, экспертных оценок, измерения и т.д.

# ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЧИНАЕТСЯ С ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЦЕЛИ ИССЛЕДОВАНИЯ:

- если необходимо определить положение данного товара в ряду аналогичных, то достаточно провести их прямое сравнение по важнейшим параметрам;
- если целью исследования является оценка перспектив сбыта товара на конкретном рынке, то в анализе должна использоваться информация, включающая сведения о товаре, который выйдет на рынок в перспективе, а также сведения об изменении действующих в стране стандартов и законодательства, динамики потребительского спроса.

# УРОВЕНЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРА ВКЛЮЧАЕТ:

---

- **изучение рынка** (специализации рынка и его географического положения, емкости рынка);
- **исследование конкурентов** (основных конкурентов, торговых марок товаров конкурентов, особенности товаров конкурентов, вида и особенностей упаковки товаров конкурентов, форм и методов сбытовой деятельности, рекламных материалов конкурентов);
- **изучение потребностей покупателя** (возможных покупателей с учетом сегментации рынка, типичных направлений и способов использования товара покупателями, мотивов покупки данного товара, факторов формирования покупательских предпочтений, неудовлетворенных потребностей товарами данного вида);
- **определение параметров оценки товара** (технических, эргономических и др.). На основе изучения рынка и требований покупателей выбирается продукция, по которой будет проводиться анализ или формулируются требования к будущему товару, а далее определяется перечень параметров, подлежащих оценке;
- систематизацию факторов конкурентоспособности товаров:
- **определение подходов** к количественной оценке конкурентоспособности товаров.

- 
- **Основным критерием конкурентоспособности товаров** является степень удовлетворения ими реальных потребностей. Однако непосредственное измерение степени удовлетворения потребностей невозможно в силу психофизиологического восприятия потребителями отдельных товаров.
  - Конкурентоспособность товара на рынке определяется сравнением его стоимостных (учитывается цена приобретения товара покупателем и стоимость обслуживания в процессе использования или потребления) и потребительских характеристик с характеристиками других товаров, формируемыми рыночным спросом и условиями их предложения на рынке.

**Критерии конкурентоспособности товаров**

Потребительские

качество

ассортимент

Экономические

система скидок

цена

потребления

реализационная

закупочная

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

---