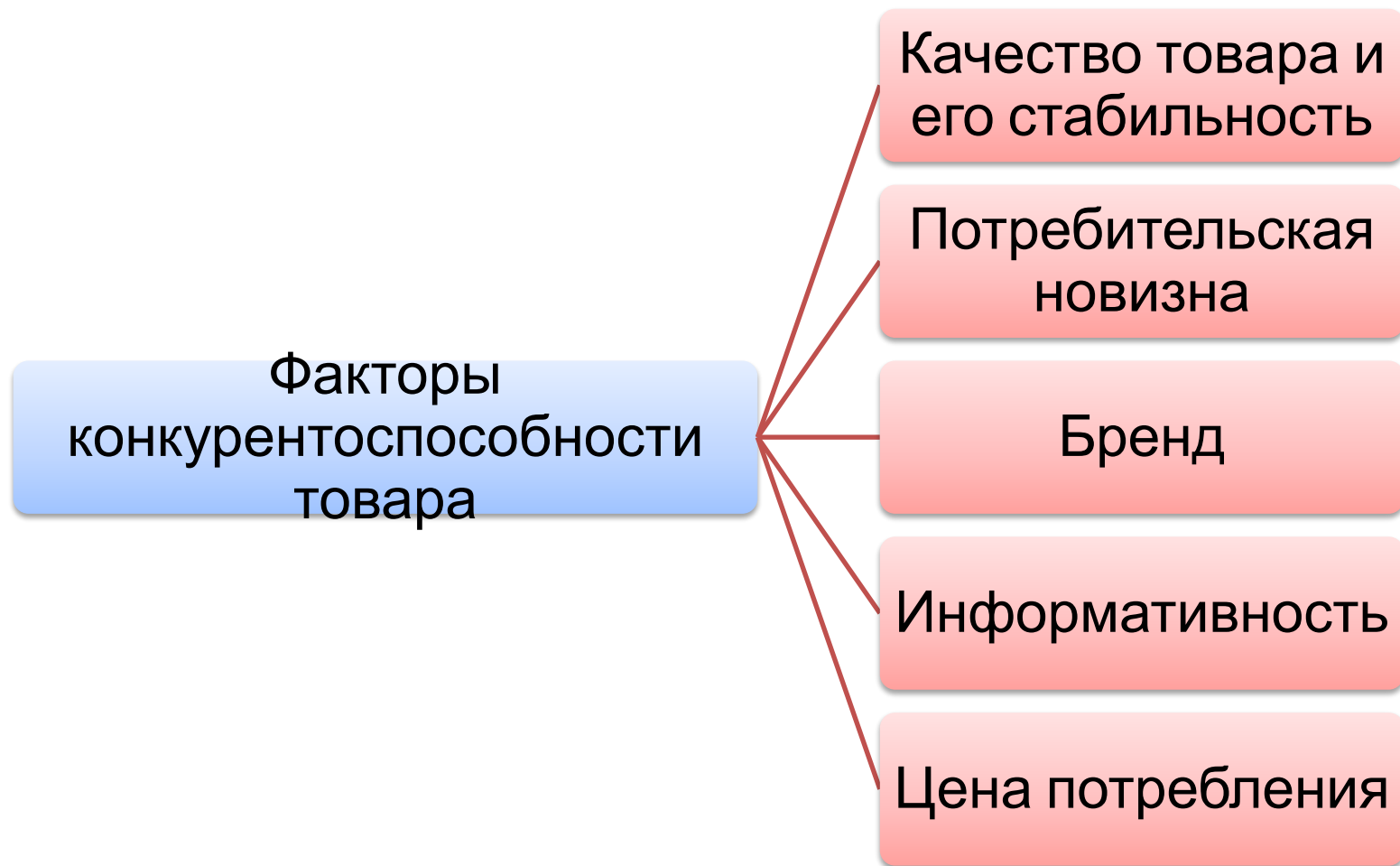
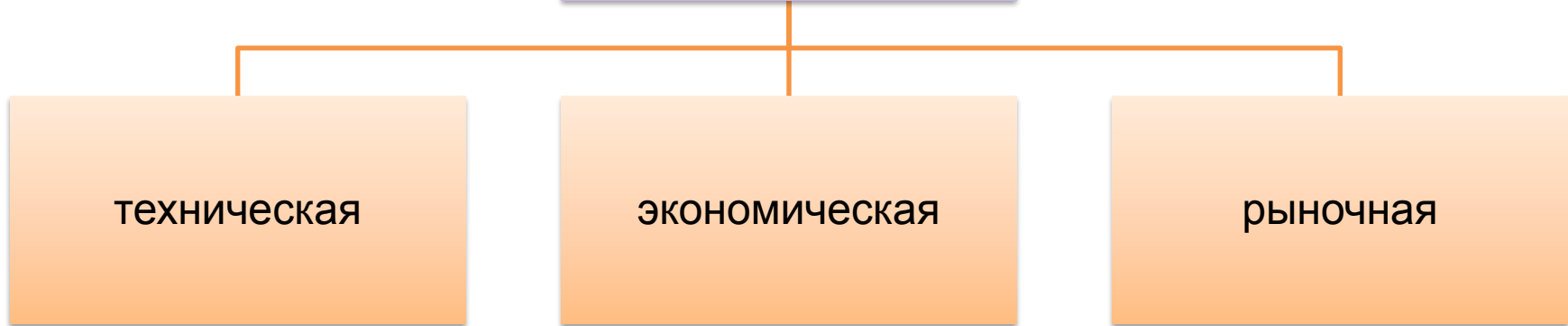


4. Конкурентоспособность товаров

4.1. Факторы конкурентоспособности товаров



Конкурентоспособность товара



4.2 Качество товара, как основной фактор его конкурентоспособности

Качество (ИСО)

- совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности

Качество товара

- степень достижения установленного технического уровня при производстве каждой единицы товарной продукции.

Стабильность качества товара

- неизменность качества на протяжении определенного периода времени

Качество

• Долговечность,
надёжность,
точность,
отсутствие дефектов,
брака

• Соответствие
стандартам или ТУ

Уровень качества определяется

органолептическим
и методами

про помощи органов
чувств

лабораторными
методами

с использованием
приборов,
аппаратов,
реактивов и других
технических средств

Качество товара

- совокупность потребительских свойств товара, обуславливающая степень пригодности товара удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением в конкретных условиях потребления

Показатели качества

параметры
назначения

эргономически
е параметры

эстетические
параметры

нормативные
параметры

Параметры назначения

области
применения
товаров

функции,
выполняемые
товарами

Параметры назначения

классификационные
параметры

параметры
технической
эффективности

конструктивные
параметры

Параметры назначения (на примере печатной машины)



Эргономические параметры

- характеризуют товар с точки зрения его соответствия свойствам человеческого организма (гигиеническим, антропологическим, физиологическим) при выполнении трудовых операций или потреблении

Эргономические параметры

психологические

гигиенические

в и изде
поддержив
ать

параметры
организма
человека и
предметно
и среды, в
которой он
находится,

находясь

в процессе

работы

и отдыха

с целью

повышения

эффективности

и снижения

риска

возникновения

травм

и заболеваний

в процессе

работы

и отдыха

с целью

Эстетические параметры

- характеризуют информационную выразительность (рациональность формы, целостность композиции, стабильность товарного вида), определяют внешнее восприятие товара

Эстетические параметры

показатели
информационной
выразительности

показатели
рациональной
формы

представл

ие

эстетическ

ообществе

и т.д.

в

изготовлен

сложивши

и

выражать

технологии

формы

особеннос

особеннос

через

в издании

материала

анного

использов

природ

ие формы

соответств

определя

в

содержани

и форми

Эстетические параметры

композиционная
целостность

и изде
и целого
в часте
влиянств
чужого
формы
испыт
• характер

совершенство
производственного
исполнения и
стабильность
товарного вида

о вида,
внешнег
в
дефекто
льных
значите
ие
отсутств
ни,

Нормативные параметры

- Характеризуют свойства товара, которые регламентируются обязательными нормами, стандартами и законодательством на рынке, где этот товар предполагается продавать

Нормативные параметры

экологически
е

параметры
безопасност
и

Параметры безопасности

- характеризуют степень защиты человека от воздействия опасных и вредных факторов, возникающие при использовании товаров

Параметры безопасности

механическая

термическая

электрическая

химическая

биологическая

радиационная

пожарная

взрывобезопасность

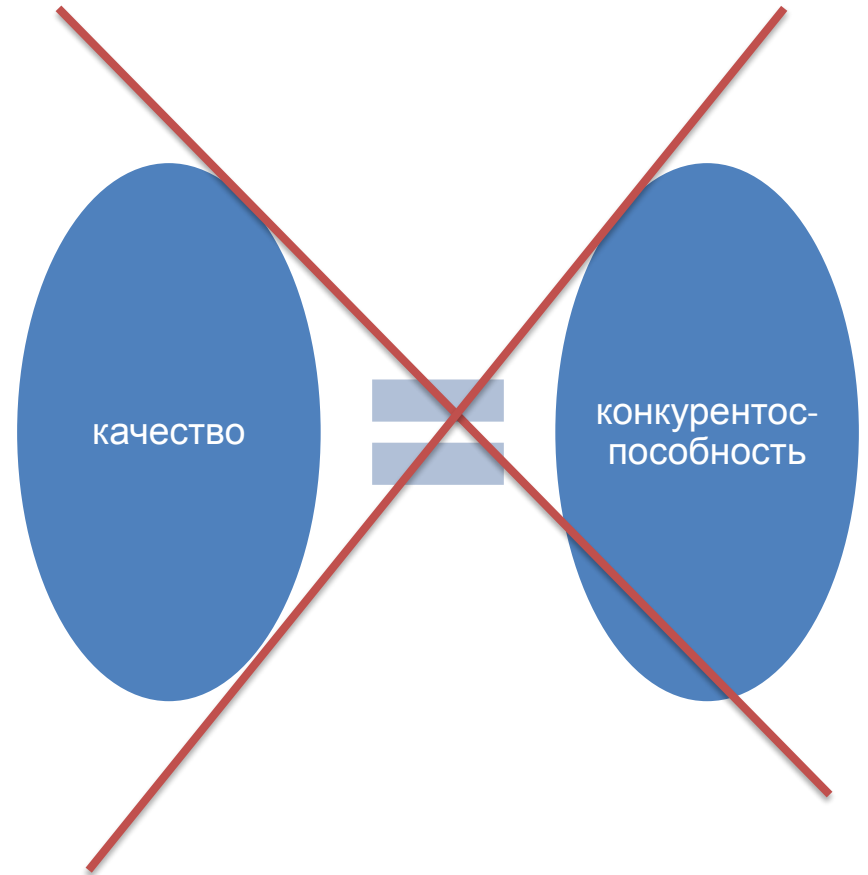
Экологические параметры

- способность товаров не оказывать вредного воздействия на окружающую среду при их эксплуатации (потреблении) и утилизации

Технический уровень качества продукции

- уровень качества продукции, оцениваемый по совокупности показателей, в которые не входят экономические

- качество
- конкурентоспособность



4.3. Роль стандартизации и сертификации в обеспечении качества

Стандарт

- Нормативно-технический документ, устанавливающий основные требования к качеству продукции

Стандартизация

- деятельность по установлению правил и характеристик в целях их добровольного многократного использования, направленная на достижение упорядоченности в сферах производства и обращения продукции и повышения конкурентоспособности продукции (работ, услуг)

Цели стандартизации

- повышение уровня безопасности жизни и здоровья граждан, имущества, экологической безопасности;
- обеспечение конкурентоспособности и качества продукции (работ, услуг), единства измерений, рационального использования ресурсов, взаимозаменяемости технических средств, технической и информационной совместимости и т.д.;

Цели стандартизации

- содействие соблюдению требований технических регламентов;
- создание систем классификации и кодирования технико-экономической и социальной информации, систем каталогизации продукции (работ, услуг), систем обеспечения качества продукции (работ, услуг), систем поиска и передачи данных, содействие проведению работ по унификации

Принципы стандартизации

- добровольное применение стандартов;
- учет при разработке стандартов законных интересов заинтересованных лиц;
- использование международных стандартов как основы разработки национальных, за исключением случаев, когда их применение невозможно;
- недопустимость создания препятствий производству и обращению продукции в большей степени, чем это минимально необходимо для целей стандартизации;
- недопустимость установления стандартов, противоречащих техническим регламентам;
- обеспечение условий для единообразного применения стандартов.

Стандарты

```
graph TD; A[Стандарты] --- B[международные]; A --- C[национальные]
```

международные

национальные

Международные стандарты качества

- играют важную роль в обеспечении конкурентоспособности продукции
- соблюдение международных стандартов качества – залог успешного выхода на международные рынки

Методической основой для обеспечения системы управления качеством могут быть

- Международные стандарты качества серии ИСО 9000:2000

Международные стандарты серии ИСО 9000:2000

ИСО 9000

и и
организация
'ин
планирова
и при
надёжност

ИСО 9001,
9002, 9003

и
организация
качества в
и
обеспечен
и
определён

ИСО
9000:1994

ИСО 9004

качества

системы

ры

качества

элемент

системы

ми

ры

качество

элемент

тво

ет

руководс

раскрыва

общее

детально

ции и

организа

м

качество

ию

управлен

к

подходы

Основными направлениями использования стандартов серии ИСО-9000

ИСО
9001

ИСО
9002

соответств

ие

установле

ниями

требовани

ям должно

обеспечив

аться

поставщик

ОМВ

предвар

подлежит

оспечив

и качества

выполн

в

процессе

проектиро

вания,

разработк

и

производс

и

и

ИСО 9003

- исполняется
тогда, когда
соответствие
установленным
требованиям
должно
обеспечиваться
поставщиком при
окончательном
контроле и
испытаниях

ИСО 9000

- не является стандартом качества продукции или качества производственного процесса, но устанавливает стандартные требования к системе качества

В российской практике

- Используется Государственный стандарт РФ, принятый и введенный в действие постановлением Госстандарта России от 15 августа 2001 №332-ст.

Документы, используемые в области стандартизации в РФ

национальные
стандарты

правила
стандартизации,
нормы и
рекомендации в
области
стандартизации

общероссийские
классификаторы
технико-
экономической и
социальной
информации

стандарты
организаций

сводь правил

Госстандарт России

ГОСТ Р
ИСО
9000-2001

ГОСТ Р
ИСО
9001-2001

менеджмента
для систем
терминологи
требования
стандарты
спецальным
качества и
менеджмента
стандарты
систем
и
полюжения
потребле
основные
требования
описывает
ответственно
продукцию,
представлять
способность
ировать свою
произмонстр
необходимо
организации
когда
случаев,
качества для
менеджмента

ГОСТ
Р
ИСО
9004-2
001

- содержит рекомендации, рассматривающие как результативно и эффективно в системах менеджмента качества

Стандартизация

выполнение
требований
безопасности

защита прав
потребителя

Правовая основа контроля за качеством продукции базируется на законах

Об
обеспечении
единства
измерений

О
сертификации
продукции и
услуг

О
стандартизации
и

Сертификация

подтверждение
соответствия
качественных
характеристик
товара стандартам
качества

процедура
подтверждения
соответствия
характеристик
товара стандартам
качества

Сертификац
ия

```
graph TD; A[Сертификация] --> B[обязательная]; A --> C[добровольная];
```

обязательная
я

добровольная
я

Сертификация

```
graph TD; A[Сертификация] --- B[продукции]; A --- C[работ (услуг)]; A --- D[систем менеджмента];
```

продукции

работ (услуг)

систем
менеджмент
а

Требования при сертификации продукции

- законодательные акты РФ
- государственные стандарты, санитарные нормы и правила, строительные нормы и правила, нормы по безопасности и т.д.

Требования по сертификации работ (услуг)

- законодательные акты РФ
- правила выполнения отдельных видов работ и оказания отдельных видов услуг, утвержденные постановлениями РФ
- государственные стандарты, санитарные нормы и правила, строительные нормы и правила, нормы по безопасности и т.д

знак
соответствия

сертификат
соответствия

• документ,
т,
изданный
и в
соответс
твии с
правила
ми
системы
знак,
сертифи
кации
или
выданный
и в
соответс
твии с
правила
ми
сертифи
кации

4.3. Прочие факторы конкурентоспособности

Рыночные факторы конкурентоспособности

тип рынка

емкость рынка

стабильность и
перспективнос
ть рынка

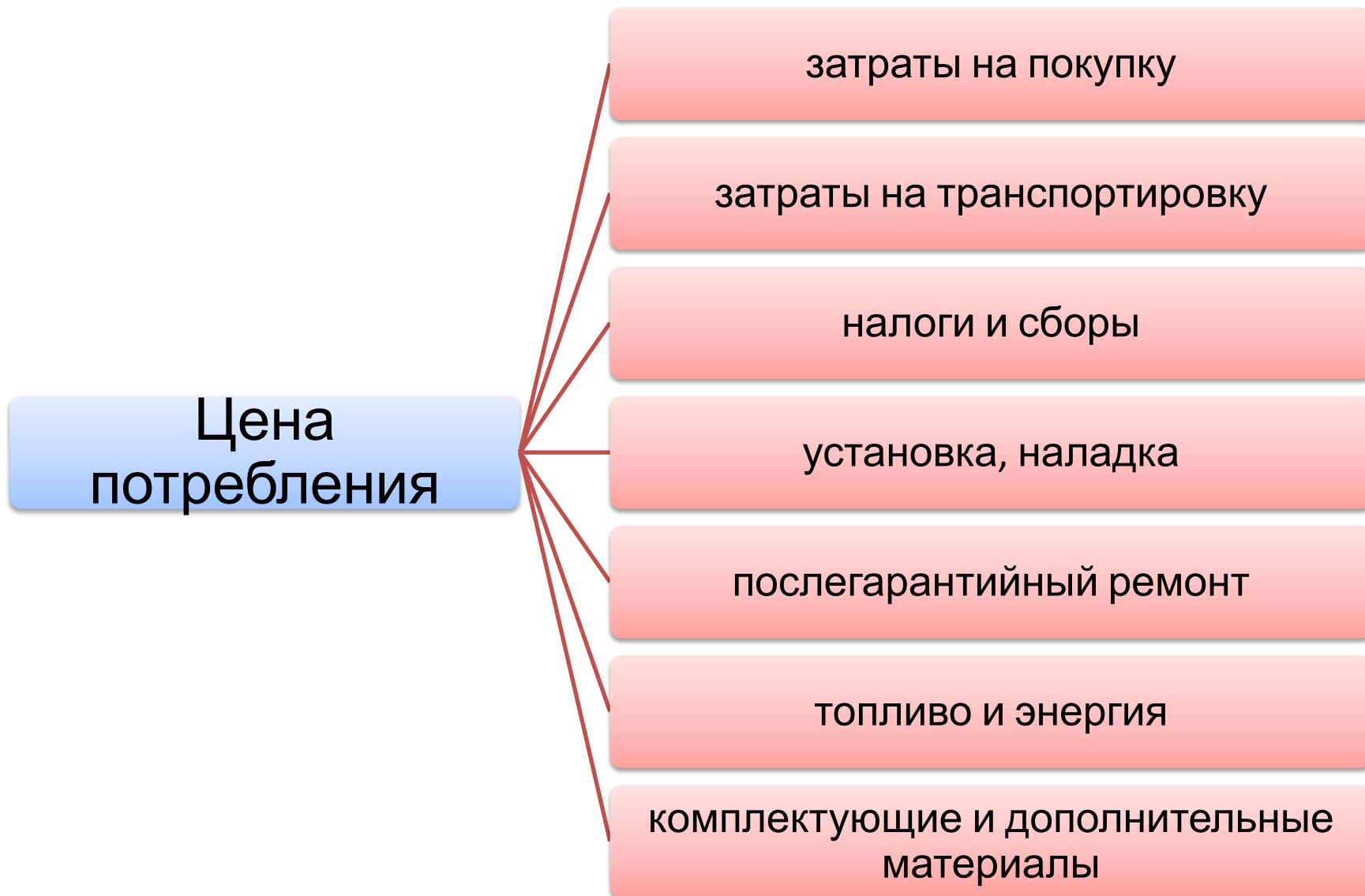
Цена

- денежное выражение стоимости товара

Факторы, влияющие на цену

- совокупные затраты на производство продукции;
- качество товара;
- качество сырья, материалов и комплектующих;
- стоимостная оценка бренда;
- патентная защищенность;
- функции и свойства товара;
- современные технологии изготовления продукции и оборудование

- налоговое законодательство страны;
- затраты, связанные с транспортировкой и хранением товара;
- затраты, связанные с арендой помещения для реализации товара;
- упаковка товара;
- уровень сервисного и гарантийного обслуживания;
- спрос и предложение на товар



Цена потребления

Единовременные затраты

- расходы на покупку товара (цена товара)
- расходы на транспортировку товара;
- налоговые сборы;
- расходы на сборку и наладку

Текущие затраты

- затраты на послегарантийный ремонт;
- затраты на топливо и энергию;
- комплектующие детали и материалы, потребляемые при эксплуатации товара

4.4. Виды товаров- конкурентов

Признаки товаров-конкурентов

- общность функционального предназначения,
- удовлетворение приблизительно одинаковых потребностей,
- взаимозаменяемость.

Товары-конкуренты

межродовые

межгрупповые

внутригрупповые

Товары-конкуренты

внутривидовые

и потребности
одинаковые
итр
потребности
покупателей
внутри
концентрация
и конкуренция
•

межфирменные

с различными
производят
которые
видов,
различных
или
одинаковых
и группам
разнообразны

Межродовые

КИНО

КНИГИ

**интерне
т**

Межгрупповые

гречка

картошка

макарон
ы

Внутригрупповые

газета

журнал

Внутри видовые

дешевые
автомобил
и

престижны
е
автомобил
и

Межфирменные

Молоко
«Домик в
деревне»

Молоко
«Вологодское
»

4.5. Роль конкурсов в повышении конкурентоспособности товара

Конкурсы позволяют

- сравнить товар с товарами-конкурентами;
- увидеть более объективно недостатки и достоинства товара;
- завязать связи с партнерами.

В случае победы на конкурсе

- качество товара получает определенное подтверждение;
- победа может явиться для организации и ее товара своеобразной рекламой;

Программа «100 лучших товаров России»

- образована в 1998 году Государственным комитетом Российской Федерации по стандартизации и метрологии (ныне Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии), Межрегиональной общественной организацией «Академия проблем качества» и редакцией журнала «Стандарты и качество».

Цель конкурса «100 лучших товаров России»

- стимулирование предприятий (организаций), органов исполнительной власти и общественности к повышению качества и конкурентоспособности отечественной продукции и услуг;
- улучшение потребительского содержания валового внутреннего продукта;
- оказание помощи предприятиям в достижении устойчивости их деятельности в условиях рыночных отношений накануне вступления России в ВТО;
- усиление ответственности товаропроизводителей перед потребителями;
- широкое информирование о высококачественных отечественных товарах в интересах продвижения на внутренний и международные рынки.

Всероссийский конкурс товаров и услуг

- является основным мероприятием Программы и проводится ежегодно в рамках подготовки и проведения Всемирного дня качества, Европейской недели качества в Российской Федерации и направлен на возрождение традиций качества в стране, поддержку и поощрение лучших российских товаропроизводителей, а также на содействие предприятиям в продвижении продукции на рынки, повышение уровня признания их торговой марки.

Методология проведения конкурса базируется на

- моделях совершенства, разработанных Европейской организацией качества

Конкурс Программы «100 лучших товаров России»,

- охватывает почти все регионы России
- За прошедшие годы в участвовали более 34 тысяч предприятий и организаций.

Конкурсный отбор на региональном этапе прошли 62 тысячи товаров. На

федеральном этапе выявлены лучшие из лучших и определены победители

Конкурса: звания Лауреата удостоены 8274 товара, Дипломантами Конкурса стал 18741 товар

Победители Конкурса

- имеют право в течение двух лет использовать в рекламных целях Логотипы лауреата и дипломанта Конкурса.
- Лучшим предприятиям ежегодно вручаются почетные призы «Гордость отечества» и «Лидер качества». Для продовольственных товаров учрежден приз «Вкус качества». Новые инновационные проекты отмечаются статусом «Новинка года». Лучшие работники предприятий - победителей Конкурса награждаются почетными знаками «Отличник качества» и «За достижения в области качества»