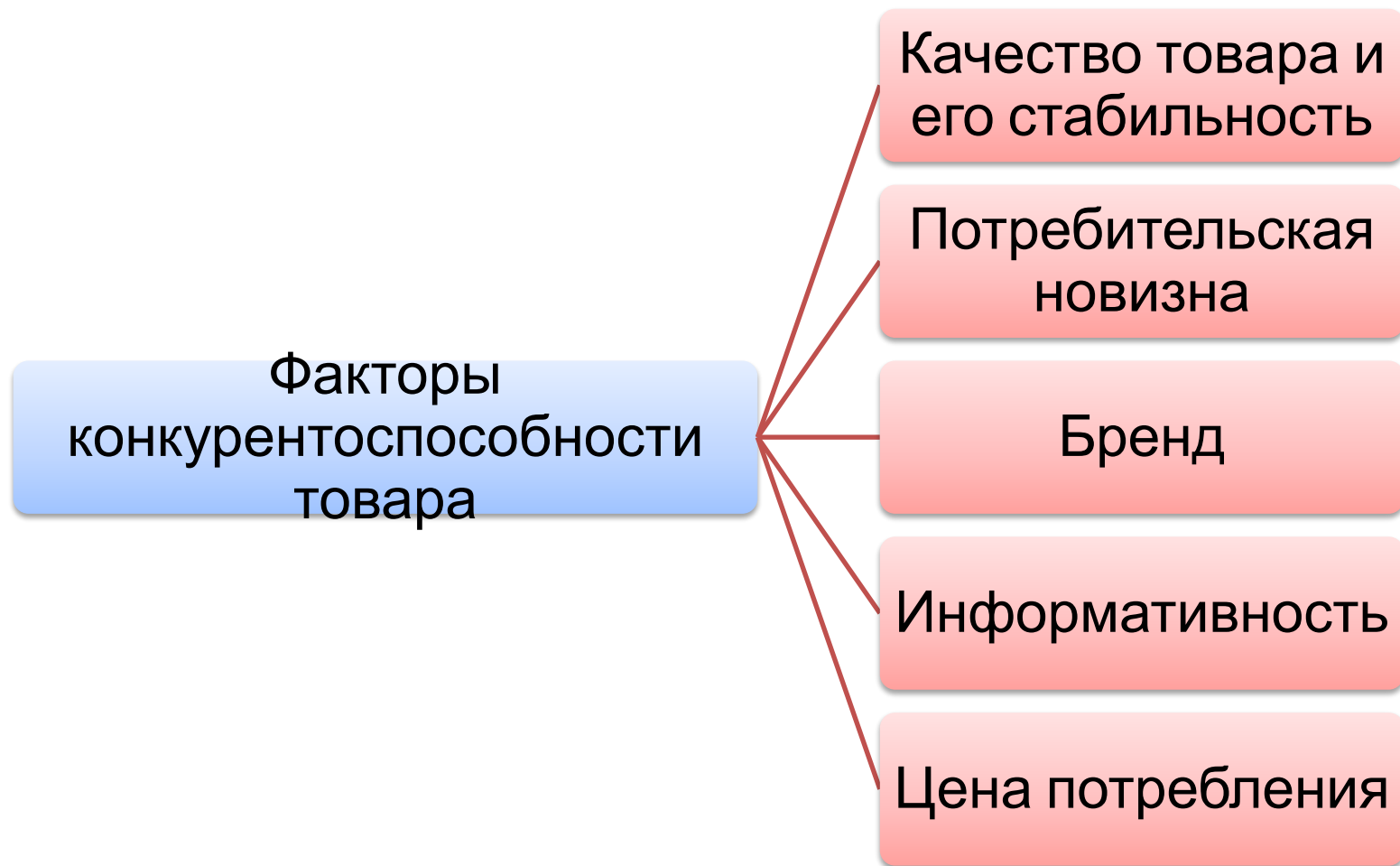
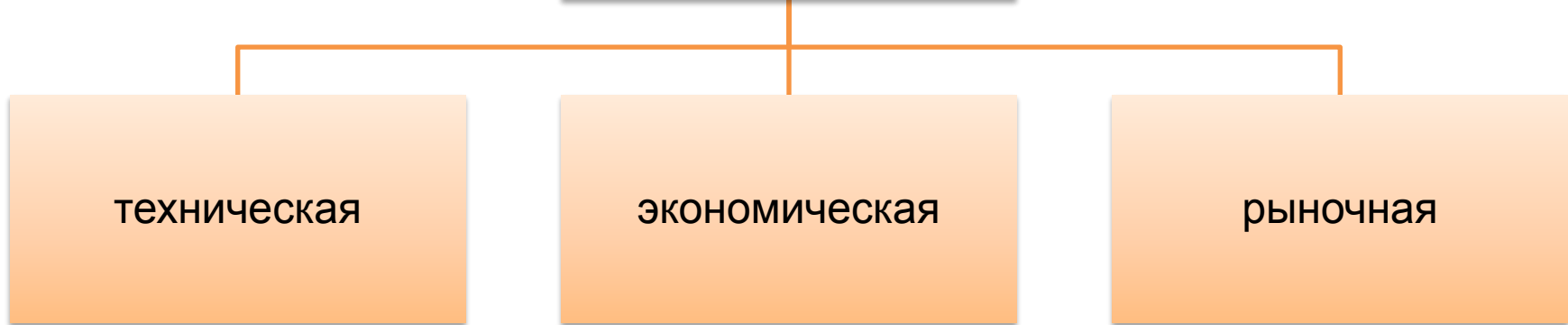


4. Конкурентоспособность товаров

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,
надежность,
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

облас
а
врядо
я
в
кн
ни
ото
м
е
ош
в
про
к
И
отке
эле
о
испол
ни
и
Р
вен
в
испол
Т
ви
решен
е
к
лкторс
от
контр
сп
характ

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 издлий
поддержив
ать

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

некоторые

ежедневно

используют

в течение

жизни

формиров

ни и ин

закрепленн

и навыков,

восприятия

и памяти,

и интеллект

Эстетические параметры

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

Эстетические параметры

показатели
информационной
выразительности

представ
ие
эстетическ
обществе
и т.д.
в
изготовлен
сложивши
и
выражать
технологии
и формы
ТМ
особеннос
особеннос
через

показатели
рациональной
формы

в издании
материала
анного
использов
природ
ие формы
соответств
определя
,
содержани
формы

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

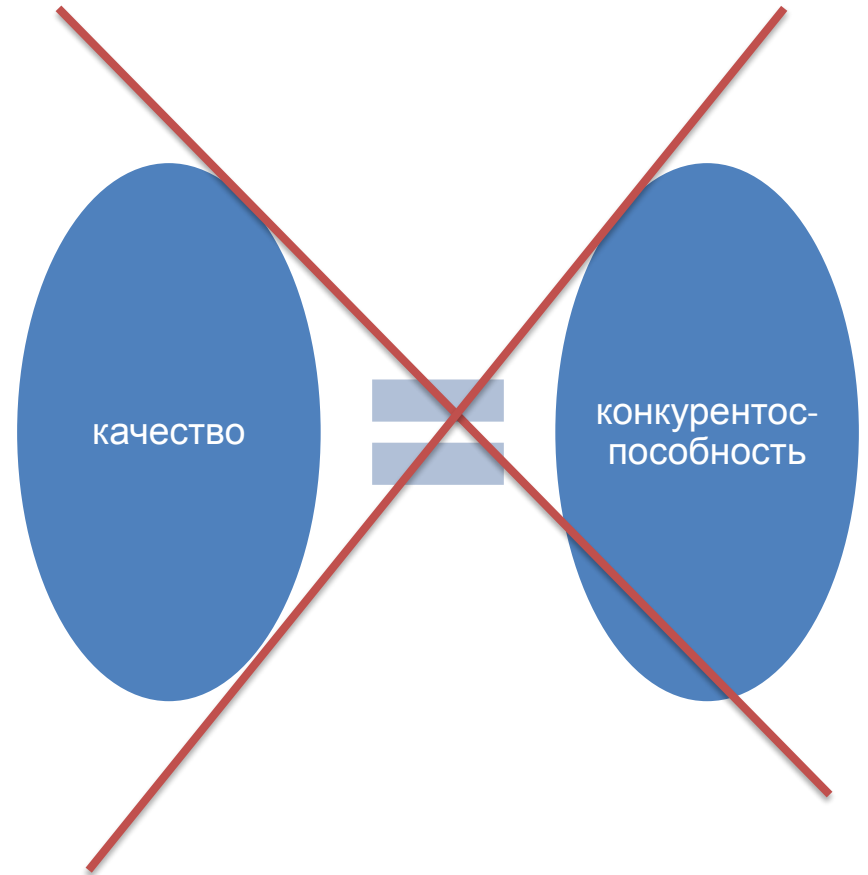
Экологические параметры

- 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
организаци
'ин
планирова
и при
надёжност

ИСО 9001,
9002, 9003

и
организаци
качества в
и
обеспечен
и
определён

ИСО
9000:1994

ИСО 9004

качества

системы

ры

качества

элемент

системы

ми

качество

элемент

тво

ет

руководс

раскрыва

обшее

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

и стабильн

в

процессе

проектиро

вания,

разработк

и производс

и монтажа и

и эксклю

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

своды правил

Госстандарт России

ГОСТ Р
ИСО
9000-2001

ГОСТ Р
ИСО
9001-2001

менеджмента
для систем
терминологи
и
требования
стандартиза
спешным
качества и
менеджмента
стандартиза
систем
и
полюженни
потребите
основани
требовани
описывает
ответствен
продукцию,
представля
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
системы
сертифи

4.3. Прочие факторы конкурентоспособности

Рыночные факторы конкурентоспособности

тип рынка

емкость рынка

стабильность и
перспективнос
ть рынка

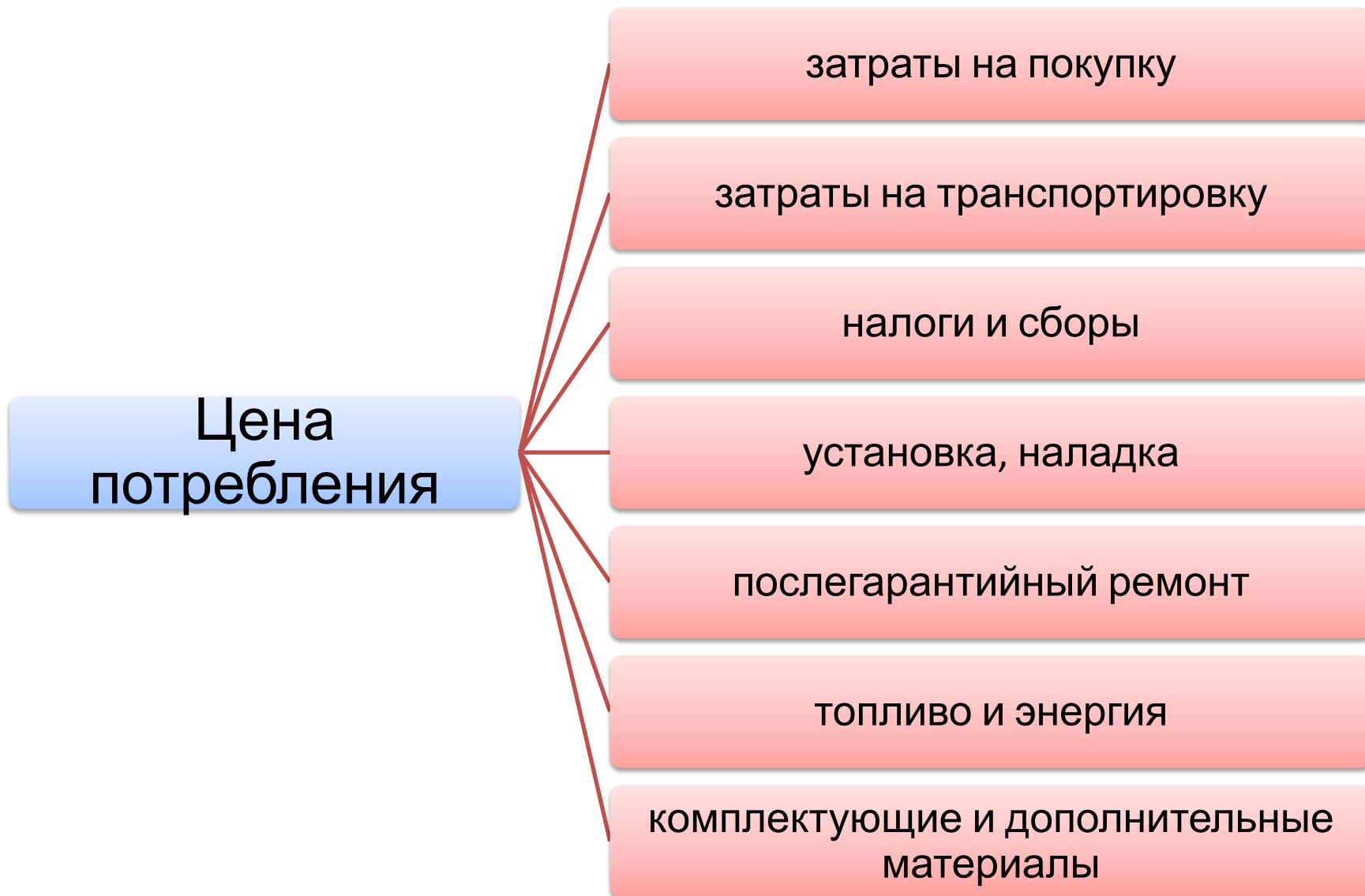
Цена

- 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

потребности, удовлетворение, конкурентоспособность, качество, цена, ассортимент, бренд, маркетинг, продвижение, реклама, анализ рынка, сегментация, таргетинг, коммуникация, контроль, оценка, стратегия, тактика, операционные планы, отчеты, показатели, метрики, KPI, SWOT-анализ, PEST-анализ, Porter's Five Forces, конкурентное преимущество, дифференциация, позиционирование, лояльность, репутация, инновации, устойчивость, социальная ответственность, экологичность, этика, прозрачность, сотрудничество, партнерство, экосистема, индустрия, рынок, экономика, политика, культура, демография, технологии, тренды, прогнозы, риски, возможности, вызовы, угрозы, ресурсы, компетенции, таланты, лидерство, инновационная деятельность, корпоративная культура, ценности, миссия, видение, стратегические цели, тактические задачи, операционные мероприятия, мониторинг, отчетность, аудит, сертификация, стандартизация, нормативное регулирование, законодательство, судебная практика, арбитраж, разрешение споров, медиация, переговоры, договоры, контракты, лицензирование, патенты, товарные знаки, авторские права, интеллектуальная собственность, защита информации, кибербезопасность, ИТ-инфраструктура, облачные технологии, искусственный интеллект, машинное обучение, большие данные, аналитика, автоматизация, роботизация, блокчейн, виртуальная реальность, дополненная реальность, интернет вещей, умные устройства, носимые устройства, мобильные приложения, социальные сети, онлайн-маркетинг, контент-маркетинг, инфлюенс-маркетинг, партнерский маркетинг, email-маркетинг, SEO, SEM, PPC, контекстная реклама, таргетированная реклама, нативная реклама, вирусный маркетинг, реферальный маркетинг, прямые продажи, оптовая торговля, розничная торговля, электронная коммерция, маркетплейсы, франшиза, дистрибуция, логистика, складирование, производство, закупки, управление цепочкой поставок, управление качеством, управление рисками, управление персоналом, управление финансами, управление проектами, управление изменениями, управление инновациями, управление талантами, управление знаниями, управление репутацией, управление кризисом, управление коммуникациями, управление клиентскими отношениями, управление партнерами, управление поставщиками, управление покупателями, управление конкурентами, управление отраслью, управление страной, управление миром.

Международные

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»