

# 7. Управление конкурентоспособностью товара

# 7.1. Основные принципы и подходы к управлению конкурентоспособностью товаров

# Основные подходы к управлению конкурентоспособностью

Системный

Инновационный

Комплексный

Глобальный

Маркетинговый

Эксклюзивный

Процессный

Структурный

Ситуационный

Поведенческий

# Научные подходы к управлению конкурентоспособностью товара

Системный  
подход

Инновационный  
подход

и объекта  
использован  
влияние  
фундаменталь  
различия  
на  
свой вклад и  
вносящих  
элементов,  
включая  
взаимодейст  
и  
системы  
взаимосвяз  
но  
совокупность  
производств  
технологий,  
научно-тех  
базовых  
и, в области  
деятельност  
и  
инновационн  
активизацию  
на  
производства  
развития

# Научные подходы к управлению конкурентоспособностью товара

Комплексный  
(междисциплинарный)  
подход

Глобальный подход

и  
взаимосвязь  
управления  
экономическими  
психологическими,  
социальными,  
экономическими,  
информационными,  
технологическими,  
и др. факторами  
и процессами  
внутри и вне  
организма  
и общества  
и культуры  
и окружающей  
среды  
и т.д.

# Научные подходы к управлению конкурентоспособностью товара

Маркетинговый  
подход:

- предусматривает ориентацию на потребителя
- приоритеты выбора критериев управления : повышение качества объекта в соответствии с нуждами потребителей; экономии ресурсов потребителей за счет повышения качества
- других факторов и т.д.

# Научные подходы к управлению конкурентоспособностью товара

## ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ПОДХОД

- заключается в приобретении субъектом исключительного права на пользование по своему усмотрению новшеством в любой области деятельности или конкурентным преимуществом.
- эксклюзивная ценность может быть сформирована за счет применения современных научных подходов, методов и технологий управления различными объектами

# Научные подходы к управлению конкурентоспособностью товара

Процессный  
подход

Структурный  
подход

- заключается в определении приоритетов среди факторов конкурентоспособности с целью установления рациональности соотношения и повышения основности
- основаны на распределении ресурсов.
- ин
- отделе
- рых
- процесс
- в

# Научные подходы к управлению конкурентоспособностью товара

Ситуационный  
подход

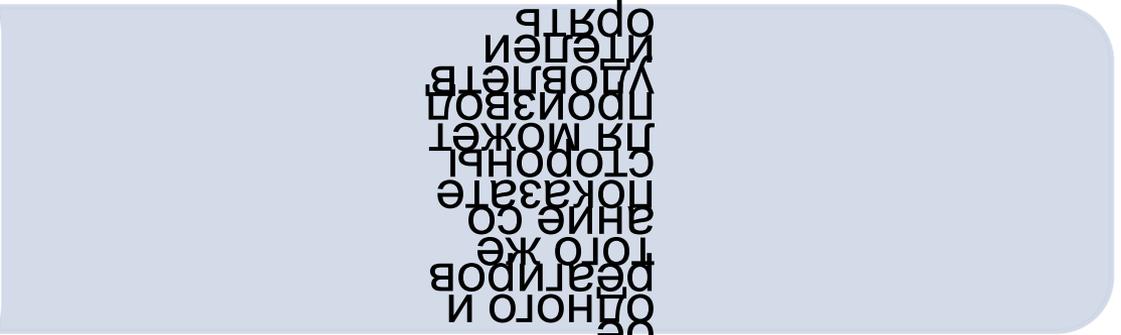
Поведенческий  
подход

иपालио  
иран  
конкрет  
взаим  
определио  
вин  
управле  
остен  
методов  
способн  
рых  
остен,  
различн  
возможн  
ние  
нрых  
примене  
состве  
ии  
осознан  
ку в  
работни  
помощи  
и  
оказани

# Принципы формирования системы управления конкурентоспособностью товара

принцип относительности

Принцип  
взаимобусловленности



предпочт  
ени  
покупате  
лей на  
потребит  
ельском  
рынке  
предпола  
гает  
позиции  
адекватн  
значение  
оде  
одного и  
реалиров  
того же  
ание со  
показате  
сторонч  
ля может  
производ  
любят  
и тепен  
оркты  
покупате  
ля и быть  
непримл  
китайца  
тогда  
онизовлит  
влл

# Принципы формирования системы управления конкурентоспособностью товара

принцип  
консенсуса

принцип  
относительной  
автономности

определять  
стратегическ  
ие методы  
поведения в  
отношении  
конкурентос  
пособности  
производи  
мых и  
реализуем  
ых товаров  
и услуг  
в целях  
интересов  
производи  
теля товара и  
покупателя

# Принципы формирования системы управления конкурентоспособностью товара

принцип  
противоположности

принцип  
индивидуальности

предпочтени  
е тому,  
которые  
обеспечивае  
т достаточно  
высокую  
степень  
соответствия  
параметров  
продукции  
наличия  
современны  
противополо  
жностей  
потребности  
и  
средств у  
финансовым  
случаев  
возможност  
рыночных  
внешний в  
процессе  
оценки  
конкурентос  
побности  
индивиду

# Принципы формирования системы управления конкурентоспособностью товара

принцип  
рациональности

принцип  
иррациональности

# Принципы формирования системы управления конкурентоспособностью товара

принцип  
превосходства

принцип  
разнообразия

# Принципы формирования системы управления конкурентоспособностью товара

принцип  
сохраняемости

- означает  
свойство товара  
сохранять свои  
потребительски  
е свойства на  
протяжении  
всего периода  
его  
использования  
(эксплуатации)

## 7.2. Пути повышения конкурентоспособности

# К числу основных направлений повышения конкурентоспособности

- относятся:
  - обеспечение заданного уровня качества;
  - проектирование и разработка новых товаров;
  - изменение упаковки;
  - снижение затрат и цен;
  - разработка и внедрение системы обеспечения конкурентоспособности товаров

# Уровни качества товаров

первый  
уровень

второй  
уровень

использ  
ованию  
(способ  
ность  
удовлет  
ворят  
определ  
енные  
штрафн  
ежеме  
сячные  
плат  
ви  
м,  
техник  
безопас  
ности,  
(у

# Уровни качества товаров

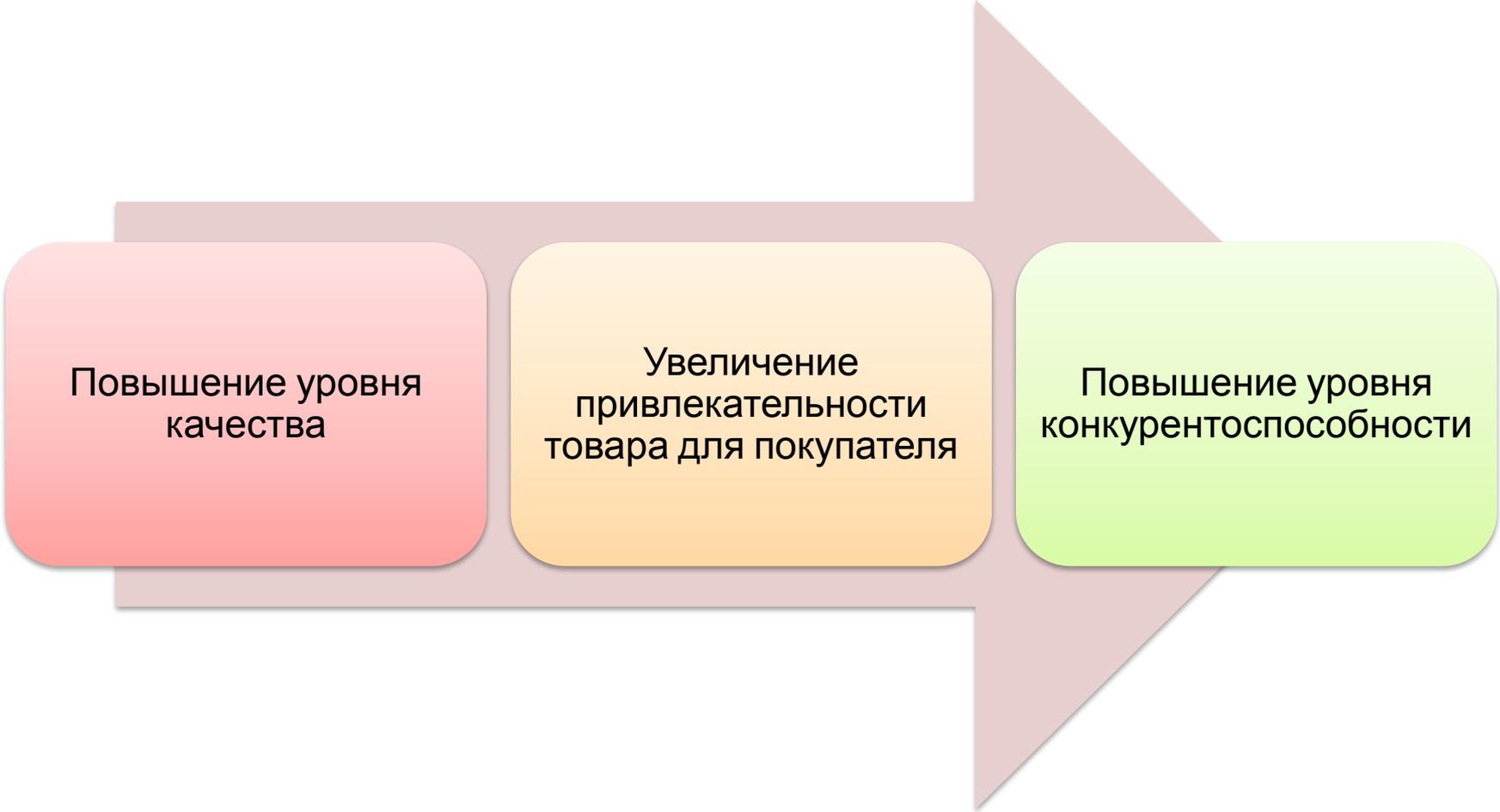
третий  
уровень

четвертый  
уровень

цена/кач  
ини  
и  
о и  
потреб  
влению  
предста  
ствлет  
(ответ  
рынка  
НИМ  
пред  
постиж  
ОСТАМ  
потреб  
(M)  
(скрыты  
ЫМ  
латентн  
ТВИЕ  
СОСТАВ

# Обеспечение заданного уровня качества может осуществляться за счет:

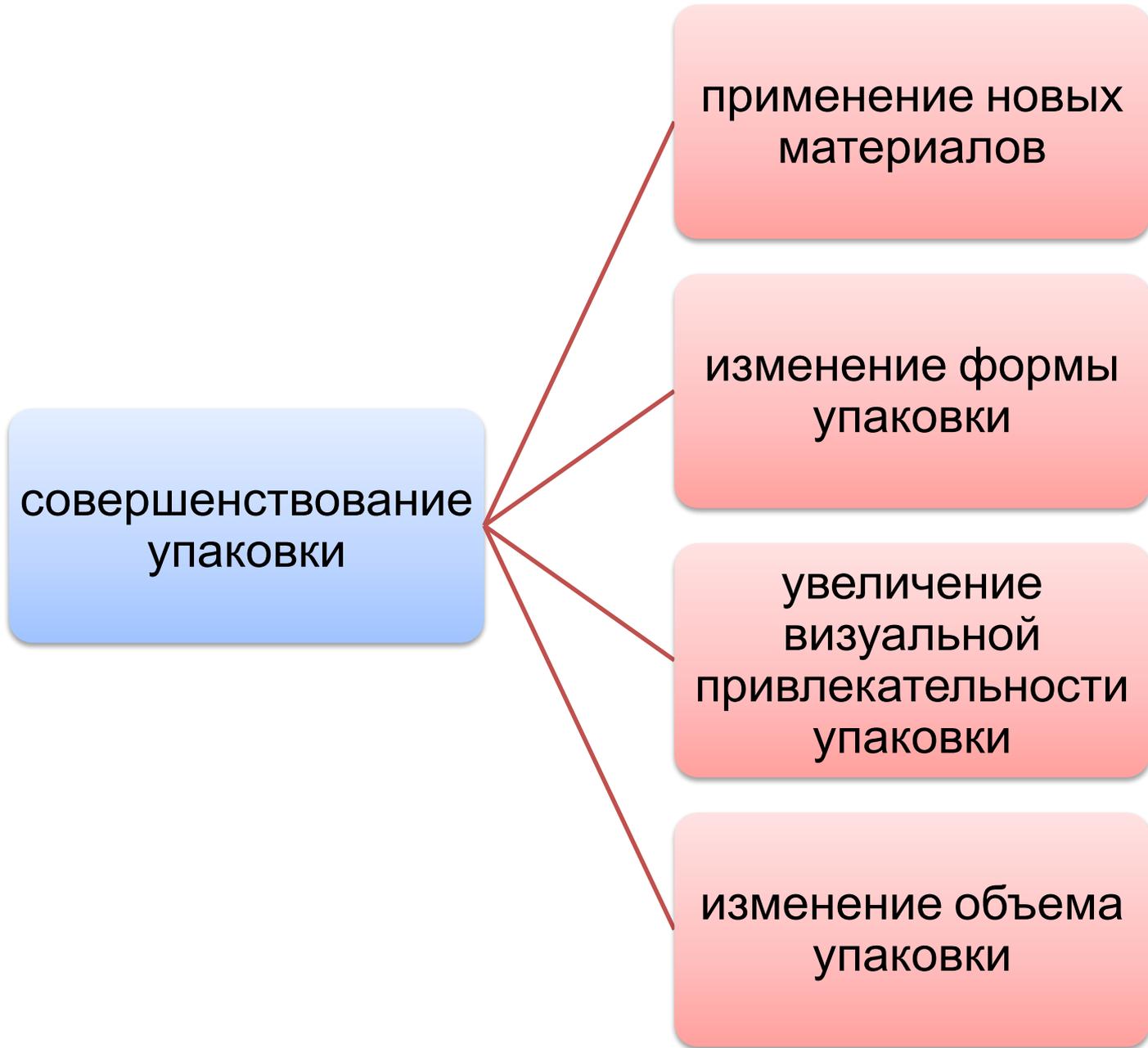
- Внедрения системы управления качеством, установления соответствующих норм и нормативов качества в организации;
- обеспечения установленного уровня качества покупных материалов и полуфабрикатов;
- стимулирование персонала;
- регулярного обновления основного оборудования, его ремонта и осмотра.



Повышение уровня  
качества

Увеличение  
привлекательности  
товара для покупателя

Повышение уровня  
конкурентоспособности



# Изменение упаковки

применение  
НОВЫХ  
материалов

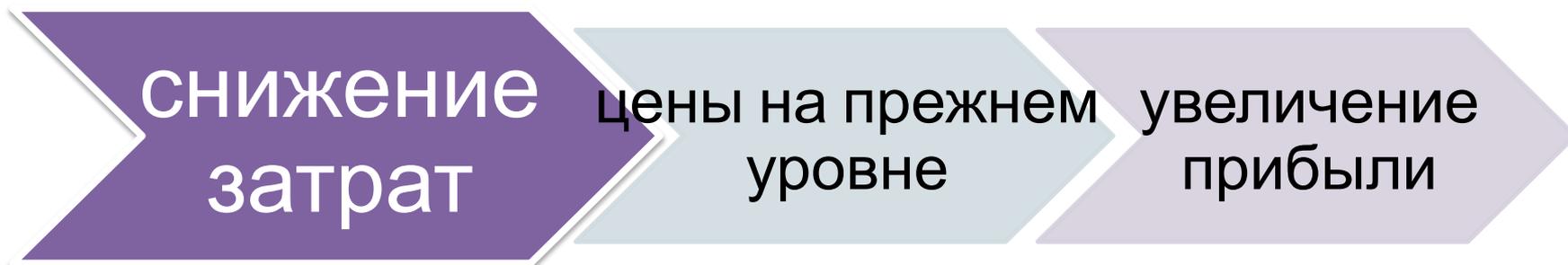
- лучшая сохранность товара

изменение  
формы, внешнего  
вида

- большая узнаваемость товара
- привлечение дополнительных покупателей

изменение  
объема

- большее удобство для покупателей



# Снижение затрат и цен возможно за счет

- использования эффекта масштаба;
- экономия за счет повышения квалификации работников (увеличение производительности труда, улучшение организации производства)
- экономия за счет ресурсосберегающих технологий производства

# Снижение затрат и цен возможно за счет (продолжение)

- экономия за счет рациональной конструкции изделий (снижение материалоемкости)
- экономия за счет местоположения (низкие трансакционные издержки, близость к источникам сырья)
- экономия за счет эффективного управления (организационная культура, организационная структура)

# Разработка и внедрение системы управления

## конкурентоспособности

- Мониторинг жизненного цикла товара
- Мониторинг товаров-конкурентов
- Разработка стратегии повышения конкурентоспособности
- Разработка тактики повышения конкурентоспособности