

Несмотря на негативные внешние экономические факторы, а в некотором смысле и благодаря им (разработана и реализуется государственная Программа импортозамещения), инновационная активность на предприятиях российской металлургии продолжает развиваться и в будущем при финансовой поддержке государства или частных инвесторов, а также при наличии квалифицированных кадров, инновационная деятельность может стать стартовой точкой к успешному продвижению российской металлургической промышленности на мировой арене.

Литература

1. Банк данных "Копии правовых актов: Российская Федерация" [Электронный ресурс] URL: <http://giod.consultant.ru>
2. Данные "Наука и инновации в промышленности: Затраты на технологические инновации организаций промышленности по видам экономической деятельности" [Электронный ресурс] URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b14_48/Main.htm
3. Консалтинг "Инновационная деятельность МП/ Пособия" [Электронный ресурс] URL: <http://www.dist-cons.ru/modules/innova/index.html>
4. Основные понятия по теме: "Инновации" [Электронный ресурс] URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/nauka/minnov-1.htm

Показатели оценки конкурентоспособности товара

Усков Е.А., Виноградова И.М., к.э.н.
Университет машиностроения,
Гуманитарно-экономический институт им. В.С. Черномырдина,
кафедра «Менеджмент»
г. Москва, Россия
mim@mami.ru, +7(495)644-16-73

Аннотация. В статье указаны показатели высокой конкурентоспособности товара и описана всесторонняя оценка конкурентоспособности товара, также проанализирована на конкретном образчике. Всем организациям, функционирующим в условиях борьбы, необходимо владеть преимуществами, чтобы добиться установленной цели. Поэтому отдельная организация преобразовывает увеличенное внимание на производимые товары, чтобы основать наиболее привлекательное менее коммерческое предложение, реализация которого принесет крупную прибыль.

Ключевые слова: конкурентоспособность, товар, показатель, оценка, модель стиральной машины.

Конкурентоспособность товара препровождает собой ассортимент свойств продукции и уровень надобностей заказчиков по сравнению со свойствами, присущими товарам соперников.

Показатели высокой конкурентоспособности товара.

Есть три вида показателей, которые заказчик исследует и сопоставляет с другими. Эти группы указаны в таблице 1.

В таблице 1 приведены всеобщие виды показателей конкурентоспособности товара, к которым можно приплюсовать отношение покупателя к продукции точной марки, доступность товара для получения, эстетические критерии и тому похожие параметры. Особое и абсолютное значение для высокой конкурентоспособности товара имеет обслуживание после продажи, т. е. сервис. [1]

Грамотно обдуманное обслуживание товаров принесет таковые итоги:

1. Создание перспектив изучения сверхновых рынков и позиционирование личного товара как товара с подкреплением.

2. Получение лишнего дохода, так расходы на техническую базу товара в разы превосходят его отдельную цену.

Таблица 1

Показатели конкурентоспособности товара

№ п/п	Название	Пояснение	Пример
1.	Нормативные	Показывают, насколько товар соответствует нормам и правилам, установленным законодательно	Минимальное качество; соответствие ГОСТам и т. д.
2.	Технические	Представляют собой характеристики и свойства, непосредственно направленные на удовлетворение определенной потребности, ради которых товар и приобретается	Соответствие указанных характеристик реальным параметрам; простота использования; срок службы; послепродажное обслуживание и т. д.
3.	Экономические	Денежная оценка расходов, которые потребитель понесет в процессе приобретения товара и дальнейшего использования	Отпускная цена; стоимость расходных материалов и запасных частей, если они потребуются для поддержки состояния товара для эксплуатации по назначению и т. д.

3. Налаживание отношений с потребителями соперников, не имеющих личной базы.

4. Создание позитивной безупречной репутации фирмы-производителя.

Оценивая высокую конкурентоспособность товара с точки зрения главных показателей, можно сделать вывод, что иждивенческая всесторонняя оценка каждого товара неизменно понижается. Для поднятия высокой конкурентоспособности можно совершенствовать промышленные показатели товара, а можно снижать стоимость.

Оценка высокой конкурентоспособности товара.

Для поиска хорошей стратегии, направленной на создание лишних составительных преимуществ и развитие уже имеющихся, фирмы зачастую пробуют подцепить численную всестороннюю оценку конкурентоспособности товара. Для такой задачи есть несколько методов. Самым широко распространенным методом всесторонней оценки конкурентоспособности точного товара проявляется способ экспертных оценок. Для его использования делается особая таблица, в которую записываются данные. Пример данной таблицы указан в таблице 2. [2]

Таблица 2

Оценка конкурентоспособности товара

Товары/Показатели	Товар 1	Товар 2	Товар 3
Соответствие установленным стандартам и определенным нормам			
Безопасность использования			
Соответствие заявленных технических характеристик реальным свойствам			
Простота использования			
Наличие возможности послепродажного обслуживания			
Качество			
Срок службы			
Надежность			
Расходы на транспортировку и приобретение			
Расходы на использование товара			
Розничная цена			
...			
Итого			

Показатели указанной таблицы могут быть увеличены в зависимости от вида товара и его главных функций. Для изучаемых товаров по каждому параметру ставится оценка, а потом вычисляется всеобщий балл.

На основании таких данных можно сделать вывод о том, какой товар владеет крупнейшей конкурентоспособностью, у каких товаров имеются главные преимущества и какие оценки стоит улучшить. В зависимости от полученных данных разрабатывается стратегия значительного увеличения конкурентоспособности, результаты которой оцениваются

по такому же методу. Для принятия более беспристрастных данных рекомендуется учитывать мнения некоторых экспертов. Иным способом численной всесторонней оценки конкурентоспособности проявляется расчет высокого показателя конкурентоспособности продукции путем дробления численной всесторонней оценки качества на сумму всех затрат на приобретение продукции. Данная формула показывает лишь всеобщее понятие о конкурентоспособности и подчеркивает то, что крупнейший большой спрос заслуживают товары с самым большим качеством и самой невысокой стоимостью.

Рассмотрение высокой конкурентоспособности товара на конкретном образце [3].

Компания "Д" занимается производством бытовой техники. Данная организация довольно давно функционирует на рынке и за это время успела проявить себя как успешное и серьезное предприятие. Фирма "Д" имеет неизменных заказчиков и долю дохода, необходимого для совершенствования и существования организации. Ассортиментный ряд компании "Д" состоит из нескольких рыночных групп, одна из которых именуется "Стиральные машины". Для всестороннего анализа конкурентоспособности отдельной модели нужно назначить главные критерии для анализа, а потом поставить их по пятибалльной шкале, сравнивая их с товарами соперников. Для образца оценим высокую конкурентоспособность стиральной модели № 1, произведенной компанией "Д", сравнивая ее свойства с характеристиками особенно стиральных машин моделей № 2 и № 3, произведенными компаниями-конкурентами. Результаты данного анализа указаны в таблице 3.

Таблица 3

Оценка конкурентоспособности моделей стиральных машин

Товары/Показатели	Модель № 1	Модель № 2	Модель № 3
Функциональные особенности			
Технология стирки	5	4	4
Система дополнительной подачи воды	4	3	5
Инверторное управление	5	3	3
Сенсор загрузки белья	5	5	5
Сенсор температуры воды	5	5	5
Сенсор ускорения	4	4	3
Отложенный запуск	5	2	5
Индикатор оставшегося времени	3	5	5
Индикатор выполнения программы	3	5	2
Режимы	5	4	5
Установки скорости отжима	4	5	4
Установка температуры стирки	4	4	5
Удобство дисплея	5	3	2
Итого	57	52	53
Безопасность			
Безопасность использования	5	4	3
Сенсор утечки	5	3	4
Сенсор перелива	4	4	5
Блокировка от детей	4	5	3
Индикация неисправности	2	3	5
Итого	20	19	20
Технические данные			
Компактность	4	5	3
Вес	3	4	5
Двигатель	2	3	5
Диаметр дверцы	4	5	3

<i>Итого</i>	<i>13</i>	<i>17</i>	<i>16</i>
ИТОГО (общая конкурентоспособность)	90	88	89

Исходя из данных, представленных в таблице 3, делаем вывод, что модель № 1, произведенная компанией "Д", имеет самый внушительный балл конкурентоспособности (90 баллов). Однако, товары-аналоги хромают от исследуемого товара ненамного. Модель № 2 набрала 88 баллов, а модель № 1 - 89 баллов. Чтобы беспристрастно поставить высокую конкурентоспособность модели № 1 по сравнению с моделями № 2 и № 3, необходимо сравнить переходные баллы по каждой группе изучаемых критериев.



Рисунок 1 - Развитие конкурентоспособности модели № 1

По функциональным особенностям модель № 1 превосходит собственных соперников на 4-5 баллов. Уровень надёжности у каждой модели образцово одинаковый. Зато по техническим характеристикам модель № 1 набрала самый незначительный балл, что значит массивность и неудобность стиральной машины. [4]

На основании данных выводов можно квалифицировать направления развития высокой конкурентоспособности модели № 1. Эти направления указаны на рисунке 1.

Вывод

К основным направлениям можно отнести показатели, заслужившие порядочные и неудовлетворительные оценки, а к дополнительным - критерии, получившие оптимальные отметки. Следует отметить, что первоочередные указания необходимо сделать условно этапа надёжности, поскольку ни один критерий из данной группы не удостоился замечательной оценки.

Высокую конкурентоспособность товара можно назвать одной из главных составляющих на пути к успеху.

Литература

1. Золовьев Д. Л. Управление маркетингом: 20-ти модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 13. – М.: ИНФРА-М, 2013.
2. Луколаева С. Н. Товароведение товаров. Теоретические основы. Учебник для ВУЗов. – М.: Норма, 2011.
3. Макаров Р. Основы менеджмента. – СПб.: Питер, 2011.
4. Рухалков К. И. Фирменное планирование: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2013.