

**БЕЛКООПСОЮЗ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»**

---

Кафедра товароведения

**СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ  
ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА,  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ  
ТОВАРОВ**

**Практикум  
для реализации содержания образовательных  
программ высшего образования II степени**

Гомель 2021

УДК 338.518  
ББК 65.291.823.2  
С 56

Автор-составитель Л. В. Целикова, канд. экон. наук, доцент

Рецензенты: Н. П. Раецкая, начальник торгового отдела Гомельского филиала Гомельского облпо;  
Н. В. Кузьменкова, канд. техн. наук, доцент  
Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации

Рекомендован к изданию научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации». Протокол № 1 от 8 октября 2019 г.

**Современные** методы оценки качества, конкурентоспособности  
С 56 товаров : практикум для реализации содержания образовательных программ высшего образования II ступени / авт.-сост. Л. В. Целикова. – Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2021. – 32 с.  
ISBN 978-985-540-573-4

Издание предназначено для магистрантов специальности 1-25 80 07 «Товароведение и экспертиза товаров».

**УДК 338.518**  
**ББК 65.291.823.2**

**ISBN 978-985-540-573-4**

© Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2021

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Основная цель учебной дисциплины «Современные методы оценки качества, конкурентоспособности товаров» – формирование у обучающихся II ступени получения высшего образования глубоких фундаментальных знаний в области оценки качества и конкурентоспособности потребительских товаров в рыночных условиях хозяйствования, что позволит будущему специалисту профессионально формировать торговый ассортимент в соответствии с требованиями рынка и запросами обслуживаемого контингента потребителей из высококачественных и конкурентоспособных товаров.

Практикум составлен в соответствии с программой курса.

По дисциплине предусмотрены лабораторные занятия в объеме 4 ч для магистрантов заочной формы получения образования в лабораториях кафедры под руководством преподавателя.

Магистрант обязан выполнить все задания в рамках изучаемой темы согласно практикуму. Задания выполняются на бумажном и электронном носителях в соответствии с требованиями оформления. Выполнение объемного задания может быть коллективным из нескольких обучающихся.

Рефераты и эссе выполняются на бумажном носителе формата А4 и представляются также на электронном носителе.

Эссе выполняется объемом 3–4 л. Объем реферата не должен превышать 7–8 печатных страниц. При подготовке рефератов используется всегда несколько источников (5–10) с оформлением их списка.

Презентации представляются в электронном варианте.

Вид представления других вариантов работы (задач и тестов, творческих заданий) определяется преподавателем.

Отсутствие отчета хотя бы по одной работе является основанием недопуска к зачету. Работы оцениваются «зачтено», «незачтено» либо оценкой (по усмотрению преподавателя).

Выполненные работы преподаватель проверяет и назначает их обсуждение на лабораторном занятии.

## ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема занятия	Количество часов
1. Оценка уровня качества и конкурентоспособности непродовольственных товаров: методика и апробация	2
2. Конкуренция как основа формирования и регулирования конкурентоспособности потребительских товаров	2
Итого	4

### ЗАДАНИЯ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

#### **Работа 1. ОЦЕНКА УРОВНЯ КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ: МЕТОДИКА И АПРОБАЦИЯ**

**Цель работы:** овладеть сущностью понятия конкурентоспособности товаров и факторов, ее определяющих; изучить показатели и основные методы оценки конкурентоспособности непродовольственных товаров, приобрести умения и навыки по их применению в практической деятельности.

**Контроль усвоения:** устный опрос или обсуждение.

#### ***Материальное обеспечение***

1. Мультимедийный комплекс.
2. Презентация по теме «Понятие конкурентоспособности и факторы, ее определяющие».
3. Презентация по теме «Показатели и методы оценки конкурентоспособности непродовольственных товаров».
4. Каталоги и натуральные образцы товаров с разным уровнем конкурентоспособности.
5. Слайд с методикой рейтинговой оценки конкурентоспособности товаров на основе экономических показателей.
6. Слайд «Многоугольник конкурентоспособности».
7. РД 50-149 «Методические указания по оценке технического уровня и качества технической продукции».

8. РД 50-165 «Методические указания. Товары народного потребления, выбор номенклатуры потребительских свойств и показателей их качества».

9. ГОСТы и СТБ, регламентирующие номенклатуру показателей и требования к качеству оцениваемых товаров.

### **Задание 1. Изучение теоретических основ конкурентоспособности непродовольственных товаров**

Изучив соответствующий материал по литературным источникам, конспекту лекций, интернет-ресурсам, подготовьте для обсуждения (на бумажном и электронном носителях) в форме круглого стола эссе, презентацию или реферат по следующей тематике (по заданию преподавателя):

1. Понятие конкурентоспособности и ее составляющие.
2. Анализ понятия «конкурентоспособность товаров». Понятие о потребительской ценности.
3. Факторы, определяющие конкурентоспособность товаров на рынке.
4. Взаимосвязь качества и конкурентоспособности.
5. Методы и показатели оценки конкурентоспособности:
  - Метод сравнительных издержек.
  - Метод сравнения результирующих показателей хозяйственной деятельности.
    - Финансовый метод.
    - Матричный метод.
    - Метод профилей.
    - Графический метод.
    - Математический метод И. Ансоффа.
    - Метод качественного анализа по М. Е. Портеру.
    - Методы на основе теории качества.
6. Потребительские свойства и их значимость для оценки конкурентоспособности в различных потребительских сегментах.
7. Выбор номенклатуры показателей для оценки конкурентоспособности и ее обоснование.
8. Методика оценки конкурентоспособности товаров на основе теории качества: сущность, основные этапы и их характеристика.
9. Потребительская ценность – основная составляющая конкурентоспособности товаров.

10. Уровень качества и цена потребления – главные факторы повышения конкурентоспособности товаров.

11. Тактика и стратегия повышения конкурентоспособности товаров на различных потребительских сегментах. Виды стратегий: агрессивная, пассивная, комбинированная и экспериментальная.

## **Задание 2. Изучение факторов и показателей конкурентоспособности недовольственных товаров**

1. Используя учебный материал, а также интернет-ресурсы, представьте классификацию факторов, обуславливающих конкурентоспособность товаров. Дайте характеристику каждой из классификационных группировок, покажите их взаимосвязь между собой и влияние на конкурентоспособность товаров.

Результаты работы представьте в форме таблицы или схемы на бумажном и электронном носителях.

2. Используя учебный материал, технические нормативные правовые акты (ТНПА) на конкретный вид товаров, интернет-ресурсы, разработайте классификацию показателей, обуславливающих их конкурентоспособность. Обсудите значение качества и конкурентоспособности товаров для производителей, потребителей и экономики государства в целом.

Результаты работы представьте в произвольной форме на бумажном и электронном носителях.

## **Задание 3. Изучение методов оценки конкурентоспособности недовольственных товаров**

1. Используя учебный материал, НПА, ТНПА и интернет-ресурсы, составьте и предоставьте для обсуждения алгоритм оценки конкурентоспособности конкретных товаров любым из изученных методов (по заданию преподавателя), описав все его особенности.

2. Решите нижеприведенные задачи по оценке конкурентоспособности товаров (по заданию преподавателя).

2.1. Используя данные таблицы 1, рассчитайте рейтинг конкурентоспособности кожаной обуви отечественных и зарубежных изготовителей, реализуемой на потребительском рынке Республики Беларусь.

Таблица 1 – Данные для расчета конкурентоспособности кожаной обуви

Критерии оценки кожаной обуви	Обувь отечественных предприятий, реализуемая на потребительском рынке Республики Беларусь			Обувь зарубежных компаний, совместных предприятий и фирм из России, реализуемая на потребительском рынке Республики Беларусь		
	Оценка в баллах	Значимость	Результат	Оценка в баллах	Значимость	Результат
Технический уровень качества обуви	5	10		4	10	
Комфортность обуви	4	7		3	7	
Дизайн моделей обуви	3	9		5	9	
Дизайн и информативность маркировки	3	2		4	2	
Дизайн и качество упаковки	2	5		5	5	
Коммерческие характеристики обуви	4	6		1	6	
Срок службы	4	1		2	1	
Сервисные услуги	2	3		2	3	
Реклама	1	4		4	4	
Имидж торговой марки	4	8		5	8	
Рейтинг конкурентоспособности	–	–		–	–	

2.2. Используя каталоги и графический метод – «многоугольник конкурентоспособности», оцените конкурентоспособность:

- стиральных машин ЗАО «Атлант» между собой и в сравнении с зарубежными аналогами;
- холодильников ЗАО «Атлант» между собой и в сравнении с зарубежными аналогами.

2.3. Используя данные таблицы 2, определите конкурентоспособность нижеприведенных товаров.

#### *Вариант 1*

- Телевизоры «Горизонт» (рыночная доля 37,8%, темп ее изменения 8%).
- Телевизоры «Индезит» (рыночная доля 30,8%, темп ее изменения 10,2%).
- Телевизоры «Горизонт» (рыночная доля 37,8%, темп ее изменения 8%).

– Телевизоры «Самсунг» (рыночная доля 17,8%, темп ее изменения 12%).

### Вариант 2

– Холодильники «Атлант» (рыночная доля 87,5%, темп ее изменения 12,7%).

– Холодильники «Норд» (рыночная доля 1,5%, темп ее изменения 0,17%).

– Холодильники «Снайге» (рыночная доля 0,42%, темп ее изменения –2,7%).

– Холодильники «Индезит» (рыночная доля 16,5%, темп ее изменения 2,56%).

– Холодильники «Стинол» (рыночная доля 9,13%, темп ее изменения –0,89%).

### Вариант 3

– Холодильники «Атлант – ХМ – 4010 – 022» (рыночная доля 11,2%, темп ее изменения –1,89%).

– Холодильники «Атлант – МХМ – 2819 – 90» (рыночная доля 18,3%, темп ее изменения 0,89%).

– Холодильники «Атлант – ХМ – 4421 – 000 – N» (рыночная доля 35,9%, темп ее изменения –9,89%).

– Холодильники «Атлант – ХМ – 5810 – 62» (рыночная доля 23,6%, темп ее изменения 12,89%).

– Холодильники «Атлант – МХМ – 4307 – 000» (рыночная доля 16,2%, темп ее изменения 6,89%).

Таблица 2 – Конкурентная карта рынка непродовольственных товаров в Республике Беларусь на 1 января 2020 г.

Классификационные группы по динамике изменения рыночной доли (Т), %	Классификационные группы по рыночной доле (Д), %				
	1	2	3	4	5
Лидеры		Сильная конкурентная позиция	Средняя конкурентная позиция	Слабая конкурентная позиция	Аутсайдеры
	43,7	43,69–20,1	20,0–16,6	16,59–0,51	0,50
Быстро улучшающейся конкурентной позицией (10,1 и более)	1	2	3	4	5
Улучшающейся конкурентной позицией (от 0 до 10)	6	7	8	9	10



## Окончание таблицы 2

Классификационные группы по динамике изменения рыночной доли (Т), %	Классификационные группы по рыночной доле (Д), %				
	1	2	3	4	5
	Лидеры	Сильная конкурентная позиция	Средняя конкурентная позиция	Слабая конкурентная позиция	Аутсайдеры
	43,7	43,69–20,1	20,0–16,6	16,59–0,51	0,50
Ухудшающейся конкурентной позицией (от –0,1 до –10)	11	12	13	14	15
Быстро ухудшающейся конкурентной позицией (–10,1 и менее)	16	17	18	19	20

2.4. Используя каталоги и любой из методов оценки, оцените конкурентоспособность моделей холодильников «Атлант», определенных преподавателем.

2.5. На основании данных таблицы 3 определите конкурентоспособность пылесосов, используя рейтинговый подход при оценке конкурентоспособности.

Таблица 3 – Данные для расчета конкурентоспособности пылесосов

Марки пылесосов	Объемы продаж, тыс. р.		Издержки, тыс. р.		Рентабельность продаж, %		Общий рейтинг
	значение	значимость	значение	значимость	значение	значимость	
Электросила	170		120		2,3		
Бош	250		200		2,7		
Самсунг	400		360		2,5		

### Задание 4. Управляемая самостоятельная работа

Для закрепления изученного материала и защиты отчета по работе выполните контрольный тест. Выберите правильные ответы на поставленные вопросы.

#### Вопросы

1. Как называют соответствие стандарту; соответствие использованию (требования стандартов по техническому совершенству и эксплуатационным требованиям); соответствие фактическим требованиям;

ям рынка (высокое качество и низкая цена); соответствие латентным скрытым потребностям потребителей?

*Варианты ответа:*

- а) 4 уровня качества;
- б) 4 уровня конкурентоспособности;
- в) 4 уровня экономической безопасности;
- г) верно а, б, в;
- д) нет правильного ответа.

2. Что позволяет рассчитать формула следующего вида:  $K_{им} = K_{нок} + K_{ин}$ ?

*Варианты ответа:*

- а) новизну услуги;
- б) имидж предприятия;
- в) уровень удовлетворенности потребителя;
- г) уровень качества;
- д) цену потребления.

3. Какой метод чаще используют предприятия-изготовители при определении конкурентоспособной экспортно-импортной политики своих фирм, если учесть, что они всегда специализируются на производстве и экспорте товаров с относительно меньшими, чем у других субъектов рынка, издержками?

*Варианты ответа:*

- а) метод профилей;
- б) сравнительных издержек;
- в) матричный метод;
- г) графический метод;
- д) все ответы являются верными.

4. В какой стране впервые был применен графический метод исследования конкурентоспособности?

*Варианты ответа:*

- а) Англии;
- б) Австрии;
- в) Германии;
- г) Франции;
- д) Италии.

5. Кто из известных экономистов впервые применил данную математическую формулу для расчета конкурентоспособности:  $KCF = [(Y_f - Y_k) : (Y_o - Y_k)] \cdot (X_f : X_o) \cdot (C_f : C_o)$ ?

*Варианты ответа:*

- а) Р. Урсе;
- б) М. Портер;
- в) И. Ансофф;
- г) Ж. М. де Лиершнайдер;
- д) Т. Левит.

6. Можно ли использовать матричный метод для определения конкурентоспособности конкретного товара в динамике?

*Варианты ответа:*

- а) можно;
- б) нет, можно определить только в статике, т. е. в данный момент;
- в) можно одновременно и в статике и в динамике;
- г) для определения конкурентоспособности не применяется.

7. Что такое качество продукции?

*Варианты ответа:*

а) совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением;

б) объективная особенность продукции, проявляющаяся в процессе потребления и обеспечивающая удовлетворение конкретных потребностей человека;

в) качественная или количественная характеристика любых состояний продукции;

г) объективная особенность продукции, которая может проявляться при ее создании, эксплуатации или потреблении;

д) количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, входящих в ее качество.

8. Какие факторы формируют качество продукции?

*Варианты ответа:*

- а) упаковка, маркировка;
- б) условия хранения и транспортирования;
- в) сырьевые материалы, условия и способ производства, конструкция, отделка, упаковка;

- г) действия, осуществляемые при создании и эксплуатации продукции;
- д) действия, осуществляемые при потреблении продукции.

9. Какой из перечисленных законов определяет государственную политику в области качества и конкурентоспособности?

*Варианты ответа:*

- а) Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей»;
- б) Закон Республики Беларусь «О государственном предприятии»;
- в) Закон Республики Беларусь «О потребительской кооперации»;
- г) Закон Республики Беларусь «О государстве и государственном устройстве»;
- д) Конституция Республики Беларусь.

10. Какие международные организации занимаются непосредственно вопросами технического нормирования и стандартизации, оценки соответствия продукции требованиям технических нормативных правовых актов в целях повышения ее конкурентоспособности?

*Варианты ответа:*

- а) ИСО, МЭК;
- б) ВОЗ, ФАО;
- в) ИСО, ВОЗ, МЭК, ФАО;
- г) СЕН, СЕНЭЛЕК;
- д) ЕОК, СЕН, СЕНЭЛЕК, ЕТСИ.

11. Какие организации занимаются вопросами стандартизации товаров в Республике Беларусь?

*Варианты ответа:*

- а) Государственный комитет по стандартизации Республики Беларусь;
- б) Совет Министров Республики Беларусь;
- в) Президент Республики Беларусь, Совет Министров Республики Беларусь, Комитет по стандартизации, сертификации и метрологии;
- г) Президент Республики Беларусь, Совет Министров Республики Беларусь, Государственный комитет по стандартизации, Министерство архитектуры и строительства Республики Беларусь;
- д) Президент Республики Беларусь, Совет Министров Республики Беларусь, Государственный комитет по стандартизации, Министерство архитектуры и строительства Республики Беларусь, отраслевые министерства и ведомства.

12. Что показывает коэффициент сортности продукции в системе оценки ее конкурентоспособности?

*Варианты ответа:*

- а) отношение суммарной стоимости продукции к суммарной стоимости этой же продукции в пересчете на наивысший сорт;
- б) среднее взвешенное количество дефектов, приходящееся на единицу продукции;
- в) коэффициент, равный среднему взвешенному относительных значений показателей качества этой продукции;
- г) коэффициент, равный среднему взвешенному коэффициентов дефектности этой продукции;
- д) количественная характеристика значимости данного показателя качества продукции среди других показателей ее качества.

13. Как называется показатель конкурентоспособности продукции, выражающий соотношение полезного эффекта продукции и суммарных затрат на ее разработку, изготовление, обращение и потребление?

*Варианты ответа:*

- а) определяющий;
- б) групповой;
- в) интегральный;
- г) комплексный;
- д) относительный.

14. Как называется показатель конкурентоспособности продукции, количественно характеризующий всю совокупность ее свойств?

*Варианты ответа:*

- а) определяющий;
- б) групповой;
- в) интегральный;
- г) комплексный;
- д) относительный.

15. Каковы основные виды технических нормативных правовых актов, используемых для оценки конкурентоспособности товаров?

*Варианты ответа:*

- а) технические регламенты, технические кодексы установившейся практики;

б) технические регламенты, технические кодексы установившейся практики, технические условия, законы, постановления;

в) технические регламенты, технические кодексы установившейся практики, технические условия, стандарты организации, государственные стандарты;

г) технические регламенты, технические кодексы установившейся практики, технические условия, государственные стандарты, положения и методические рекомендации;

д) законы Республики Беларусь, постановления Совета Министров Республики Беларусь.

16. Что такое показатель качества продукции?

*Варианты ответа:*

а) качественная или количественная характеристика любых свойств продукции;

б) признак продукции, количественно характеризующий любые ее свойства;

в) количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, входящих в ее качество;

г) признак продукции, характеризующий только одно из ее свойств;

д) признак продукции, характеризующий сразу все ее свойства.

17. Что такое уровень качества продукции?

*Варианты ответа:*

а) количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, входящих в ее качество;

б) количественная характеристика любых свойств продукции;

в) совокупность операций, включающих выбор номенклатуры показателей качества оцениваемой продукции, определение значений этих показателей и сопоставление их с базовыми;

г) совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением;

д) относительная характеристика качества продукции, основанная на сравнении значений показателей качества оцениваемой продукции с базовыми значениями соответствующих показателей.

18. Что такое оценка уровня качества продукции?

*Варианты ответа:*

а) совокупность операций, включающих выбор номенклатуры показателей качества оцениваемой продукции, определение значений этих показателей и сопоставление их с базовыми;

б) относительная характеристика качества продукции, основанная на сравнении значений показателей качества оцениваемой продукции с базовыми;

в) совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением;

г) количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, входящих в ее качество;

д) количественная характеристика любых свойств продукции.

19. Каковы методы оценки уровня качества и конкурентоспособности продукции?

*Варианты ответа:*

а) дифференциальный, комплексный, смешанный;

б) расчетный, регистрационный;

в) социологический, измерительный, регистрационный;

г) органолептический;

д) структурный, логический, социологический.

20. Что такое уровень конкурентоспособности продукции?

*Варианты ответа:*

а) совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением;

б) относительная сравнительная характеристика, отражающая превосходство данной продукции над продукцией конкурентов по комплексу потребительских и стоимостных характеристик товара, определяющих его успех на рынке, и уровню удовлетворения потребностей;

в) объективная особенность продукции, проявляющаяся в процессе потребления и обеспечивающая удовлетворение конкретных потребностей человека;

г) объективная особенность продукции, которая может проявляться при ее создании, эксплуатации или потреблении;

д) характеристика, отражающая требования производителей.

21. Что такое конкурентоспособность услуги как товара?

*Варианты ответа:*

а) комплекс потребительских и стоимостных характеристик услуги, определяющих ее успех на рынке;

б) относительная характеристика качества услуги, основанная на сравнении значений показателей качества оцениваемой услуги с базовой;

в) уровень превосходства данной услуги над услугой конкурентов по комплексу потребительских и стоимостных ее характеристик, определяющих успех на рынке, и уровню удовлетворения потребностей;

г) совокупность операций, включающих выбор номенклатуры показателей качества оцениваемой услуги, определение значений этих показателей и сопоставление их с базовыми;

д) совокупность свойств услуги, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением.

22. Что представляет собой упорядоченный комплекс сведений и знаний о потребителях, условиях и способах потребления услуги?

*Варианты ответа:*

а) «петля качества»;

б) система управления качеством;

в) верификация;

г) модель исходной ситуации потребления услуги;

д) валидация.

23. В каком варианте дается определение нового товара в системе оценки его конкурентоспособности?

*Варианты ответа:*

а) продукт, впервые поступивший на рынок и отличающийся от существующих аналогов сходного назначения каким-либо изменением потребительских свойств;

б) товар, впервые поступивший в сферу потребления, имеющий по сравнению с аналогом более высокий потребительский уровень качества;

в) серийное или массовое изделие, производство которого впервые освоено предприятием;

г) верно а, б, в;

д) нет правильного ответа.



24. Как называется предмет, призванный либо удовлетворять совершенно новую потребность, либо повышать степень удовлетворения уже известной потребности, либо расширять круг покупателей, способных приобрести его, либо удовлетворять на уже достигнутом уровне известную потребность?

*Варианты ответа:*

- а) новый товар;
- б) новый продукт;
- в) новый предмет потребления;
- г) товар рыночной новизны;
- д) нет правильного ответа.

### ***Вопросы для самоконтроля***

1. Что такое конкурентоспособность?
2. Какие факторы определяют конкурентоспособность товаров?
3. Какие показатели учитывают при определении конкурентоспособности непродовольственных товаров?
4. Как классифицируют показатели, определяющие конкурентоспособность непродовольственных товаров?
5. Какие методы используются для оценки конкурентоспособности непродовольственных товаров?
6. В чем сущность метода сравнительных издержек?
7. В чем достоинства и недостатки графического и математического методов?
8. В каких случаях используют матричные методы оценки конкурентоспособности?
9. Каковы стратегии повышения конкурентоспособности непродовольственных товаров?

## **Работа 2. КОНКУРЕНЦИЯ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ И РЕГУЛИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ**

**Цель работы:** изучить основные виды конкуренции, действующие на рынке потребительских товаров, приобрести навыки по ее оценке и использованию результатов в практической деятельности.

**Контроль усвоения:** устный опрос или обсуждение.

### ***Материальное обеспечение***

1. Мультимедийный комплекс.
2. Презентация по теме «Классификация и характеристика конкуренции».
3. Презентация по теме «Особенности оценки конкуренции на рынке непродовольственных товаров».

### **Задание 1. Изучение теоретических положений и подходов к оценке конкуренции на рынке непродовольственных товаров**

Используя конспект, учебную литературу, ТНПА и интернет-ресурсы, подготовьте для обсуждения на практическом занятии материал по следующим вопросам (по заданию преподавателя):

- Понятие и виды конкуренции.
- Основоположники теории конкуренции.
- Движущая сила конкуренции, ее отличие от соревнования.
- Конкуренция как движущая сила конкурентоспособности.
- Основные направления развития конкуренции в современном мире.
- Правовое регулирование конкуренции в Республике Беларусь.
- Особенности развития конкуренции в потребительской кооперации.
- Показатели и методы оценки конкуренции в условиях развития рыночной среды.
- Понятие товарной конкуренции, ее классификация и характеристика.
- Конкуренция: функциональная, видовая, предметная.

- Факторы, определяющие конкуренцию товаров на потребительском рынке.
  - Территориальная конкуренция торговых систем.
- Результаты работы представьте в форме реферативного сообщения или презентации.

## **Задание 2. Изучение особенностей оценки конкуренции на рынке непродовольственных товаров**

Обсудите подготовленные эссе, презентации, сообщения, творческие задания (по заданию преподавателя) по основным направлениям развития конкуренции применительно к рынку потребительских товаров.

### *Тематика эссе, презентаций, сообщений*

1. Конкуренция или соревнование: единство и полярность мнений в терминологии.
2. Мой взгляд и отношение к товарной конкуренции.
3. Оценить конкуренцию потребительских товаров можно ...
4. Конкуренция на товарном рынке представлена ...
5. Конкуренция и монополия: две стороны одной медали.
6. Конкуренция, связь с конкурентоспособностью.

### *Творческие задания*

1. Подготовьте перечень НПА, регулирующих вопросы конкуренции на рынке Республики Беларусь.
2. Подготовьте сравнительный конспект по теме «Конкуренция: функциональная, видовая».
3. Подберите примеры по проблемным вопросам развития конкуренции на рынке непродовольственных товаров.
4. Проанализируйте современные подходы к оценке конкуренции в области непродовольственных товаров, проследите влияние на конкурентоспособность.

## **Задание 3. Контрольное**

1. Для закрепления изученного материала и защиты отчета по работе выполните контрольный тест, выбрав правильные ответы на поставленные вопросы.

### 1. Что такое конкуренция?

*Варианты ответа:*

- а) соревнование;
- б) процесс управления конкурентными преимуществами;
- в) движущая сила конкурентоспособности;
- г) все ответы верны.

### 2. Какое определение конкуренции дает словарь В. Даля?

*Варианты ответа:*

- а) соперничество или состязание в торговле, соискательстве, соревновании;
- б) некая поведенческая категория, когда отдельные индивидуальные продавцы и покупатели соперничают между собой за более выгодные условия продажи и покупки товаров и предоставления услуг;
- в) соперничество, связанное с повышением цен в случае сокращения предложения, и их понижением при его избытке;
- г) соперничество старого с новым: новые товары, новые технологии, новые источники обеспечения потребности, новые типы организаций, что создает очевидные преимущества в производстве товаров и в их качестве, отражается на величине прибыли и, в конечном счете, обуславливает жизнеспособность фирмы;
- д) нет правильного ответа.

### 3. Какое определение конкуренции дает Д. Рикардо?

*Варианты ответа:*

- а) соперничество или состязание в торговле, соискательстве, соревновании;
- б) некая поведенческая категория, когда отдельные индивидуальные продавцы и покупатели соперничают между собой за более выгодные условия продажи и покупки товаров и предоставления услуг;
- в) соперничество, связанное с повышением цен в случае сокращения предложения, и их понижением при его избытке;
- г) соперничество старого с новым: новые товары, новые технологии, новые источники обеспечения потребности, новые типы организаций, что создает очевидные преимущества в производстве товаров и в их качестве, отражается на величине прибыли и, в конечном счете, обуславливает жизнеспособность фирмы;
- д) нет правильного ответа.

#### 4. Как трактует конкуренцию А. Смит?

*Варианты ответа:*

- а) соперничество или состязание в торговле, соискательстве, соревновании;
- б) некая поведенческая категория, когда отдельные индивидуальные продавцы и покупатели соперничают между собой за более выгодные условия продажи и покупки товаров и предоставления услуг;
- в) соперничество, связанное с повышением цен в случае сокращения предложения, и их понижением при его избытке;
- г) соперничество старого с новым: новые товары, новые технологии, новые источники обеспечения потребности, новые типы организаций, что создает очевидные преимущества в производстве товаров и в их качестве, отражается на величине прибыли и, в конечном счете, обуславливает жизнеспособность фирмы;
- д) нет правильного ответа.

#### 5. Как характеризует конкуренцию Й. Шумпетер?

*Варианты ответа:*

- а) соперничество или состязание в торговле, соискательстве, соревновании;
- б) некая поведенческая категория, когда отдельные индивидуальные продавцы и покупатели соперничают между собой за более выгодные условия продажи и покупки товаров и предоставления услуг;
- в) соперничество, связанное с повышением цен в случае сокращения предложения, и их понижением при его избытке;
- г) соперничество старого с новым: новые товары, новые технологии, новые источники обеспечения потребности, новые типы организаций, что создает очевидные преимущества в производстве товаров и в их качестве, отражается на величине прибыли и, в конечном счете, обуславливает жизнеспособность фирмы;
- д) соперничество, соревнование ради прибыли.

6. Какое определение конкуренции дает Закон Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции»?

*Варианты ответа:*

- а) соперничество или состязание в торговле, соискательстве, соревновании;

б) некая поведенческая категория, когда отдельные индивидуальные продавцы и покупатели соперничают между собой за более выгодные условия продажи и покупки товаров и предоставления услуг;

в) соперничество, связанное с повышением цен в случае сокращения предложения, и их понижением при его избытке;

г) состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможности каждого из них воздействовать на общие условия обращения товаров на рынке и стимулируют их производство;

д) процесс, способствующий реализации экономического и научно-технического прогресса.

7. Как классифицируют конкуренцию по характеру удовлетворения потребностей?

*Варианты ответа:*

а) ценовая и неценовая;

б) добросовестная и недобросовестная;

в) функциональная, видовая, предметная;

г) совершенная, монополистическая, олигополия и чистая монополия;

д) все ответы являются верными.

8. Как классифицируют конкуренцию по методам осуществления конкурентного соперничества?

*Варианты ответа:*

а) ценовая и неценовая;

б) добросовестная и недобросовестная;

в) функциональная, видовая, предметная;

г) совершенная, монополистическая, олигополия и чистая монополия;

д) честная и нечестная.

9. В какой строке указаны крайне абстрактные виды конкуренции?

*Варианты ответа:*

а) ценовая и неценовая;

б) добросовестная и недобросовестная;

в) функциональная, видовая, предметная;

г) совершенная, монополистическая, олигополия и чистая монополия;

д) честная и нечестная.

10. Какие из учений в области конкуренции основаны на теории конкурентных преимуществ?

*Варианты ответа:*

- а) учение А. Смита, Д. Рикардо;
- б) учение Дж. Робинсона, Дж. Кейнса;
- в) теория конкуренции Йозифа Шумпетера;
- г) учение М. Портера;
- д) учение И. Ансоффа, Х. Хинтерхубера.

11. Как степень монополизации рынка зависит от интенсивности конкуренции?

*Варианты ответа:*

- а) прямо пропорционально;
- б) обратно пропорционально;
- в) экспонентально;
- г) не имеет связи и зависимости.

12. Какие факторы характеризуют интенсивность конкуренции на рынке?

*Варианты ответа:*

- а) рыночная доля;
- б) темп роста объемов продаж на рынке;
- в) рентабельность рынка;
- г) все ответы верны.

13. Интенсивность и состояние конкурентной борьбы в отрасли зависят по М. Е. Портеру от взаимодействия какого количества сил конкуренции?

*Варианты ответа:*

- а) 2;
- б) 3;
- в) 5;
- г) нет правильного ответа.

14. Какие показатели позволяют оценить степень монополизации рынка?

*Варианты ответа:*

- а) коэффициент вариации;

- б) коэффициент энтропии;
- в) коэффициент рыночной концентрации;
- г) коэффициент относительной концентрации.

15. Какая из представленных характеристик относится к конкуренции?

*Варианты ответа:*

- а) ожидаемая;
- б) прогнозируемая;
- в) предметная;
- г) все ответы верны.

2. Постройте схему расположения типов рынка по степени возрастания развитости конкуренции (олигополия, чистая конкуренция, чистая монополия, монополистическая конкуренция).

3. Решите ситуационные задачи (по заданию преподавателя) и обсудите полученные результаты.

*Задача 1.* Чему равен показатель «интенсивность конкуренции», если объем прибыли, получаемый всеми конкурентами на рынке, равен 500 усл. ед., а весь объем реализации продукции на нем составляет 15 000 усл. ед.

*Задача 2.* Чему равен показатель «интенсивность конкуренции» на рынке, если темп роста объемов продаж на нем составляет 102%.

*Задача 3.* Чему равен показатель «интенсивность конкуренции», если на рынке функционирует 6 конкурентов, объем продаж продукции которых составляет 100, 300, 500, 1 000, 700 и 50 усл. ед. соответственно.

### **Вопросы для самоконтроля**

1. Что такое конкуренция?
2. В чем сущность трактовки конкуренции, данной М. Портером?
3. Какие основные теоретические модели излагают крайне абстрактную теорию конкуренции? В чем их сущность?
4. По каким направлениям проявляется конкуренция в соответствии с поведением субъектов рыночных отношений?



5. Характерны ли процессы конкуренции для системы потребительской кооперации? Как они проявляются?
6. Можно ли рассматривать потребительскую кооперацию монополистом на сельском сегменте рынка?
7. Характерна ли была конкуренция для советского периода развития экономики и для потребительской кооперации? Если да, то в каких формах она проявлялась?
8. Какие факторы определяют конкуренцию на рынке потребительских товаров?
9. Какие показатели учитывают при определении конкуренции на рынке непродовольственных товаров?
10. Какие методы используются для оценки конкуренции на рынке непродовольственных товаров?
11. Каково значение конкуренции в общественном прогрессе?
12. Каковы основные субъекты рыночной конкуренции?
13. Что такое рыночная ниша?
14. Какие рыночные ниши являются фундаментальными, а какие реализованными?

## ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Предмет, метод, цели, задачи и содержание учебной дисциплины «Современные методы оценки качества, конкурентоспособности товаров».
2. Связь учебной дисциплины «Современные методы оценки качества, конкурентоспособности товаров» с другими дисциплинами специальности.
3. Роль и возможности магистра товароведения в исследованиях качества и конкурентоспособности товаров в условиях рыночной экономики.
4. Понятие о рыночной конкуренции. Значение конкуренции в общественном прогрессе.
5. Характеристика видов конкуренции.
6. Основные субъекты рыночной конкуренции.
7. Понятие о рыночной нише. Фундаментальные и реализованные ниши.
8. Показатели и методы оценки интенсивности товарной конкуренции.
9. Конкуренция как движущая сила конкурентоспособности.
10. Мониторинг конкурентов. Задачи мониторинга конкурентов. Интенсивность конкуренции на рынках.
11. Понятие о сегменте потребительского рынка. Цели сегментации.
12. Классификация и сегментация потребительского рынка.
13. Краткая характеристика сегментов. Уровень доходов потребителей – главный признак сегментации.
14. Структура потребностей людей и их значимость для отдельных потребительских сегментов.
15. Потребительские свойства и их значимость для оценки конкурентоспособности в различных потребительских сегментах.
16. Качество как сравнительная категория: понятие, терминология, взаимосвязь с потребительской стоимостью и конкурентоспособностью товаров.

17. Объективная обусловленность и направления повышения качества товаров.

18. Политический, экономический, научно-технический, организационный, социальный, товароведный аспекты повышения качества продукции.

19. Основные аспекты качества товаров в законе Республики Беларусь «О защите прав потребителей».

20. Инновационная политики Республики Беларусь и направления государственного регулирования качества потребительских товаров.

21. Организации, занимающиеся вопросами технического нормирования, стандартизации, оценки соответствия продукции требованиям ТНПА в целях повышения ее конкурентоспособности.

22. Анализ понятия «конкурентоспособность товаров».

23. Понятие о потребительской ценности.

24. Потребительская ценность – основная составляющая конкурентоспособности товаров.

25. Понятие о запасе конкурентоспособности товаров.

26. Товар рыночной новизны.

27. Конкурентные преимущества товаров.

28. Факторы повышения конкурентоспособности товаров.

29. Уровень качества и цена потребления как главные факторы повышения конкурентоспособности товаров.

30. Показатели и методы оценки конкурентоспособности.

31. Основные методы оценки конкурентоспособности товаров.

32. Метод сравнительных издержек.

33. Математические методы.

34. Графические, матричные методы.

35. Метод анализа рыночных долей.

36. Метод профилей.

37. Метод качественного анализа М. Е. Портера.

38. Метод финансовых коэффициентов.
39. Экономические методы.
40. Экспертные методы и т. п.
41. Оценка уровня качества и конкурентоспособности непродовольственных товаров на основе теории качества: методика и апробация.
42. Мониторинг жизненного цикла товаров.
43. Роль рекламы на различных стадиях жизненного цикла товаров.
44. Виды, цели и задачи рекламы, влияние на объем продаж товаров.
45. Направления, определяющие повышение конкурентоспособности непродовольственных товаров: организационно-управленческое, ресурсное, товароведно-экспертное, рекламно-маркетинговое.
46. Тактика и стратегия обеспечения конкурентоспособности товаров на различных потребительских сегментах. Виды стратегий: виллентная, пациентная, коммутантная и эксплелентная.

## СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Денисова, А. Л.** Теория и практика экспертной оценки товаров и услуг : учеб. пособие / А. Л. Денисова, Е. В. Зайцев. – Тверь : ТГТУ, 2012. – 74 с.

2. **О развитии** предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь : Директива Президента Респ. Беларусь от 31 дек. 2010 г. № 4 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2019.

3. **Еремеева, Н. В.** Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. и практикум / Н. В. Еремеева. – М. : Юрайт, 2019. – 242 с.

4. **Об оценке** соответствия техническим требованиям и аккредитации органов по оценке соответствия : Закон Респ. Беларусь от 24 окт. 2016 г. № 437-3 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2019.

5. **О техническом** нормировании и стандартизации : Закон Респ. Беларусь от 5 янв. 2004 г. № 262-3 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2019.

6. **О защите** прав потребителей : Закон Респ. Беларусь от 9 янв. 2002 г. № 90-3 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2018.

7. **Инновации** в структуре конкурентоспособности современного товара : моногр. / Л. В. Целикова [и др.] ; под общ. ред. Е. П. Мельниковой, О. И. Черноус. – Донецк : ДОННТУ, 2018. – 339 с.

8. **Лазарев, Е. В.** Исследование непродовольственных товаров / Е. В. Лазарев, Л. Н. Вороникова. – М. : Экономика, 2011. – 321 с.

9. **Лифиц, И. М.** Товарный менеджмент : учеб. / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. – М. : Юрайт, 2019. – 405 с.

10. **Методология** товароведных экспертиз непродовольственных товаров : моногр. / В. Е. Сыцко [и др.] ; под общ. ред. В. Е. Сыцко. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2017. – 228 с.

11. **Несмелов, Н. М.** Безопасность одежды: современные требования и пути обеспечения / Н. М. Несмелов // Современные тенденции развития социально-экономических систем : сб. науч. ст. / Рос. экон.

ун-т им. Г. В. Плеханова, Волгоград. фил. – Волгоград, 2018. – С. 846–849.

12. **Управление** качеством / В. Е. Сыцко [и др.]. – Минск : Выш. шк., 2012. – 212 с.

13. **Целикова, Л. В.** Безопасность товаров (в отрасли) : учеб.-метод. комплекс [Электронный ресурс] / Л. В. Целикова. – Электрон., текстовые дан. и прогр. (506 Мб). – Минск : Ин-т приклад. прогр. систем, 2019.

14. **Производственные** технологии / Л. В. Целикова [и др.]. – Минск : Выш. шк., 2012. – 173 с.

15. **Циунчик, О. В.** Конкурентоспособность потребительских товаров : учеб. пособие / О. В. Циунчик. – Минск : ИПД, 2010. – 164 с.

16. **Шутилина, Н. В.** Тенденции развития мирового рынка обуви и перспективы белорусских производителей / Н. В. Шутилина // Современные тенденции развития социально-экономических систем : сб. науч. ст. / Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова, Волгоград. фил. – Волгоград, 2018. – С. 620–622.

17. **Экспресс-методики** идентификации и установления подлинности непродовольственных товаров : моногр. / В. Е. Сыцко [и др.] ; под общ. ред. В. Е. Сыцко, Л. В. Целиковой. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2019. – 264 с.

## СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка .....	3
Примерный тематический план.....	4
Задания лабораторных работ .....	4
Работа 1. Оценка уровня качества и конкурентоспособности непродовольственных товаров: методика и апробация .....	4
Работа 2. Конкуренция как основа формирования и регулирования конкурентоспособности потребительских товаров .....	18
Примерные вопросы к зачету .....	26
Список рекомендуемой литературы.....	29

Учебное издание

**СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ  
ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА,  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ  
ТОВАРОВ**

**Практикум  
для реализации содержания образовательных  
программ высшего образования II ступени**

Автор-составитель  
**Целикова** Лариса Владимировна

Редактор М. П. Любошенко  
Компьютерная верстка Л. Ф. Барановская

Подписано в печать 20.07.21. Формат 60 × 84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Ризография.  
Усл. печ. л. 1,86. Уч.-изд. л. 1,9. Тираж 27 экз.  
Заказ №

Издатель и полиграфическое исполнение:  
учреждение образования «Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации».  
Свидетельство о государственной регистрации издателя,  
изготовителя, распространителя печатных изданий  
№ 1/138 от 08.01.2014.  
Просп. Октября, 50, 246029, Гомель.  
<http://www.i-bteu.by>