

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

Кафедра товароведения

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ
ТОВАРОВ**

**Практикум
для реализации содержания образовательных программ
общего высшего образования**

Гомель 2023

УДК 658.6
ББК 65.422.51-132
К 64

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

Рецензенты: Е. Д. Свистунова, гл. бухгалтер ОАО «Гомельский энерготехсервис»;
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 № 3 от 13 декабря 2022 г.

Конкурентоспособность товаров : практикум для реализации содержания образовательных программ общего высшего образования / авт.-сост. Л. В. Целикова. – Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2023. – 24 с.
К 64 ISBN 978-985-898-024-5

Практикум предназначен для студентов специальностей 1-25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров», 1-25 01 14 «Товароведение и торговое предпринимательство», 6-05-0413-02 «Товароведение».

УДК 658.6
ББК 65.422.51-132

ISBN 978-985-898-024-5

© Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2023

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Основная цель учебной дисциплины «Конкурентоспособность товаров» – формирование у обучающихся по программе общего высшего образования глубоких фундаментальных знаний в области оценки 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 практические занятия в объеме 4 ч для студентов заочной формы получения образования в лабораториях кафедры под руководством преподавателя.

Студент обязан выполнить все задания в рамках изучаемой темы согласно практикуму.

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 от 5 до 10 источников с оформлением их списка.

Презентации представляются в электронном варианте.

Практические задания выполняются студентами самостоятельно под руководством преподавателя. Представленные отчеты по выполненной работе преподаватель проверяет. Они защищаются на занятии или в специально установленное время. Отсутствие отчета хотя бы по одному заданию является основанием не допуска к зачету.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Количество часов
Изучение показателей и методов оценки конкурентоспособности товаров	4
Итого	4

Работа **ИЗУЧЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И МЕТОДОВ ОЦЕНКИ** **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ**

Цель работы: овладеть сущностью понятия конкурентоспособности товаров и факторов, ее определяющих; изучить показатели и основные методы оценки конкурентоспособности 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 товаров

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

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: виолентная, пациентная, коммутантная и эксплерентная.

Задание 2. Изучение факторов и показателей конкурентоспособности непродовольственных 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 виде таблицы или схемы.

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 непродовольственных 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), отразив 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.

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.

Таблица 1 – Данные для расчета рейтинга конкурентоспособности кожаной обуви отечественных и зарубежных изготовителей, реализуемой на потребительском рынке Республики Беларусь

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	–	–		–	–	

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

Вариант 1

а) телевизоры «Горизонт» (рыночная доля 37,8%, темп ее изменения 8%);

- б) телевизоры «Индезит» (рыночная доля 30,8%, темп ее изменения 10,2%);
- в) телевизоры «Горизонт» (рыночная доля 37,8%, темп ее изменения 8%);
- г) телевизоры «Самсунг» (рыночная доля 17,8%, темп ее изменения 12%).

Вариант 2

- а) холодильники «Атлант» (рыночная доля 87,5%, темп ее изменения 12,7%);
- б) холодильники «Норд» (рыночная доля 1,5%, темп ее изменения 0,17%);
- в) холодильники «Снайге» (рыночная доля 0,42%, темп ее изменения -2,7%);
- г) холодильники «Индезит» (рыночная доля 16,5%, темп ее изменения 2,56%);
- д) холодильники «Стинол» (рыночная доля 9,13%, темп ее изменения -0,89%).

Вариант 3

- а) холодильники «Атлант ХМ 4010-022» (рыночная доля 11,2%, темп ее изменения -1,89%);
- б) холодильники «Атлант МХМ 2819-90» (рыночная доля 18,3%, темп ее изменения 0,89%);
- в) холодильники «Атлант ХМ 4421-000-N» (рыночная доля 35,9%, темп ее изменения -9,89%);
- г) холодильники «Атлант ХМ 5810-62» (рыночная доля 23,6%, темп ее изменения 12,89%);
- д) холодильники «Атлант МХМ 4307-000» (рыночная доля 16,2%, темп ее изменения 6,89%).

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 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
	43,70	43,69–20,10	20,00–16,60	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
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

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. Контрольное

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

1. Как называют соответствие стандарту; соответствие использованию (требования стандартов по техническому совершенству и эксплуатационным требованиям); соответствие фактическим требованиям 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 $K_{им} = K_{пнок} + K_{ин}$?

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 верны.

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

Варианты ответа:

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

5. Кто из известных экономистов впервые применил 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 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 ТНПА 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 Республики Беларусь;
- г) Президент Республики Беларусь, Совет Министров Республики Беларусь, Государственный комитет по стандартизации Республики Беларусь, Министерство архитектуры и строительства Республики Беларусь;
- д) Президент Республики Беларусь, Совет Министров Республики Беларусь, Государственный комитет по стандартизации Республики Беларусь, 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 товаров?

4. Как классифицируют показатели, определяющие конкурентоспособность непродовольственных товаров?

5. Какие методы используют для оценки конкурентоспособности непродовольственных товаров?

6. В чем состоит сущность метода сравнительных издержек?

7. В чем заключаются достоинства и недостатки графического и математического методов?

8. В каких случаях используют матричные методы оценки конкурентоспособности?

9. Какие существуют стратегии повышения конкурентоспособности товаров?

ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Цели, задачи, объект, предмет, методы и содержание учебной дисциплины «Конкурентоспособность товаров».

2. Основные категории, термины, терминологические проблемы, определения и ключевые понятия в рамках учебной дисциплины «Конкурентоспособность товаров».

3. Структура междисциплинарных связей учебной дисциплины «Конкурентоспособность товаров».

4. Роль и возможности специалиста товароведного профиля в исследованиях конкурентоспособности товаров в условиях рыночной экономики.

5. Основные субъекты рыночной конкуренции. Рыночные ниши. Фундаментальные и реализованные ниши.

6. Конкуренция, ее значение в общественном прогрессе. Формы и виды конкуренции.

7. Факторы, определяющие интенсивность конкуренции.

8. Показатели и методы оценки интенсивности товарной конкуренции.

9. Понятие о сегменте потребительского рынка. Цели и признаки сегментации.

10. Классификация и сегментация рынка потребительских товаров. Краткая характеристика сегментов.

11. Особенности направлений покупки и поведения покупателей. Структура потребностей и их значимость для отдельных сегментов рынка потребительских товаров.

12. Методы сегментации рынка потребительских товаров.

13. Конкурентоспособность как сравнительная категория: понятие, терминология, взаимосвязь с потребительской стоимостью и качеством товаров.

14. Объективная обусловленность и направления повышения конкурентоспособности товаров. Политический, экономический, научно-технический, организационный, социальный, товароведный аспекты повышения конкурентоспособности продукции.

15. Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей». Инновационная политики Республики Беларусь и направления государственного регулирования качества и конкурентоспособности потребительских товаров.

16. Конкурентоспособность как движущая сила рыночной экономики: сущность, принципы и цели оценки, связь с качеством.

17. Анализ понятия «конкурентоспособность товаров». Четыре уровня конкурентоспособности товаров.

18. Потребительские свойства товаров и их значимость для оценки конкурентоспособности.

19. Понятие о запасе конкурентоспособности товаров. Сущность модели Кано.

20. Понятие о потребительской ценности и запасе конкурентоспособности товаров.

21. Товар рыночной новизны. Конкурентные преимущества.

22. Факторы, формирующие конкурентоспособность товаров: понятие, характеристика.

23. Внутренние и внешние факторы конкурентоспособности. Уровень качества и цена потребления в структуре формирования конкурентоспособности товаров.

24. Факторы повышения конкурентоспособности товаров.

25. Качество и цена потребления как главные составляющие уровня конкурентоспособности товаров.

26. Основные концепции и подходы к оценке конкурентоспособности.

27. Показатели оценки конкурентоспособности товаров, их выбор и обоснование, современные методы оценки.

28. Методы оценки конкурентоспособности товаров и их характеристика.

29. Показатели качества и конкурентоспособности потребительских товаров, их выбор и обоснование, современные методы определения.

30. Современные концепции и подходы оценки конкурентоспособности товаров.

31. Основные методы в структуре оценки конкурентоспособности непродовольственных товаров: понятие, виды.

32. Характеристика методов: сущность, практическая реализация. Метод сравнительных издержек. Математические методы. Графические, матричные методы. Метод анализа рыночных долей. Метод профилей. Метод М. Е. Портера. Метод финансовых коэффициентов. Экономические методы. Экспертные методы и т. п.

33. Оценка уровня качества и конкурентоспособности непродовольственных товаров: методика и апробация.

34. Жизненный цикл товара, его классификация, характеристика. Направления, определяющие повышение конкурентоспособности потребительских товаров: организационно-управленческое, ресурсное, товароведно-экспертное, рекламно-маркетинговое.

35. Мониторинг жизненного цикла товаров (ЖЦТ). Сущность стадий ЖЦТ. Роль рекламы на различных стадиях ЖЦТ.

36. Виды, цели и задачи рекламы в контексте конкурентоспособности товаров. Влияние рекламы на объем продаж товаров.

37. Мониторинг конкурентов. Задачи мониторинга конкурентов. Интенсивность конкуренции на рынках.

38. Тактика и стратегия обеспечения конкурентоспособности товаров на различных потребительских сегментах.

39. Виды стратегий обеспечения конкурентоспособности товаров: виолентная, пациентная, коммутантная и эксплерентная.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Головлева, Е. Л. Торговая марка: теория и практика управления : учеб. пособие / Е. Л. Головлева. – М. : Вершина, 2013. – 176 с.

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

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

Коробов, Ю. И. Теория и практика конкуренции / Ю. И. Коробов. – Саратов : Саратов. гос. экон. акад., 2011. – 127 с.

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

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.

Моисеева, Н. К. Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление / Н. К. Моисеева, Ю. П. Анискин. – М. : Внешторгиздат, 2003. – 526 с.

Стандартизация и оценка соответствия : учеб. пособие / В. Е. Сыцко [и др.]. – Минск : Выш. шк., 2012. – 237 с.

Товароведение непродовольственных товаров : учеб. пособие / В. В. Садовский [и др.] ; под общ. ред. В. В. Садовского, В. Е. Сыцко. – Минск : БГЭУ, 2019. – 399 с.

Управление качеством / В. Е. Сыцко [и др.]. – Минск : Выш. шк., 2012. – 192 с.

Целикова, Л. В. Безопасность непродовольственных товаров : учеб. пособие [Электронный ресурс] / Л. В. Целикова. – Электрон., текст. дан. и прогр. (506 Мб). – Минск : Ин-т приклад. прогр. систем, 2019.

Целикова, Л. В. Товароведение. Непродовольственные товары : учеб. пособие / Л. В. Целикова. – Минск : Выш. шк., 2020. – 312 с.

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

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.

Яшин, С. Вечного товара на рынке нет / С. Яшин // Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция. – 2000. – № 1-2. – С. 88–96.

Яшин, С. Сегментация / С. Яшин // Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция. – 2000. – № 3-4. – С. 45–54.

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка	3
Примерный тематический план.....	4
Работа. Изучение показателей и методов оценки конкурентоспособности товаров	4
Примерные вопросы к зачету	19
Список рекомендуемой литературы.....	22

Учебное издание

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРОВ

**Практикум
для реализации содержания образовательных программ
общего высшего образования**

Автор-составитель
Целикова Лариса Владимировна

Редактор и компьютерная верстка
М. П. Любошенко

Подписано в печать 12.09.23. Формат 60 × 84 ¹/₁₆.
Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Ризография.
Усл. печ. л. 1,39. Уч.-изд. л. 1,4. Тираж 48 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>