

# Оценка и обеспечение конкурентоспособности предприятия и его продукции на внешнем рынке

1. Сущность конкурентоспособности продукции и предприятия и методики их оценки.
2. Политика управления качеством на предприятии-участнике ВЭД и ее элементы.

# Международная конкуренция

- это центр системы рыночных отношений, определяющий тип экономических взаимосвязей между производителями различных стран по поводу установления цен, объемов продажи товаров и услуг, а также предпочтений со стороны покупателей.

Конкуренция способствует наиболее полному удовлетворению потребительского спроса на рынке, используя для этого разные методы - уровень цен, качество продукции и услуг, сервисное обслуживание, товарный ассортимент, условия поставок, сроки платежей, рекламу, информацию, и т.д.

*Моральным стимулом* конкуренции является стремление товаропроизводителя превзойти других.

*Материальным стимулом* - необходимость удержать свои позиции на рынке и «привязать» к себе реальных и потенциальных покупателей.

Основу эффективной реализации стимулов составляет понятие «конкурентоспособности» объекта.



# Уровни конкурентоспособности

конкурентоспособность  
страны

конкурентоспособность  
отрасли

конкурентоспособность  
производителя

конкурентоспособность товара (работ, услуг)

**Конкурентоспособность продукции** - комплекс ее потребительских и ценовых характеристик, определяющих успех на рынке.

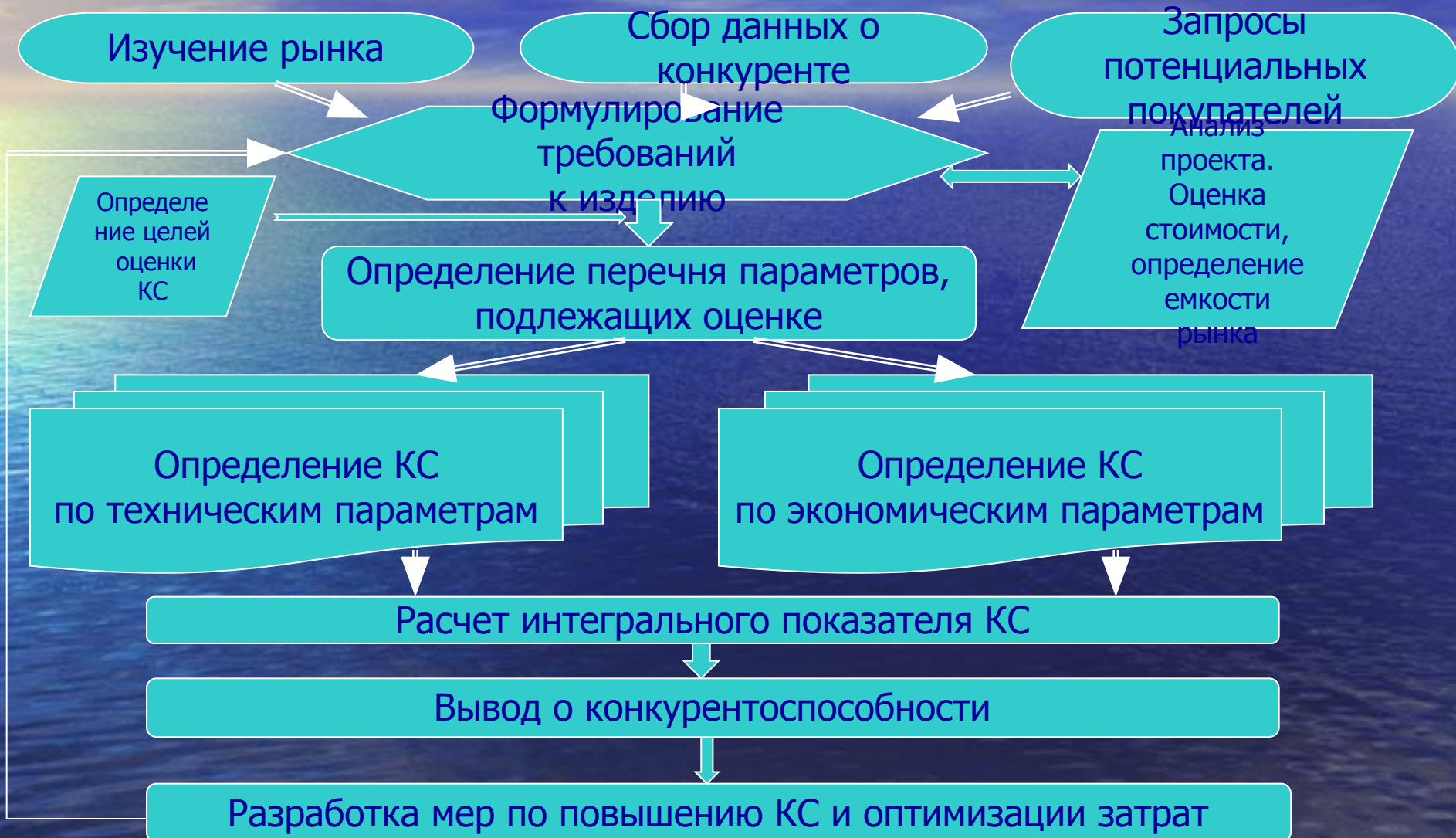
1. Привлекательность продукции определяется степенью удовлетворения совокупности разноплановых требований;
2. Состав предъявляемых требований, их приоритетность зависит от вида продукции и типа ее потребителя;
3. КС рассматривается относительно конкретного рынка и конкретного аналога;
4. Отличается динамичности вследствие изменений рыночной конъюнктуры;
5. Зависит от стадии жизненного цикла продукции



# Постулаты конкурентоспособности продукции

- Полностью конкурентоспособной может быть признана только такая продукция, которая обладает различными по своей природе показателями, не уступающими соответствующим показателям проданного товара в условиях конкретного рынка;
- Основой для оценки КС любого вида продукции должно являться комплексное исследование рынка;
- Потребитель выбирает продукт исходя из своих потребностей, характеризующихся совокупностью параметров, которым также должен соответствовать товар;
- Для потребителя важным аспектом выступает величина затрат (цена потребления).

# Типовая схема оценки КС продукции





# Интегральный показатель конкурентоспособности товара

- $K = I_{пп} / I_{пэ}$ ,

где  $I_{пп}$  — групповой показатель по потребительным (техническим) параметрам;

$I_{пэ}$  - групповой показатель по экономическим параметрам

Если  $K > K_0$ , то анализируемое изделие превосходит по конкурентоспособности образец, если  $K < K_0$  — уступает, если  $K = K_0$  — оба находятся на одном уровне.

**Конкурентоспособность производителя** — совокупная его способность производить и реализовывать продукцию, конкурентоспособную на внутреннем и мировом рынках.

- Совокупный показатель эффективности управления;
- Определяется возможностями организации всех аспектов деятельности предприятия;
- Характеризует возможности и динамику приспособления/маневренности фирмы к условиям рыночной конкуренции.





Факторы, определяющие КС производителя

# Ключевые характеристики КС предприятия



1. Платежеспособность.
2. Прибыльность.
3. Стратегичность управления.
4. Адаптивность системы управления.
5. Финансовая и управленческая прозрачность.
6. Управляемость бизнеса.
7. Инвестиционная привлекательность.

- Оперативный уровень управления КС  
КС продукции
- Тактический уровень управления КС
- Интегральный показатель финансово-  
хозяйственного состояния предприятия
- Стратегический уровень управления КС
- Рост стоимости предприятия



Интегральный показатель конкурентоспособности компании определяется по формуле:

- $K = \lambda_1 * K_T + \lambda_2 * K_{по}$

где,  $K_T$  — комплексный показатель конкурентоспособности товара;  
 $K_{по}$  — комплексный показатель конкурентоспособности потенциала организации;  
 $\lambda_1, \lambda_2$  - коэффициенты значимости (ценности) факторов .

# Основные принципы концепции обеспечения КС предприятия

1. Задача обеспечения КС предприятия включает обеспечение КС продукции и собственно КС предприятия.
2. Следует выделять разные критерии КС предприятия в зависимости от горизонта планирования и управления на предприятии.
3. Основным показателем КС предприятия на оперативном уровне является интегральный показатель КС продукции.
4. На тактическом уровне КС предприятия обеспечивается его общим финансово-хозяйственным состоянием и характеризуется комплексным показателем его состояния.
5. На стратегическом уровне КС предприятия характеризуется инвестиционной привлекательностью, критерием которой является рост стоимости бизнеса.



# Ключевая формула КС предприятия



**КАЧЕСТВО** – это совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленным или предполагаемым потребностям.

**Основой современной концепции качества служит:**

- Ориентация на удовлетворение потребностей потребителя и общества в целом;
- Ориентация на управление бизнес-процессами;
- Ориентация на непрерывное улучшение продукции и процессов.



# МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА

Установлени  
е  
политики  
качества и  
целей

Планировани  
е  
качества

Управлени  
е  
качеством

Обеспечени  
е  
качества

Улучшени  
е  
качества

Разработка  
обязанности  
в области  
качества.  
Планирован  
ие  
продукции и  
процессов.

Управлен  
ие  
процессом  
.  
Проверка  
качества.  
Анализ.

Введение  
подтверждаю  
щей  
документаци  
и.  
Данные по  
качеству.  
Аудит  
качества.

Основные элементы менеджмента качества

# Методы управления качеством

## Комплексные

- Международные стандарты ISO 9000-2000;
- «Всеобщее управление качеством» (TQM);
- «Анализ рисков и критических точек» (ХАССП) (для пищевой промышленности);
- «Шесть сигм»
- CALS-технологии

## Узконаправленные

- А) производство: Lean Manufacturing;
- Б) рабочее место:
  - Научная организация труда (НОТ);
  - Система производственного обслуживания с участием всего персонала (TPM);
- В) социальные процессы: SA 8000 – Корпоративная социальная ответственность;
- Г) финансовые процессы: Международные стандарты финансовой отчетности (IAS);
- Д) экологические аспекты: ISO 14000, EMAS

## Имиджевые

- Получение рейтингов международных агентств;
- Участие в международных конкурсах и получение наград и дипломов;
- Экспертиза качества отраслевых международных организаций.



# Причины внедрения системы качества на предприятии

1. Требование заказчика иметь сертифицированную систему качества в основном может исходить от крупных предприятий, уже сертифицировавших систему качества и требующих этого от подрядчиков.
2. Необходимость иметь сертифицированную систему качества как условие участия в тендерах, конкурсах, которые могут принести контракты, в том числе и возможность получения государственного заказа. Например, контракты на военные поставки в России и США могут получить только предприятия, внедрившие систему качества (в России и Западной Европе — в соответствии со стандартами ISO 9000, в США - стандарты НАТО AQAP 1, 4, 9).
3. Во многих странах в законодательно регулируемой области сертификация продукции может производиться одним из восьми способов (в России — 10), некоторые из которых содержат требование сертификации системы качества, причем сертификация системы качества дешевле инспекционных проверок производства или постоянных испытаний товарных партий.
4. Сертификация системы качества является условием инвестиций или льготного страхования.
5. Стремление руководства быть уверенным в конкурентоспособности своей продукции при развитии рынка.

# Подтверждение качества основано на сертификации –

это способ установления соответствия качественных характеристик объекта документам (стандартам, техническим регламентам, директивам).

## **Обязательное подтверждение соответствия в РФ осуществляется в формах:**

- *декларирования соответствия* – путем принятия декларации изготовителя о соответствии на основании собственных доказательств либо с использованием дополнительных доказательств, полученных с участием третьих лиц (органа по сертификации, аккредитованной испытательной лабораторией) в порядке, установленном техническим регламентом;
- *обязательной сертификации* – подтверждения уполномоченным органом РФ соответствия товаров, работ и услуг обязательным требованиям с выдачей **Сертификата соответствия и знака обращения на рынке.**

**Добровольное подтверждение соответствия** осуществляется по инициативе заявителя на условиях договора между заявителем и органом по сертификации с выдачей **Паспорта соответствия и знака СООТВЕТСТВИЯ.**



## Подтверждение качественных характеристик различной продукции требует получения дополнительных сертификатов

Товары	Документ	Сертификационный орган
Товары, требующие подтверждения безопасности	Сертификат безопасности	Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав и благополучия населения
Продукция растительного происхождения	Фитосанитарный, карантинный сертификаты, ветеринарное свидетельство, сертификат радиационного контроля	Федеральная служба по фитосанитарному и ветеринарному надзору, Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав и благополучия населения
Продукция животного происхождения	Ветеринарный сертификат	Федеральная служба по фитосанитарному и ветеринарному надзору
Лом черных и цветных металлов	Сертификат радиационного качества, Санитарно-эпидемиологическое заключение	Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав и благополучия населения
Продукция, потенциально опасная для человека	Гигиенический сертификат	Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав и благополучия населения