**ЗАДАНИЕ на 29.09.2020 (первая пара)**

**МДК.02.01 ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ТОВАРОВ И ОСНОВЫ ЭКСПЕРТИЗЫ**

Уважаемые студенты группы 3-21з! Выполненные задания отправлять на электронную почту [umr128@mail.ru](mailto:umr128@mail.ru) до **8.00 30.09.2020**.

**Документ подписать**: 3-21з *Фамилия* МДК.02.01 29.09.

ТЕМА 3.2 КРИТЕРИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

**Урок 53 Порядок оценки конкурентоспособности товаров**

**1. ИЗУЧИТЬ ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ**

Примерная последовательность проведения расчета конкурентоспособности товара следующая.

**1. Определяют единичные показатели конкурентоспособности.** При использовании образца в качестве базы сравнения единичные показатели конкурентоспособности по i-му параметру (например, потребительным свойствам) находят по следующим формулам:

qi = (Pi / Pi0) \* 100% (1)

qi = (Pi0 / Pi) \* 100% (2)

где qi — единичный показатель конкурентоспособности по i-му параметру;

Рi — величина i-го параметра для анализируемого товара;

Рi0 — величина i-го параметра для образца, взятого за базу сравнения.

Из формул (1) и (2) используется та, в которой рост показателя соответствует улучшению параметра анализируемого товара. Когда ориентируются на нормируемые ГОСТом показатели с уточнением «не менее», применяется формула (1); если же исследуемый показатель имеет уточнение «не более», применяется формула (2).

*Приведем пример такой оценки.* Для черного байхового чая важным показателем является содержание мелочи (согласно ГОСТу 1938-90 оно не должно превышать 5%). Если в образце, взятом за базу сравнения, по результатам экспертной оценки оно составляет 3%, а в двух других (обозначим их C и D) — 2 и 4% соответственно, то для расчета единичных показателей по этому параметру следует взять формулу (2), так как повышение содержания мелочи ухудшает качество чая.

Тогда

qtC = (3 / 2) \* 100% = 150%;

qtD = (3 / 4) \* 100% = 150%;

Таким образом, качество чая C по содержанию мелочи превышает контрольный образец, а чай D уступает образцу.

**2. По единичным показателям рассчитывают групповые показатели конкурентоспособности** (или сводные индексы конкурентоспособности), которые характеризуют соответствие изделия потребности в нем. Для этого единичные показатели объединяют с учетом значимости каждого из них по формуле

Iпп = ∑ ni=1 ai \* qi (3)

где Iпп — групповой показатель по потребительным (техническим) параметрам;

n — число параметров, участвующих в оценке;

а — вес i-го параметра в общем наборе (коэффициент весомости);

q — единичный показатель по i-му техническому параметру.

Сумма а, должна равняться 1.

**3. В ряде случаев уровень конкурентоспособности определяют с помощью групповых показателей по одной группе параметров.** Например, зная величину групповых показателей конкурентоспособности товара по потребительным (техническим) параметрам, расчет конкурентоспособности проводят по формуле

Ka = Iпп1 / Iпп2 (4)

где Ka — показатель конкурентоспособности первого товара по отношению к аналогу — товару-конкуренту по потребительным параметрам;

Iпп1 и Iпп2 — групповые показатели по потребительным (техническим) параметрам для первого товара и товара-конкурента.

**4. По аналогичной схеме определяют набор экономических (стоимостных) параметров товара**, характеризующих его основные свойства через затраты на приобретение и использование изделия на протяжении всего периода его потребления.

Обычно величины экономических параметров (размер издержек) складываются из цены изделия (С1), расходов на его транспортировку (С2), установку (С3), эксплуатацию (С4), ремонт (С5), техническое обслуживание (С6), обучение персонала (С7), налогов (С8), страховых взносов (С9) и т.д. В совокупности эти расходы составляют цену потребления — СЭ, т.е. объем средств, необходимых в течение всего срока эксплуатации товара:

СЭ = С1 + С2 + С3 +... + Сn (5)

Групповой показатель по экономическим параметрам рассчитывается по формуле

Iэп = Сэ1 / Сэ2 (6)

где Cэ1 — цена потребления оцениваемого товара;

Сэ2 — цена потребления конкурирующего товара.

Чем выше цена потребления, тем меньше оцениваемый товар отвечает запросам (ожиданиям) покупателя.

Как правило, сумма затрат на эксплуатацию товара превосходит покупную цену, однако, если речь идет о продовольственных товарах и розничных покупателях, обычно учитывается лишь С, (цена товара).

**5. На базе групповых (сводных) показателей конкурентоспособности определяют интегральный показатель относительной конкурентоспособности (К) изделия:**

K = Iпп/ Iпэ

Если К>К0, то анализируемое изделие превосходит по конкурентоспособности образец, если К<К0 — уступает, если К = К0 — оба находятся на одном уровне.

Интегральный показатель конкурентоспособности товара выражает степень привлекательности товара для покупателя.

Рассмотрим один из возможных вариантов определения конкурентоспособности такого популярного товара, как чай. В качестве объектов исследования возьмем пять условных образцов чая: «А», «Б», «В», «Г», «Д».

При определении конкурентоспособности пищевых продуктов в первую очередь нужно учитывать результаты органолептической оценки. В мировой практике органолептические показатели качества чая (аромат и вкус), настой, цвет разваренного листа, внешний вид сухого чая (уборка) оценивают по 10-балльной шкале. Но можно использовать и другую шкалу, по которой максимальное количество баллов по каждому показателю равно 5 и соответственно максимальное количество баллов, которое может набрать исследуемый образец, равно 20 (табл. 1).

*Таблица 1. Результаты балльной оценки чая*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель (согласно ГОСТ 1938-90) | Исследуемые марки | | | | |
| А | Б | В | Г | Д |
| Аромат и вкус | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| Настой | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| Цвет разваренного листа | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Внешний вид (уборка) | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Сумма баллов | 14 | 18 | 20 | 15 | 14 |

Как видно из табл. 1, лучшим по качеству является чай «В» (20 баллов). Несколько уступает ему чай «Б» и средними по качеству являются «А», «Г» и «Д».

Таким образом, для расчета единичных показателей конкурентоспособности по потребительным параметрам (в нашем случае это потребительные свойства) за базу сравнения (образец) следует взять чай «В». Тогда единичные показатели конкурентоспособности будут следующими (табл. 2).

*Таблица 2. Единичные показатели конкурентоспособности по потребительным (органолептическим) параметрам чая, %*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель (согласно ГОСТ 1938-90) | Исследуемые марки | | | | |
| А | Б | В | Г | Д |
| Аромат и вкус | 60 | 80 | 100 | 60 | 80 |
| Настой | 80 | 80 | 100 | 80 | 60 |
| Цвет разваренного листа | 80 | 100 | 100 | 80 | 60 |
| Внешний вид (уборка) | 60 | 100 | 100 | 80 | 60 |

На базе единичных показателей найдем групповые показатели конкурентоспособности.

Для показателей, характеризующих органолептические свойства чая, коэффициенты весомости следующие:

* аромат и вкус — 0,5;
* настой — 0,2;
* цвет разваренного листа — 0,1;
* внешний вид (уборки) — 0,2.

По формуле (3) рассчитаем групповые показатели (в баллах) по потребительным параметрам для чая:

«А» (60 \* 0,5 + 80 \* 0,2 + 80 \* 0,1 + 60 \* 0,2) = 66

«Б» (80 \* 0,5 + 80 \* 0,2 + 100 \* 0,1 + 100 \* 0,2) = 86

«Г» (60 \* 0,5 + 80 \* 0,2 + 80 \* 0,1 + 80 \* 0,2) = 70

«Д» (80 \* 0,5 + 80 \* 0,2 + 60 \* 0,1 + 60 \* 0,2) = 74

Групповой показатель чая «Д» существенно выше, чем у чая «А», тогда как их балльная оценка одинакова и выше, чем у чая «Г», хотя балльная оценка последнего выше. Таким образом, использование коэффициентов весомости позволяет получить более объективные результаты.

Единичные и групповые показатели, отражая степень удовлетворения потребности, все-таки не дают возможность оценить конкурентоспособность товара. Для этого необходимо сопоставить показатели анализируемого товара и его конкурента и выяснить, какой из них в большей степени соответствует потребности. Такое сопоставление позволяет определить уровень конкурентоспособности данного товара в сравнении с товаром-конкурентом применительно к конкретной потребности.

Сравнивать можно разные образцы. Уровень конкурентоспособности по отношению к чаю «В», рассчитанный по формуле (4), составит для чая:

«А» 0,66

«Б» 0,86

«Г» 0,7

«Л» 0,74

Уровень конкурентоспособности по отношению к чаю «Б» составит для чая:

«А» 0,76

«В» 1,16

«Г» 0,8

«Д» 0,86

Уровень конкурентоспособности рассчитывается для тех товаров, которые нужно сравнивать.

В примере рассмотрен простейший вариант определения уровня конкурентоспособности по потребительным показателям без учета экономических показателей. Однако с учетом цены товара результаты могут измениться, поскольку на конкурентоспособность влияет платежеспособный спрос населения.

**Урок 54 Оценка конкурентоспособности товара**

**Практическая работа №18**

**ВЫПОЛНИТЬ ПРАКТИЧЕСКУЮ РАБОТУ**

***Задание 1.***Рассчитайте интегральные показатели конкурентоспособности видеомагнитофонов на основании данных, представленных в таблице.

Таблица – Результаты испытаний видеомагнитофонов Британской ассоциацией

потребителей

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели конкурентоспособности | Степень важности | JVC HR-J210, Япония | Mitsubishi HS-M48V, Великобритания | Panasonic NV-SD40V, Германия | Panasonic NV-HD100B, Германия | Toshiba V-703 D, Германия |
| 1. Качество изображения:  обычный режим  режим “long play” | 0,2  0,1 | 3  2 | 4  3 | 5  4 | 4  2 | 4  3 |
| 2. Перезапись с камкордера | 0,05 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 |
| 3. Качество звука:  обычный режим  режим “long play” | 0,2  0,1 | 4  3 | 5  2 | 5  3 | 4  3 | 4  3 |
| 4.Программирование | 0,1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 5. Осуществление записи | 0,15 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| 6. Простота в обращении | 0,1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 7. Цена, фунтов стерлингов |  | 300 | 330 | 400 | 500 | 460 |

1. Определите товар-эталон на основании расчёта числителя из формулы сводного индекса конкурентоспособности по техническим параметрам.

Сводный индекс конкурентоспособности по техническим параметрам определяется следующим образом:

,

где  - сводный индекс конкурентоспособности по техническим параметрам;

 - значение технического параметра сравниваемого товара;

 - значение технического параметра эталона;

 - коэффициент весомости i-го параметра.

Таким образом, определение товара-эталона осуществляется по формуле .

2. Рассчитайте сводные индексы конкурентоспособности каждого видеомагнитофона по техническим параметрам ().

3. Рассчитайте сводные индексы конкурентоспособности каждого видеомагнитофона по экономическим параметрам по формуле:

,

где  - цена сравниваемого товара;

 - цена товара-эталона.

4. Определите интегральные показатели конкурентоспособности по формуле:

.

5. Составьте перечень видеомагнитофонов по убыванию их конкурентоспособности на основании полученных результатов.

**Критерии оценки:**

Отметку «5» - получает обучающийся, если его письменное задание выполнено в полном объёме, не допущено ни одной ошибки.

Отметку «4» - получает обучающийся, если его письменное задание в общем выполнено правильно, но имеются одна или две негрубые ошибки, или три недочета (правильный, но не совсем точный ответ).

Отметку «3» - получает обучающийся, если его письменное задание выполнено неполно: имеется 1 грубая ошибка и два недочета, или 1 грубая ошибка и 1 негрубая, или 2-3 грубых ошибки, или 1 негрубая ошибка и три недочета, или 4-5 недочетов.

Отметку «2» - получает обучающийся, если его письменное задание выполнено неверно, имеются существенные недостатки и грубые ошибки.

21.09.2020 Преподаватель Толстоброва В.В.