

**Прочитайте текст и выполните задание.**

Конкурентные преимущества производителей товаров возникают в результате соперничества (конкуренции) на каждом этапе создания и продвижения товаров: при проектировании, производстве, реализации и эксплуатации.

Конкурентоспособность товара — его интегральное свойство, обуславливающее способность товара удовлетворять требованиям покупателей к его составляющим по сравнению с товарами-аналогами в условиях конкретного конкурентного рынка в данный период времени.

Составляют конкурентоспособность товара его характеристики, необходимые для достижения успеха на конкретном рынке. При этом одни составляющие можно назвать «условно жесткими», а другие — «условно мягкими» (последние, в отличие от первых, связаны с восприятием покупателя, с трудом поддаются расчёту или измерению). Например, уровни качества и цены товара являются «условно жесткими» составляющими конкурентоспособности, в то время как известность товара, торговую марку можно считать «условно мягкими» параметрами.

Понятие конкурентоспособности тесно связано с понятием качество. При оценке качества мы рассматриваем не менее трёх аспектов. К ним можно отнести технико-экономические показатели качества: надёжность и долговечность машин и оборудования, точность приборов, материалоемкость и энергоёмкость продукции и другое. К качественной продукции предъявляют ряд требований обязательного соответствия установленным нормам (сертификат безопасности, сертификат экологичности). Для характеристики качества важны также эстетические показатели: внешний вид изделия, удобство пользования, соответствие художественным требованиям, в ряде случаев — национальным традициям и другое.

Таким образом, под качеством товара понимается совокупность свойств, а конкурентоспособность учитывает соответствие этих свойств конкретной общественной потребности. Особенность заключается в том, что для потребителя ценен не товар как таковой, а те блага, которые можно получить при его использовании. Поэтому при определении конкурентоспособности товара оценивается то, насколько лучше или хуже он удовлетворяет запросы пользователей по сравнению с товарами-конкурентами. Товар должен быть конкурентоспособен по цене, она должна быть не выше, чем у других предприятий.

*По Т. Б. Оберт*

Предприятие получило конкурентные преимущества, совершенствуя производимую продукцию по различным параметрам качества. Используя обществоведческие знания и факты общественной жизни, проиллюстрируйте примерами действия предприятия по трем аспектам качества. *В каждом случае сначала приведите пример, затем укажите аспект. В совокупности примеры должны отражать три различных аспекта качества. Каждый пример должен быть сформулирован развёрнуто.*