

Показатели качества как
основная категория оценки
потребительских ценностей

Потребительская ценность продукции зависит не только от эксплуатационных показателей качества, но и от целого ряда других потребительских ценностей, прямо или косвенно характеризующих продукцию.

Классификация потребительских

- Базовые ценности

- Постоянные

- Временные

- Сопутствующие

- Привнесенные

- Универсальные

Постоянные, временные, сопутствующие и привнесенные потребительские ценности дополняют базовые.

Дополнительные ценности не изменяют базового качества, заложенного при проектировании продукции, но усиливают или оттеняют его действие в глазах потребителя, что выражается в повышении потребительской стоимости продукции

Базовые ценности

— это потребительские ценности, заложенные в продукцию на этапе проектирования и характеризующиеся эксплуатационными показателями качества.

Эксплуатационные показатели

- показатели назначения (функциональные)
- надежности
- технической эстетики
- экологические
- эргономические (соответствие эргономическим требованиям в рабочей зоне)
- патентно-правовые (патентная чистота, патентная защита)
- безопасности
- транспортабельности

Перечисленные показатели характеризуют продукцию на протяжении всего ее жизненного цикла.

Эти показатели определяют базовое потребительское качество, которое является основой для сравнения с продукцией конкурентов.

Себестоимость продукции

К базовым ценностям относится и себестоимость продукции, характеризующая производственно-технологическую базу предприятия-изготовителя и его ресурсный потенциал.

Себестоимость изготовления продукции фактически является суммой затрат на создание и реализацию продукции с заданными базовыми показателями качества, то есть имеет место высокая корреляция между базовым качеством изделия и себестоимостью его изготовления.

Постоянные ценности

— дополнительные потребительские ценности, которые действуют на протяжении всего жизненного цикла продукции, но имеют к базовым ценностям не прямое, а косвенное отношение.

Временные ценности

— дополнительные ценности, имеющие прямое отношение к виду и качеству продукции, но действующие временно, иногда сезонно, обычно меньше жизненного цикла товара (новизна).

Сопутствующие ценности

— дополнительные потребительские ценности, не связанные с продукцией непосредственно, но облегчающие или затрудняющие условия ее приобретения или эксплуатации: сезонный спрос на продукцию, уровень инфляции (для экспортируемых или импортированных товаров).

Сопутствующие ценности могут как способствовать ликвидности продукции, так и затруднять ее реализацию. Наценка к продукции за счет действия сопутствующих ценностей может значительно колебаться во времени.

Привнесенные ценности

— информационные ценности: реклама, выставки, конкурсы, которые сами по себе не имеют ни прямого, ни косвенно отношения к продукции, но за счет новой или повторяющейся информации о ценностях, имеющих отношение к продукции, значительно увеличивают ее потребительскую стоимость в глазах многих покупателей.

Универсальные ценности

— рыночная стоимость продукции или цена. Цена — главная ценность, которая адекватна потребительским свойствам, но с какой-то погрешностью.

Вместе с этим цена, какой бы ни была продукция, имеет универсальную размерность (в денежном выражении), то есть по ней можно сравнивать ценность разных по виду и качеству изделий.

Успешное продвижение на рынок нового изделия во многом будет зависеть от правильного учета всех факторов, влияющих на ликвидность продукции, и особенно от возможности предприятия-изготовителя выявить или сформировать дополнительные потребительские ценности, усиливающие базовое качество продукции.

Показатели качества, являющиеся основной категорией потребительских ценностей, создают базу (основу) для формирования цены, себестоимости продукции в зависимости от ее первоначального качества. На основе базовых ценностей (показателей качества) формируются все последующие ценности, входящие в состав потребительской ценности продукции.

Показатель качества продукции

- количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, составляющих ее качество

Факторы высокого качества

- факторы технического характера
- факторы экономического характера
- факторы социального характера

