

**В. Е. Сыцко**, д. т. н., профессор;  
**Н. В. Кузьменкова**, к. т. н., доцент;  
**Е. Л. Антонова**

*Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации, Республика Беларусь*

## **К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ**

Одним из приоритетных направлений развития национальной экономики Республики Беларусь на период с 2016 по 2020 гг. является внешнеэкономическая деятельность, развитие которой должно быть направлено на обеспечение сбалансированности внешней торговли на основе опережающих темпов роста экспорта, использовании конкурентных преимуществ страны [1].

Международные экономические отношения Беларуси призваны содействовать формированию благоприятных условий для стабильного экономического развития страны и повышению благосостояния граждан. Беларусь концентрирует свои внешнеэкономические усилия на ряде наиболее важных и перспективных векторов, среди которых – СНГ, Евразийский экономический союз, Евросоюз. На качественно новый уровень выходит сотрудничество со странами Азии, Африки и Латинской Америки [2].

Оценка качества продукции непосредственно связана с понятием уровня ее конкурентоспособности, т. е. с возможностью ее реализации по мировым ценам. Как экономическая категория, качество, продиктованное требованиями рынка, должно быть оптимальным, т. е. достаточно высоким, чтобы победить конкурентов, и одновременно с этим иметь такой нижний предел, чтобы эту продукцию покупали.

В мировой практике специалисты выделяют в качестве основных критериев конкурентоспособности качество, цену реализации, рекламу, техническое обслуживание. Высококачественное изделие должно характеризоваться высоким уровнем потребительских свойств, низкими расходами на эксплуатацию, быть безопасным и экологически чистым. Однако главным показателем качества и конкурентоспособности продукции остается спрос на нее. Отсюда следует, что основными составля-

ющими конкурентоспособности товара являются его потребительские свойства и цена потребления, характеризующаяся затратами на приобретение и эксплуатацию. Конкурентоспособность продукции возрастает по мере улучшения качества и уменьшается по мере увеличения цены потребления.

Конкурентоспособность товара – это его сравнительная характеристика, содержащая комплексную оценку всей совокупности показателей качества и экономических показателей (затрат) относительно выявленных свойств другого товара, взятого в качестве базового изделия, имеющегося в данный момент на рынке и принятого за эталон. При расчете экономических показателей конкурентоспособности сопоставляются цены потребления оцениваемого товара и базового образца. Цена потребления складывается из розничной цены товара и расходов на эксплуатацию, т. е. суммы всех затрат потребителя на товар в течение всего срока его использования.

Один из методов комплексной оценки уровня конкурентоспособности основан на сопоставлении интегральных показателей качества оцениваемого товара и базового образца. В данном случае оценка уровня качества и конкурентоспособности проводится по нижеуказанной схеме: [3]

*Первый этап.* Формирование экспертной группы в количестве 5–6 человек.

*Второй этап.* Характеристика товаров, уровень конкурентоспособности которых устанавливается.

*Третий этап.* Выбор метода оценки уровня качества и конкурентоспособности.

*Четвертый этап.* Выбор базового образца. Образец должен относиться к той же группе товаров, что и оцениваемые изделия, быть широко представленным на рынке в данный период, а его показатели качества должны рассматриваться в динамике. Единичные и комплексные показатели, цена потребления должны полностью удовлетворять требованиям потребителей на данный период времени.

*Пятый этап.* Выбор номенклатуры оцениваемых свойств, приведение их в иерархическую систему (8–12 свойств).

*Шестой этап.* Определение коэффициентов весомости выбранных единичных свойств.

*Седьмой этап.* Определение комплексного средневзвешенного показателя уровня качества оцениваемых товаров и базового образца.

*Восьмой этап.* Расчет суммарных затрат (цены потребления анализируемых товаров и базового образца).

*Девятый этап.* Определение интегральных показателей оцениваемых товаров и базового образца.

*Десятый этап.* Установления уровня конкурентоспособности анализируемых товаров.

*Одиннадцатый этап.* Анализ полученных результатов и разработка рекомендаций по улучшению качества и повышению уровня конкурентоспособности товаров. Определяется согласованность мнений экспертов по коэффициенту вариации (не должен превышать 30 %) или коэффициенту конкордации (изменение коэффициента конкордации от 0 до 1 соответствует увеличению степени согласованности).

Таким образом, конкурентоспособный товар – это товар, который на единицу своей стоимости удовлетворяет спросу лучше, нежели другие конкурирующие товары. Следует учесть, что расчет относительного показателя конкурентоспособности изделий не может заменить маркетинговых исследований условий реализации товара на конкретных рынках за определенный период времени, которые необходимо проводить при организации запуска изделий в серийное производство.

Дальнейшая работа в направлении удовлетворения потребительского спроса и обеспечения рентабельности предприятия должна проводиться с учетом эффективных научно обоснованных методик оценки качества и конкурентоспособности товара [4]. Инновационное развитие может способствовать освоению новых перспективных внешних рынков, выходу на стратегический уровень отношений, с динамично развивающимися странами во всех регионах, продвижению производимой продукции на мировые рынки [5].

*Список использованных информационных источников:* 1. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.economy.gov.by/uploads/files/Programma-2020.pdf>. – Дата доступа: 27.01.2019. 2. Приоритетные направления внешней политики Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://mfa.gov.by/foreign\\_policy/priorities/](http://mfa.gov.by/foreign_policy/priorities/) – Дата доступа: 11.02.2019. 3. Методология товароведных экспертиз непродовольственных товаров : монография / В. Е. Сыцко и др. ; под общ. ред. д. т. н., профессора