

В. А. Иванова

Научный руководитель

В. Е. Сыцко

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

КАЧЕСТВО И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРА – ОРУДИЕ В КОНКУРЕНТОСПОСОБНОЙ БОРЬБЕ НА РЫНКЕ

Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы предусматривает рост конкурентоспособности товаров, создаваемых белорусскими организациями, что обеспечит положительное сальдо внешней торговли.

В настоящее время ассортимент, качество и конкурентоспособность товара оценивает потребитель. В связи с этим проведены всесторонние исследования потребительских свойств обуви из полимерных материалов, реализуемых обществом с ограниченной ответственностью (ООО) «Евроторг» (г. Брест).

Рынок обуви принято считать одним из наиболее перспективных и динамичных рынков товаров народного потребления. Розничный товарооборот обуви ежегодно увеличивается и в 2024 г. составил 1 277,6 млн р. Особое внимание уделяется качеству обуви из полимерных материалов.

Качество – это совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворить обусловленные или предполагаемые потребности.

Из этого определения следует, что качество товара зависит от комплекса присущих ему свойств, а также от соответствия товара функциональным, эстетическим, эргономическим и другим требованиям, связанным с возможностью удовлетворения определенных потребностей человека [1].

Качество, как экономическая категория, продиктованная условиями рынка, должно быть оптимальным, т. е. настолько высоким, чтобы победить конкурентов, и настолько низким, чтобы эту продукцию покупали.

Научную основу формирования ассортимента товаров составляет информация о покупательском спросе.

В мировой практике специалисты выделяют пять основных критериев конкурентоспособности: качество, цена, реализация, реклама, техническое обслуживание. Главным показателем качества и конкурентоспособности продукции остается спрос на нее. Основными составляющими конкурентоспособности товара являются его потребительские свойства и цена потребления. Качество продукции можно выразить математически в виде показателя уровня качества продукции, а показатель конкурентоспособности определяется как отношение комплексного показателя уровня качества к предлагаемой или фактической цене реализации [1–2].

Кафедрой товароведения Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации разработана методика количественной оценки уровня качества и конкурентоспособности [2].

Объектом исследования стал торговый ассортимент резиновой обуви из полимерных материалов, реализуемых ООО «Евроторг» (г. Брест). За базовый образец выбрана пара женских резиновых галош. Значимыми свойствами, характеризующими покупательскую способность, являются следующие: удобство пользования, материал, гибкость подошвы, соответствие моде и стилю, цвет, отделка, товарный вид [3].

Произведен расчет относительного уровня конкурентоспособности десяти образцов обуви из полимерных материалов. Установлено, что пять образцов имеют высокий уровень конкурентоспособности. Три образца показали хороший результат, два – удовлетворительный. Особое влияние оказывают следующие показатели: удобство пользования, гибкость подошвы, материал, цвет, товарный вид.

Были определены следующие значения коэффициента весомости свойств (M_i): товарный вид – 0,26; материал – 0,22; удобство пользования – 0,15; гибкость подошвы – 0,13; цвет – 0,13.

Высокий уровень конкурентоспособности $K_c = 1,0$ до $0,95$ имеют образцы обуви ООО «ПластТрейд», Кричевского завода резиновых изделий (Республика Беларусь), ООО «Томский завод резиновой обуви» (Российская Федерация).

Затем был рассчитан экономический эффект. Для расчета экономического эффекта были взяты данные объема продаж резиновой обуви в ООО «Евроторг» (г. Брест). При расчете прогноза объема продаж резиновой обуви использовали метод экстраполяции динамических рядов с использованием среднегодового темпа роста. Данный метод позволил произвести прогнозирование объема реализации резиновой обуви на 2025 г., который составил 433,24 тыс. р. При этом был рассчитан экономический эффект, который составил 128,11 тыс. р.

Исходя из расчетов потребности на 2025 г. рациональный ассортимент в обуви из полимерных материалов разрабатывали на основании данных анализа по видам изделий с учетом их качества и конкурентоспособности.

В результате расчета уровня конкурентоспособности и совершенствования качества обуви из полимерных материалов даны рекомендации ООО «Евроторг» (г. Брест) по оптимизации структуры ассортимента за счет закупок конкурентоспособной продукции. Изделия высокого качества должны характеризоваться высоким уровнем потребительских свойств, низкими расходами по эксплуатации, быть безопасными и экологически чистыми. Также основными составляющими конкурентоспособности товара являются его потребительские свойства и цена.

Дальнейшее удовлетворение потребительского спроса и рентабельность работы организаций невозможны без разработки эффективных, научно обоснованных методик оценки уровня качества и конкурентоспособности товара.

Список использованной литературы

1. **Требования** к резиновой обуви // Ткани. – URL: <http://www.otkani.ru/footwearrubber/assortmentfootwearrubber/5.html> (дата обращения: 21.02.2025).
2. **Методология** товароведных экспертиз непродовольственных товаров : моногр. / В. Е. Сыцко [и др.] ; под общ. ред. д-ра техн. наук, проф. В. Е. Сыцко. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потреб. кооп., 2017. – 228 с.
3. **Товароведная** характеристика и идентификация обуви // Studbooks.net. – <https://studbooks.net/1551081/marketing/vvedenie> (дата обращения: 03.03.2025).