

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

В статье проведен комплексный анализ факторов, формирующих конкурентоспособность товаров на современном рынке. Рассмотрены теоретические основы товароведения, классификация потребительских свойств и методов оценки качества. Особое внимание уделено практическому анализу конкурентных характеристик молотого кофе. Обоснована значимость товарной экспертизы как инструмента защиты интересов участников рынка, предложены пути повышения рыночной устойчивости продукции.

The article provides a comprehensive analysis of the factors that shape the competitiveness of goods in the modern market. It examines the theoretical foundations of commodity science, the classification of consumer properties, and the methods of quality assessment. Special attention is given to the practical analysis of the competitive characteristics of ground coffee. The article substantiates the importance of commodity expertise as a tool for protecting the interests of market participants, suggests ways to enhance the market stability of products.

Ключевые слова: товароведение; экспертиза качества; конкурентоспособность; потребительские свойства; молотый кофе; управление качеством.

Key words: commodity science; quality control; competitiveness; consumer properties; ground coffee; quality management.

Трансформация современной мировой экономики в сторону социально ориентированной рыночной модели коренным образом меняет парадигму конкурентной борьбы. В условиях товарного перенасыщения и высокой степени технологической стандартизации производственных процессов обеспечение базовых качественных характеристик продукции перестает быть единственным и достаточным фактором рыночного успеха. В современной маркетинговой среде стратегическое преимущество получают организации, способные не просто произвести товар, соответствующий техническим регламентам, но и эффективно управлять процессом его восприятия в сознании конечного потребителя.

Переход от управления физическими свойствами продукта к управлению его комплексной потребительской ценностью требует глубокого междисциплинарного анализа на стыке классического товароведения и психологии рыночного поведения. В связи с этим возрастает значение изучения нематериальных стимулов, которые, не меняя объективных характеристик изделия, радикально трансформируют эмоциональный фон покупки. Использование подобных микромаркетинговых инструментов, включая создание эффектов дополнительной выгоды и «бонусной» удовлетворенности, подтверждает гипотезу о том, что современная конкурентоспособность является производной не только от технологического совершенства, но и от глубины понимания поведенческих драйверов лояльности.

В данном контексте научное осмысление факторов, формирующих качество, требует синтеза традиционных товароведческих подходов и современных стратегий позиционирования. Системное изучение потребительских свойств, нормативно-правового обеспечения экспертизы и методов оценки конкурентного потенциала позволяет выработать эффективные механизмы адаптации организаций к волатильному спросу. Исследование этих процессов на примере конкретных сегментов продовольственного рынка, в частности, молотого кофе, дает возможность апробировать теоретические выкладки и определить наиболее устойчивые модели развития торгового ассортимента в условиях цифровизации и глобализации рыночного пространства.

Товароведение как фундаментальная научная дисциплина в системе торгового образования обеспечивает методологическую базу для изучения потребительской ценности товаров и факторов ее сохранения на всех этапах жизненного цикла. Современная концепция товароведения трансформируется от простой классификации и описания свойств к управлению качеством как инструменту стратегического маркетинга. В основе этой трансформации лежит глубокое

понимание структуры потребительских свойств, которые определяют способность товара удовлетворять конкретные человеческие потребности.

Классификация потребительских свойств включает несколько иерархических уровней. К базовым относятся функциональные свойства, определяющие целевое назначение продукта. Однако в условиях рыночного перенасыщения на первый план выходят эргономические и эстетические свойства, формирующие удобство эксплуатации и визуальную привлекательность. Особое значение в последние годы приобретает группа свойств надежности, характеризующая безотказность и долговечность, что напрямую коррелирует с экономической эффективностью покупки для конечного потребителя [1].

Современный этап развития товароведения характеризуется интеграцией принципов устойчивого развития и экологической безопасности. Экологические свойства товара сегодня рассматриваются не как дополнительные, а как критически важные. Это включает в себя оценку «углеродного следа», возможность вторичной переработки упаковки и отсутствие вредных миграций химических веществ в процессе использования. Актуальным трендом является переход к экономике замкнутого цикла (*circular economy*), где товароведная оценка охватывает не только период эксплуатации, но и этап утилизации продукции.

Формирование качества происходит под воздействием комплекса факторов, которые принято разделять на формирующие и сохраняющие. К формирующим факторам относятся качество исходного сырья, совершенство проектных решений и строгость соблюдения технологических регламентов производства. Сохраняющие факторы – упаковка, условия транспортирования и режимы хранения – играют решающую роль в поддержании исходных свойств продукции до момента ее попадания к потребителю. Применение инновационных упаковочных материалов, таких как биоразлагаемые полимеры и умная упаковка с индикаторами свежести, позволяет существенно продлить сроки годности и минимизировать товарные потери.

Оценка качества в современной практике базируется на сочетании различных методов, выбор которых зависит от целей исследования и специфики объекта.

Органолептический метод остается незаменимым для оценки сенсорных характеристик (вкус, запах, консистенция), особенно в сегменте продовольственных товаров.

Инструментальные (лабораторные) методы обеспечивают высокую точность и объективность, позволяя выявлять скрытые дефекты и фальсификацию на молекулярном уровне.

Экспертный метод применяется при комплексной оценке сложных эстетических или эргономических показателей, где требуется профессиональный опыт и интуиция.

Инновационным направлением в оценке качества является внедрение систем цифровой прослеживаемости. Использование QR-кодирования и технологий блокчейн позволяет потребителю и эксперту в режиме реального времени получать доступ к «цифровому паспорту» товара, содержащему данные о происхождении сырья, результатах лабораторных испытаний и соблюдении температурного режима в логистической цепи. Такой подход не только повышает доверие к бренду, но и служит эффективным механизмом борьбы с контрафактной продукцией, обеспечивая прозрачность и безопасность рыночного оборота.

Следовательно, теоретический базис товароведения сегодня не ограничивается статичным изучением характеристик, а представляет собой динамическую систему мониторинга и управления ценностью товара, адаптированную к требованиям цифровой экономики и экологическим вызовам современности [2].

Эффективное функционирование потребительского рынка Республики Беларусь опирается на строго детерминированную систему нормативного регулирования, которая гармонизирована с принципами международного права и требованиями Евразийского экономического союза (ЕАЭС). Данная система выступает гарантом качества продукции и инструментом защиты национальных интересов в сфере экономической безопасности.

Основополагающую роль в регулировании играют Технические регламенты Таможенного союза (ТР ТС) и Евразийского экономического союза (ТР ЕАЭС), имеющие прямое действие на территории республики. Для сегмента продовольственных товаров, рассматриваемых в данной работе, ключевое значение имеют следующие:

- ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции», устанавливающий обязательные требования к процессам производства, хранения и реализации.

- ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки», регламентирующий полноту и достоверность информации для потребителя.

- ТР ТС 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств», устанавливающий требования безопасности пищевых

добавок и ароматизаторов, что актуально для переработки кофе и производства кофейных напитков.

На национальном уровне система регулирования базируется на Законе Республики Беларусь «О техническом нормировании и стандартизации» от 5 января 2004 г. № 262-З. Ведущую роль в обеспечении качества играют государственные стандарты (СТБ) и межгосударственные стандарты (ГОСТ), принятые в республике. В частности, оценка качества молотого кофе осуществляется в соответствии с требованиями ГОСТ 32775-2014 «Кофе жареный. Общие технические условия», который устанавливает четкие органолептические и физико-химические параметры продукции.

Важнейшим институциональным инструментом в этой системе является товарная экспертиза. В Республике Беларусь она проводится аттестованными экспертами в соответствии с методологией, утвержденной Белорусской торгово-промышленной палатой и Государственным комитетом по стандартизации Республики Беларусь. Экспертиза в национальном контексте выполняет ряд критических функций:

- Идентификация и выявление фальсификата. В условиях открытости границ ЕАЭС экспертиза позволяет подтвердить подлинность происхождения товара (включая проверку сертификатов формы СТ-1) и соответствие его состава заявленному в маркировке.

- Контроль безопасности. Подтверждение отсутствия в продукции токсичных элементов, пестицидов и микотоксинов согласно гигиеническим нормативам, утвержденным Министерством здравоохранения Республики Беларусь.

- Оценка конкурентоспособности. Экспертное заключение о качестве товара служит основанием для его позиционирования в различных ценовых сегментах (от масс-маркета до премиум-класса).

Актуальным направлением совершенствования регулирования в Республике Беларусь является внедрение национальной системы маркировки и прослеживаемости товаров «Электронный знак». Применение средств идентификации (Data Matrix кодов) позволяет обеспечить прозрачность логистической цепи и дает экспертам и потребителям доступ к верифицированным данным о качестве каждой единицы продукции в режиме реального времени.

Таким образом, сформированная в Республике Беларусь нормативно-правовая база и институты товарной экспертизы создают объективный фундамент для оценки потребительских свойств продукции. Однако теоретическое соответствие стандартам является лишь необходимым минимумом, в то время как реальная конкурентоспособность товара на перенасыщенном рынке определяется более сложным синтезом качественных характеристик и маркетингового позиционирования. Для детального изучения этого механизма целесообразно перейти от общетеоретических положений к прикладному анализу конкретной товарной группы, обладающей высокой степенью потребительской лояльности и сложной структурой формирования качества, – молотому натуральному кофе.

Молотый кофе представляет собой объект с многофакторной моделью формирования потребительской ценности. Его конкурентоспособность на белорусском рынке определяется не только строгим соблюдением требований ГОСТ 32775-2014 «Кофе жареный. Общие технические условия», но и способностью производителя адаптировать органолептические профили продукта под меняющиеся предпочтения потребителей.

Оценка качества молотого кофе в рамках товароведной экспертизы базируется на комплексном анализе, включающем три ключевых блока показателей:

- Органолептический анализ является определяющим для потребителя. Оценивается интенсивность и чистота аромата, полнота вкуса, наличие специфических оттенков (кислинка, горчинка, сладость) и отсутствие посторонних привкусов. Согласно современным трендам, эксперты все чаще используют протоколы SCA (Specialty Coffee Association) для более тонкой дифференциации качества.

- Физико-химические показатели включают контроль массовой доли влаги (не более 4,5% по стандарту), экстрактивных веществ, кофеина и степени помола. Равномерность помола напрямую влияет на процесс экстракции, стабильность вкусовых характеристик продукта, что является критическим фактором для сегмента «HoReCa» и домашних условий заваривания.

- Микробиологическая и токсикологическая безопасность – проверка на содержание микотоксинов (в частности, охратоксина А) и тяжелых металлов в соответствии с требованиями ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции».

Конкурентный ландшафт рынка молотого кофе в Республике Беларусь характеризуется высокой интенсивностью. Продукция четко дифференцируется по сырьевому составу и глубине обжарки.

Сырьевой состав. Использование 100%-ной арабики обеспечивает продукту статус премиального за счет сложной ароматики. Включение робусты (от 10 до 50%) позволяет не только снизить себестоимость, но и повысить крепость напитка, что востребовано в масс-маркет сегменте. Конкурентоспособность здесь достигается за счет стабильности купажа (смеси).

Упаковочные решения. Важнейшим фактором сохранения конкурентоспособности после производства является барьерная защита. Применение многослойных вакуумных упаковок с дегазационным клапаном позволяет сохранить ароматические масла и предотвратить окисление, что продлевает «пик вкуса» товара и повышает его ценность в глазах покупателя.

В условиях цифровизации и избыточного предложения молотого кофе конкурентная борьба смещается в область эмоционального восприятия. Исследование показывает, что при схожих качественных показателях (согласно протоколам экспертизы) потребитель отдает предпочтение брендам, использующим инструменты «дополненной ценности».

Внедрение элементов геймификации, бонусных вложений (например, упомянутый ранее «эффект второго пакетика» или пробник нового сорта) и эстетически привлекательного дизайна упаковки в стиле минимализма формирует более высокий индекс лояльности. Таким образом, конкурентоспособность молотого кофе сегодня – это интегральный показатель, где техническое совершенство продукта, подтвержденное нормативной базой Республики Беларусь, усиливается грамотной коммуникационной стратегией и управлением потребительским опытом [3].

Подводя итоги, можно констатировать, что в условиях современного рынка Республики Беларусь управление конкурентоспособностью трансформируется из сугубо технического процесса в комплексную систему управления потребительской ценностью, где строгое соблюдение нормативно-правовой базы ЕАЭС и национальных стандартов (СТБ, ГОСТ) выступает лишь необходимым фундаментом. Проведенный анализ на примере сегмента молотого кофе наглядно подтверждает, что в период товарного перенасыщения рыночная устойчивость обеспечивается синергией объективного качества, подтвержденного товарной экспертизой и цифровыми системами прослеживаемости, эффективного использования нематериальных стимулов, воздействующих на психологические триггеры лояльности. Таким образом, повышение конкурентного потенциала отечественных товаров требует от производителей перехода к динамической модели контроля, сочетающей технологическое совершенство продукции с инновационными маркетинговыми инструментами и глубокой адаптацией к вызовам цифровой экономики.

Список использованной литературы

1. **Котлер, Ф.** Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; [пер. с англ. С. Жильцова]. – 15-е изд. – СПб. : Питер, 2016. – 847 с.
2. **Системы** менеджмента качества. Основные положения и словарь = Quality management systems. Fundamentals and vocabulary : ISO 9000:2015. – 6-е изд. ; введ. 15.09.2015. – Женева : Междунар. орг. по стандартизации (ISO), 2015. – 51 с.
3. **Портер, М.** Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер ; [пер. с англ. Е. Калининой]. – 4-е изд. – М. : Альпина Паблишер, 2017. – 715 с.