

## **КАЧЕСТВО – ПУТЬ К СОВЕРШЕНСТВУ И УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ОРГАНИЗАЦИИ**

**П.Ю. Ершова, А.С. Черняк**, 2 курс

Научный руководитель – **А.С. Панюсько**, ассистент кафедры экономики и бизнеса, магистр  
**Полесский государственный университет**

В современном мире стремительного развития и глобализации конкурентное преимущество организации определяется не только её ресурсами и технологическими возможностями, но и качеством предоставляемых товаров и услуг. Качество становится ключевым фактором, определяющим не только репутацию и успех предприятия, но и его устойчивость на рынке.

2024 год в Республике Беларусь объявлен Национальным годом качества. Данное решение принято в целях дальнейшего повышения качества жизни белорусского народа, обеспечения конкурентоспособности национальной экономики на мировой арене, стимулирования инициативы, формирования в обществе ответственности за результаты своего труда и чувства сопричастности к будущему страны [1].

Актуальность данной темы подчеркивается не только в контексте текущей экономической ситуации в Республике Беларусь, но и в глобальном масштабе, где конкуренция на рынке становится всё более острой, а потребители всё более требовательными к качеству предлагаемых продуктов и услуг.

Понятие качества продукции сопоставляется с конкурентоспособностью, имея общую сферу формирования и проявления. В случае отсутствия конкурентоспособности предприятий невозможно развитие как экономики государства в целом, так и её отдельных регионов.

Не менее актуальной проблема качества становится в условиях, характеризующихся политическими и экономическими ограничениями, такими как санкции, посредством которых цены на импортные товары увеличиваются, либо же эти товары полностью пропадают с рынка. Политика импортозамещения становится ключевым стратегическим направлением для обеспечения устойчивого развития Республики Беларусь. Переориентация производства на внутренние рынки призвано снизить зависимость от импортных товаров и услуг, укрепить национальную экономику и обеспечить её стабильность в условиях внешних ограничений.

Немаловажным остается развитие экспорта в Республике Беларусь. В современных условиях, когда мировые рынки становятся всё более конкурентными, экспорт белорусской продукции приобретает особое значение как инструмент для привлечения иностранных инвестиций, расширения рынков сбыта и повышения валютных поступлений в страну.

Авторами проведён ряд социальных опросов, на основании которых были проанализированы предпочтения белорусских потребителей и сделаны выводы о качестве белорусской продукции.

Для проведения первого опроса была смоделирована ситуация: «Представьте, что Вам пришла премия и вы стоите перед выбором: посетить ресторан и насладиться высокой кухней или же отправиться в магазин и приобрести декоративную косметику?». Респонденты – девушки и женщины в возрасте от 18 до 35 лет.

Результаты опроса показали, что подавляющее большинство респондентов, а именно 83%, предпочли бы отправиться в магазин косметики, нежели посетить ресторан.

В современном мире косметика стала неотъемлемой частью повседневной жизни. Выбор конкретного бренда косметики становится важным аспектом не только ухода за собой, но и формирования личного стиля, выражения индивидуальности и ценностей.

Во втором опросе авторы обратились к девушкам и женщинам, которые в первом опросе сделали выбор в пользу похода в магазин косметики, и предложили им выбор среди десяти наиболее популярных брендов декоративной косметики на территории стран СНГ.

На основании данного опроса следует вывод, что девушки и женщины при выборе декоративной косметики преимущество отдают отечественным производителям, нежели зарубежным. Так, белорусские бренды Relouis, BelorDesign и LUXVISAGE занимают лидирующее положение среди представленных на выбор брендов, получив одобрение от 68% респондентов.

Анализ причин такого предпочтения указывает на несколько факторов, влияющих на первоочередной выбор:

1. Качество продукции, которое является одним из ключевых аспектов выбора косметических средств и оценивается как высокое среди белорусских брендов косметики. Во-первых, составы косметических продуктов белорусских брендов основаны на биоактивных и натуральных компонентах. Во-вторых, стойкость косметических продуктов. Отечественная косметика обладает высокой степенью устойчивости к воздействию внешних факторов, таких как влага, пот, жир, что позволяет сохранить свежий вид макияжа на протяжении длительного времени. В-третьих, гипоаллергенные свойства косметики определяются отсутствием агрессивных и раздражающих компонентов в их составе.

2. Стоимость продукции. В ходе анализа рынка косметики было выявлено, что стоимость белорусской косметики при её высоком качестве в среднем ниже на 20-30%, чем аналогичная продукция зарубежных производителей. Товары, представленные белорусскими брендами доступны для каждой категории девушек, будь то студенты или уже работающие женщины.

3. Доступность. Отечественные бренды косметики выгодно выделяются благодаря своей доступности и близости к потребителю, что создает дополнительные удобства при покупке и использовании продукции. Белорусская косметика присутствует на витринах как у наиболее крупных торговых сетей, так и менее популярных, что дает возможность приобретать косметику в небольших городах без использования услуг доставки.

4. Фактор эмоциональной привязанности и поддержки местного производителя. В свете растущего патриотического настроения и интереса к национальной продукции, девушки могут сознательно отдавать предпочтение отечественным брендам косметики в знак поддержки и лояльности к местным производителям.

Таким образом, белорусский рынок декоративной косметики опирается на три кита: Relouis, BelorDesign, LUXVISAGE. Это крупнейшие марки отечественного производства.

Белорусская косметика сочетает в себе приятную цену и высокое качество, благодаря чему составляет достойную конкуренцию зарубежным производителям в различных ценовых сегментах.

Производители обеспечивают население доступным и качественным продуктом. Организациям не приходится вкладывать огромные суммы в рекламу своей продукции, так как белорусская косметика была известна ещё в прошлом веке. Люди знают и любят эти продукты как за соотношение цены и качества.

Подводя итоги, следует отметить, что качество продукции играет определяющую роль в современном рынке декоративной косметики Беларуси. Анализ трёх крупнейших марок – Relouis, BelorDesign и LUXVISAGE демонстрирует, что их успех основан на высоком уровне качества продукции. Эти бренды предлагают широкий ассортимент косметических товаров, обладающих как традиционными, так и инновационными характеристиками.

Сосредоточившись на качестве выпускаемой продукции, отечественные товаропроизводители способны обеспечить долгосрочную конкурентоспособность и успешное развитие в условиях современного бизнес-окружения.

Улучшение качества продукции является приоритетным направлением для дальнейшего развития экономики страны, что определяется в государственной программе социально-экономического развития Республики Беларусь 2021-2025 годы [2].

Цитируя первого заместителя председателя Госстандарта Елену Михайловну Маргунову: «Качество белорусской продукции – это уже бренд!» [3].

Таким образом, в Республике Беларусь повышение качества выпускаемой продукции во всех отраслях экономики является первоочередной экономической задачей страны.

### **Список использованных источников**

1. Об объявлении 2024 года Годом качества [Электронный ресурс]: Указ № 375 от 27 ноября 2023 г.// Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь – Режим доступа: [president.gov.by](http://president.gov.by). – Дата доступа: 28.03.2024.

2. Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]: Указ Президента Республики Беларусь 29 июля 2021 г. № 292 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь Режим доступа: [pravo.by](http://pravo.by). – Дата доступа: 28.03.2024.

3. Качество белорусской продукции – это бренд [Электронный ресурс] // Режим доступа: [gosstandart.gov.by](http://gosstandart.gov.by). – Дата доступа: 28.03.2024.