

фективность и осуществить ее независимую экспертизу (аудит), результаты которой были бы признаны за рубежом.

Поэтому не случайно в последнее время получают развитие такие направления деятельности в национальных экономических системах, как оценка систем качества предприятия независимыми органами (третьей стороной) и сертификация систем.

<http://edoc.bseu.by>

*В.А. Собонович  
БГЭУ (Минск)*

### **СЕРТИФИКАЦИЯ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВЫХОДА ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ**

Современный этап развития экономики характеризуется серьезным отношением к работам по сертификации продукции и систем качества, которые стали неотъемлемым элементом торгово-экономических взаимоотношений потребителей и поставщиков. Опыт зарубежных стран показывает, что сегодня даже продукция с рекордными параметрами может не найти успешного сбыта, если она не защищена соответствующим сертификатом, имеющим международное признание. В условиях все возрастающей конкурентной борьбы на мировом рынке одним из инструментов является качество продукции. Более того, стоимость такой продукции как показывает практика ниже на 30—50 % от мировой цены. Поэтому сегодня достаточно распространенной схемой реализации отечественной продукции на мировом рынке является ее продажа товаров иностранной фирмой-партнером, имеющей сертификат международного образца. Однако в этом случае возникает проблема потери значительной доли прибыли, особенно если учесть, что при этом зачастую отечественные изделия по техническим характеристикам и конструктивно-технологическим решениям не уступают зарубежным аналогам, а отечественные предприятия способны аккредитовать испытательные центры, продукцию и системы качества в международных системах.

В Беларуси в настоящее время сертифицированы системы качества на 65 предприятиях. Наиболее активно работают в этом направлении Министерство промышленности, концерны “Беллепром” и “Белнефтехим”. Эффективность и экономические преимущества предприятий, имеющих сертифицированные системы качества, подтверждают следующие примеры. Так, на ГП завод “Транзистор” объем экспорта продукции увеличился за год на 106 %, на заводе “Камертон” — на 210 %, борисовском заводе “Автогидроусилитель” — на 78 %. На заводе “Могилевлифтмаш” объем реализации продукции в сопоставимых ценах за год вырос на 212 %. В ПО “Витязь” экспорт в страны дальнего зарубежья увеличился на 130 %.

Логическим завершением создания системы качества по стандартам ИСО 9000 является ее сертификация. Как правило, зарубежные партнеры не удовлетворяются наличием национального сертификата. Поэтому многие отечественные предприятия для полноценного сотрудничества вынуждены сертифицировать систему качества в аккредитованных европейских организациях. Причем затраты на аудит систем менеджмента качества в этих организациях несоизмеримо выше, чем в среднем по республике. К

тому же отсутствие адаптированного к условиям хозяйствования РБ типового механизма оценки инвестиций в систему качества становится одним из существенных препятствий в их обосновании и реализации. Поэтому, как представляется, целесообразно в рамках республиканской программы "Качество" с учетом отраслевых особенностей и имеющегося опыта осуществить консалтинговую и финансовую поддержку предприятий, осуществляющих разработку и адаптацию механизма оценки системы менеджмента качества, прогнозирования экономического эффекта в рамках создания систем менеджмента качества, соответствующих стандартам ИСО серии 9000-2000.

На наш взгляд, это позволит более достоверно оценивать экономическую эффективность инвестиций в качество; активизировать процесс формирования систем качества по стандарту ИСО серии 9000 на предприятиях РБ; значительно увеличить инвестиции в качество; повысить уровень конкурентоспособности отечественных предприятий на внешних рынках.

*А.Ф. Соломатина, Т.П. Ивлева  
ККУМолдовы (Кишинев)*

## **АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА И КАЧЕСТВА ДЕТСКОЙ (МАЛЬЧИКОВОЙ) КОЖАНОЙ ОБУВИ**

Ассортимент мальчиковой кожаной обуви постоянно изменяется и расширяется в результате появления новых видов изделий, применения новых материалов и методов крепления, внедрения новых технологий, колебаний покупательского спроса. При формировании ассортимента этой группы обуви необходимо считаться и с взаимозаменяемостью обуви.

Нами изучена структура ассортимента мальчиковой кожаной обуви по поставщикам, видам обуви, материалам верха и низа обуви, методу крепления подошвы, цвету материала верха в пяти магазинах г. Кишинева.

Исследования показывают, что ассортимент мальчиковой кожаной обуви включает сапожки, полусапожки, ботинки, полуботинки, туфли, сандалеты. Главными поставщиками мальчиковой кожаной обуви являются АО "Зориле", АО "Тигина", АО "Флоаре", производители из Польши, Турции и др.

За исследуемый период мальчиковой кожаной обуви поступило 6440 пар. Доля импортной обуви оказалась наиболее значительной — 75 %, основным местным поставщиком по-прежнему является АО "Зориле" — 18 %, а поставка обуви АО "Тигина" и АО "Флоаре" незначительна. Структура ассортимента в видовом разрезе следующая: сапожки, полусапожки и ботинки занимают 56 %, так как зимний период еще не закончился, в то же время доля обуви весеннего назначения уже увеличивается — 28 %. Летней и домашней обуви пока немного.

Представляет интерес анализ структуры ассортимента мальчиковой кожаной обуви по материалу подошвы. Заметим, что ведущее место все еще остается за пористой резиной — 47 %, изменились пропорции в ассортименте синтетических подошв — ПВХ — 5 %, ПУ — 21 %, ТЭП — 24 %. Обуви на подошве из натуральной кожи было получено всего 3 %, так как эта обувь нарядная, дорогостоящая. На наш взгляд, такая структура ассор-