

- желание покупателей приобретать недорогие обои, предпочтительнее отечественные или качественные обои известных европейских фирм;
- по возможности поддерживать широкий ассортимент бумажных обоев;
- больше внимания уделять новинкам и дизайну обоев.

Ю.А. Гуцало
БГЭУ (Минск)

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА КОЖАНОЙ ОБУВИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ

В условиях свободных рыночных отношений в Республике Беларусь проблема удовлетворения населения кожаной обувью становится все более острой и актуальной. Несмотря на высокую долю в объеме продаж обуви импортного производства, потребности в кожаной обуви за последние годы удовлетворены не полностью. Однако производство обуви занимает значительное место в экономике Беларуси даже при его сокращении с 1990 по 1996 г. и с 1998 по 2003 г. Главной причиной этого являются трудности сбыта вследствие низкой конкурентоспособности продукции, которая носит объективный характер и связана с технической отсталостью производства, а также рост импорта и большая доля неорганизованной торговли (рынков) в общем объеме продаж товаров отрасли.

В целях изучения спроса и активной торговли в ОАО ЦУМ "Минск" проводятся выставки и расширенные продажи. В 2003 г. было проведено 17 расширенных продаж, 3 акции с вручением бесплатных пар обуви, предоставленных такими предприятиями, как ООО "Сивельга", СП "Рейлит" и 2 демонстрации моделей, экономический эффект от проведения этих мероприятий составил 64,2 млн р.

Ассортимент кожаной обуви в универмаге представлен многими предприятиями-изготовителями (в основном отечественными производителями).

В целях совершенствования ассортимента женской кожаной обуви в ОАО ЦУМ "Минск" нами разработан ряд практических рекомендаций:

- для расширения ассортимента товаров необходимо больше привлекать предпринимателей и фирм, закупающих товары за пределами республики. Обувные фирмы представляют такое разнообразие моделей по форме, цвету и отделке, которое пока не доступно отечественной промышленности;
- ежегодно участвовать в ярмарках, так как это прекрасная возможность для ознакомления с новыми товарами, получения полной и объективной информации о рынке, поиска новых каналов поступления, встреч коммерсантов разных стран;

- специалистам коммерческой службы необходимо разработать мероприятия по изучению покупательского спроса (анкетирование, опросы) и установить периодичность их проведения для получения своевременной информации о недостатках представленного ассортимента, о неудовлетворенном спросе на товар для составления заявок поставщикам;
- товаровед должен активно воздействовать на производство, опираясь на информацию, полученную при изучении спроса;
- более тесным должен быть контакт универмага с местными поставщиками, которые могут мобильно и активно реагировать на изменения в спросе согласно информации, полученной от торгующей организации;
- процессы формирования ассортимента обуви в магазине и оживление спроса на нее взаимосвязаны. Стиль поведения персонала по отношению к покупателю должен варьироваться от назойливого до вежливо отстраненного в зависимости от особенностей клиентуры. Целесообразно, чтобы в секции работали продавцы различных возрастов. Женщина средних лет скорее последует совету ровесницы, чем прислушается к мнению двадцатилетней девушки, даже если она будет права.

Е.Г. Дрожина
БГЭУ (Минск)

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВА МОРОЖЕНОГО

Мороженое известно с древних времен. Впервые оно появилось в Китае около 3000 лет назад. В Европу рецепты мороженого были привезены в конце XIII в. В наши дни среди широкого ассортимента молочных продуктов мороженое остается самым привлекательным молочным десертом. Это объясняется не только его хорошими вкусовыми характеристиками, но и высокой пищевой, биологической и энергетической ценностью.

В настоящее время на рынке мороженого наибольшим спросом пользуются сорта мороженого с массовой долей жира 10 % и более. Именно благодаря жиру консистенция продукта становится нежной, кремообразной.

Перспективным является направление по разработке рецептур и технологий производства мороженого с использованием растительных жиров (кокосовое, соевое, жиры на основе кокосового масла — Олефат ЛК, пальмоядровое масло — кондат Л и др.), так как они являются источниками жирорастворимых витаминов, токоферолов и фосфолипидов и обладают лечебно-диетическими свойствами.

С целью повышения лечебно-профилактических свойств в рецептуру мороженого вводят естественный полимер фруктозы — инулин, содержащийся в корнях цикория.