

ВОЗМОЖНОСТИ ТОРГОВЛИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КАЧЕСТВА КОЖАНОЙ ОБУВИ НА СТАДИЯХ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ И ЭКСПЛУАТАЦИИ

Обеспечение качества обуви на стадии реализации заключается, во-первых, в эффективном контроле качества; во-вторых, в соблюдении условий для поддержания исходного уровня качества, его повышения. Из всех факторов, формирующих качество товаров, факторы, его сохраняющие (маркировка, упаковка, транспортирование, хранение, реализация и эксплуатация), соблюдаются предприятиями-изготовителями и предприятиями торговли наиболее полно.

С позиций сохранения качества материальных ценностей большое значение имеет ориентация на обеспечение единых, научно обоснованных условий и параметров транспортирования, хранения и реализации. С целью улучшения качества кожаной обуви, реализуемой в торговых предприятиях Республики Беларусь, необходимы:

- участие работников торговли в разработке и совершенствовании нормативно-технической документации, основанием для которых в первую очередь должны стать требования потребителей;
- активное участие работников торговли в художественно-технических советах, на которых они имели бы право решающего голоса;
- усовершенствование Положения о приемке товара по качеству, количеству и других нормативных документов;
- ужесточение контроля качества товаров, поступающих в розничную торговлю.

Роль договоров-поставок в обеспечении качества обуви огромна. При рассмотрении договоров на поставку обуви в ОАО "ГУМ" и проведении соответствующего анализа были выявлены различия по гарантийным срокам носки обуви в договорах с отдельными производителями.

Для белорусских покупателей главным ориентиром при совершении покупки обуви являются ее качественные характеристики, внешний вид и удобство. По этим показателям они считают, что отечественная обувь более соответствует своей цене, чем импортная. Однако в качестве основного недостатка потребители отмечают несоответствие отечественной обуви направлению моды — отсюда их предпочтение обуви зарубежных производителей.

Основными причинами появления различных пороков в обуви потребители называют естественный износ, низкое качество сырья и изготовления. Определяя основные пороки, покупатели дают отечественным производителям конкретные ориентиры совершенствования качества белорусской обуви.

По мнению торговых работников, за последнее десятилетие качество обуви отечественных производителей значительно улучшилось (так считают 70 % опрошенных). Несмотря на это, довольно часто в обуви встречаются пороки различного рода (как сырьевые, так и производственные). Главными недостатками обуви белорусских обувщиков работники торговли так же, как и потребители, назвали устаревшие модели, грубые некачественно выделанные кожи, используемые в производстве верха обуви. Как выяснилось в ходе опроса, в обуви многих отечественных производителей встречаются следующие основные пороки: отрыв (отклейка) подошвы; поломка каблуков; окрашивание чулочно-носочных изделий в пяточной и носочной части; поломка застежек; деформация верха, проявляющаяся в отдушистости, появлении трещин, заломов.

А.В. Жук

БГЭУ (Минск)

МОТИВАЦИЯ ТРУДА — ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ

В условиях развития рыночных отношений важное значение в повышении эффективности торговой деятельности приобретает создание нового мотивационного механизма активизации трудовой деятельности персонала.

В организациях необходимо создавать такие условия, чтобы работники воспринимали свой труд как осознанную деятельность, являющуюся источником самосовершенствования, основой их профессионального и служебного роста.

Результаты, достигнутые людьми в процессе работы, зависят не только от знаний, навыков и способностей этих людей. Эффективная деятельность возможна лишь при наличии у работников соответствующей мотивации, т.е. желания работать.

Путь к эффективному управлению персоналом лежит через понимание его мотивации. Только зная, что движет человеком и что побуждает его к действиям, какие мотивы лежат в основе его поведения, можно попытаться разработать эффективную систему форм и методов управления человеком.

Мотивация — это совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности, задают границы, формы деятельности и придают ей направленность, ориентированную на достижение определенных целей.

Формами мотивации труда являются: заработная плата как основной материальный стимул к труду; трудовые и социальные льготы; нематериальные льготы; разработка и реализация мероприятий, обеспе-