

более удобную упаковку и придать ей больше красочности; основным источником получения информации об уходе за обувью — советы близких и друзей.

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что проблема качества кожаной обуви в настоящее время достаточно актуальна. Сегодня торговля по всей республике находится в тяжелом положении. Однако это не значит, что из него невозможно выйти. Если работники будут заинтересованы, то магазин сможет увеличить объем реализуемых товаров, улучшить их качество, а следовательно, и прибыльность самого предприятия.

Н.В. Пешко
БГЭУ (Минск)

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ОЦЕНКА И ФАЛЬСИФИКАЦИЯ ИГРУШЕК

Исследуя роль игрушек в удовлетворении потребностей населения, необходимо отметить их разнообразие по материалу изготовления, конструкционному решению, возрастной направленности и широте потребительских свойств.

С целью изучения потребительской оценки свойств игрушек в процессе эксплуатации была разработана анкета и проведен социологический опрос. Результаты опроса мнений покупателей проанализированы с помощью метода ранговой корреляции.

Наиболее качественными, по мнению потребителей, являются игрушки государственных предприятий (49,3 % опрошенных), менее качественными — производства частных предприятий (22,7 %). Игрушкам иностранного производства отдали предпочтение 30,0 % опрошенных. Следовательно, потребители считают, что только на государственных предприятиях соблюдаются все требования стандартов при их производстве.

Качество игрушек по их товарному виду оценивают 64,7 % опрошенных, 38,7 % считают критериями оценки качества — их безопасность для здоровья ребенка, 30,0 оценивают качество игрушек по отсутствию видимых дефектов, 25,3 интересуются применяемыми материалами, 21,3 % покупателей при оценке качества учитывают соответствие изделий своему назначению.

Наиболее часто потребители встречают в игрушках такие недостатки, как непривлекательный внешний вид (59,3 %), дефекты внешнего вида (35,3 %), некрасивая упаковка или ее отсутствие (31,3 %). Тусклость красок как недостаток отметили 28,0 % опрошенных, 25,3 % покупателей недовольны отсутствием памят-

ки по уходу и эксплуатации игрушки. А также многие потребители выделяют такой недостаток игрушек, как их *фальсификация*.

Большие нарекания среди потребителей вызывают изделия производства Китая и Турции, которые имеют грубые производственные дефекты: нестойкий краситель; царапающиеся края пластмассы, несимметричное расположение деталей; едкий запах, способный вызвать аллергию и т.д. Например, так называемые резиновые прорезыватели для зубов были наполнены жидкостью, состав которой и срок ее годности специалисты определить не сумели. Традиционные китайские игрушки — трещотки — превышают допустимые российскими стандартами нормы по уровню звука. Надувные игрушки для игр на воде не выдерживают требуемых нагрузок.

Недавно получил отказ в гигиенической сертификации Микки-Маус — пластизольевый “мышонок” китайского производства. Специалисты обнаружили в нем 19-кратное превышение норматива на циклогексанол. В подобных концентрациях это вещество вызывает острое раздражение глаз и дыхательных путей, а при длительном контакте с ним возможно поражение щитовидной железы и надпочечников.

Пластмассовые дудочки (также китайского производства) поражают воображение. Та ее часть, которая должна быть поднесена ребенком к губам, имеет режущие края. Корпус дудочки покрыт заусенцами. А “дракончики” и “малыши” содержали кадмий в концентрациях, в сотни раз превышающих допустимую норму.

Из результатов исследования можно сделать вывод, что памятки по уходу не выполняют необходимых для потребителей функций, не обеспечивают достоверности и полноты содержания информации.

Из вышеизложенного следует:

- необходимо контролировать нанесение всей нужной информации производителями, чтобы сведениями, содержащимися в памятках по уходу, мог воспользоваться любой потребитель;
- задачей торговых организаций должно стать обеспечение потребителей информацией по расшифровке символов по уходу.

С.С. Пипко
БГЗУ (Минск)

РОЛЬ ТОРГОВЛИ В БОРЬБЕ С ФАЛЬСИФИКАЦИЕЙ

Фальсификация (от лат. falsificare — подделывать) — определяет ежегодный ущерб от поддельных товаров в мире на сумму около 250—400 млрд дол. Для нашей страны этот ущерб равен 0,5—1,4 млрд дол. Реально урон составляет значительно большую величину,