

*Н.М. Несмелов, канд. техн. наук, доцент,
Г.В. Жикина, ассистент*

БГЭУ (Минск)

НЕОБХОДИМОСТЬ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РАЗМЕРНОГО АССОРТИМЕНТА ОДЕЖДЫ

Типологический состав взрослого и детского населения неравномерен по антропометрическим характеристикам тела. Это вызывает определенные трудности в удовлетворении потребностей населения во впорной и комфортной одежде, так как ее производство осуществляется по типовым шкалам, которые не в полной мере отражают реальное положение.

Многолетняя работа кафедры товароведения непродовольственных товаров по объективной оценке соответствия размерно-ростовочно-полнотного ассортимента (РРПА) реализуемой женской одежды размерной типологии реальных потребителей дала возможность выявить ряд несоответствий. Результаты антропологических обследований позволили выявить низкую степень соответствия фигур женского населения нормативным документам (НД), их стандартность.

Соответствие составило по трем признакам 4 %, по двум — 18,7, по одному — 44,7 %.

В целом же результаты проведенных нами обследований полностью согласуются с данными Центрального научно-исследовательского института швейной промышленности (ЦНИИШП, г. Москва).

Очевидно, что сложившееся представление о типологии фигур по трем ведущим признакам (у женщин — рост, обхват груди третий, обхват бедер; у мужчин и детей — рост, обхват груди третий, обхват талии) несостоятельно. Данные наших антропометрических обследований выявили большой диапазон полнотных групп женского населения и его несоответствие действующим размерно-ростовочно-полнотным шкалам (РРПШ). В женских фигурах установлено присутствие пятой (так называемой «нулевой») полноты, что соответствует 6, 7, 8 полнотным рядам типовых фигур девочек (согласно ГОСТ 17916) по обмерам, а по возрасту — «нулевая полнотная группа», доля которой составляет 10,6 % (в основном — младшая возрастная группа).

Анализ торгового ассортимента реализуемой верхней одежды и последующее социологическое исследование показали, что многие предприятия выпускают (с учетом фасонно-модельного ассортимента) одежду только двух полнот. Отсутствие продажи женской одежды с необходимыми размерными признаками приводит к значительному количеству отказов от ее покупки. Так, не совершили покупку 75 % потребителей из-за отсутствия изделий нужного роста, 92 — из-за отсутствия необходимого размера и 31 % — из-за отсутствия изделий необходимой полноты.

Это согласуется с данными ЦНИИШПа, в соответствии с которыми около 60 % населения в России не могут физически носить представленную на рынке одежду.

Причины выявленного состояния, на наш взгляд, в следующем:

- размерно-ростовочно-полнотные шкалы, применяемые для массового производства одежды, не учитывают изменений, происшедших в типологическом составе населения;
- торговый ассортимент формируется на основе предложений производственных предприятий с учетом их производственных программ и ассортимента, проданного на ярмарке;
- торговые предприятия пассивно участвуют в формировании РРПА, неэффективно работают специалисты.

Сопоставление типологического состава потребителей (по результатам обмеров женских фигур от 19 до 75 лет) и реального ассортимента одежды на рынке показало, что наибольшее соответствие (66,7 %) присуще потребителям, имеющим размер 104, обхват бедер 112, а наименьшее (17,5 %) характерно для фигур с размером 88 и обхватом бедер 96.

Г.В. Трояновская, канд. экон. наук

БГЭУ (Минск)

РОСТ И РАЗВИТИЕ ТОРГОВЫХ УСЛУГ

В повышении эффективности всего народнохозяйственного комплекса важная роль принадлежит торговой отрасли. За первое полугодие 2005 г. организации торговли республики увеличили объемы предоставляемых услуг до 11,1 млрд р. Прирост в сопоставимых ценах по сравнению с соответствующим периодом прошлого года составил 18,7 % при прогнозе 12 %. Высокие темпы роста товарооборота, превышающие 10 %, сохраняются в последние 9 лет.

Вместе с тем значительное увеличение объемов товарооборота не в полной мере содействовало развитию организаций торговли.