

стоянием использования имущества — принятие на баланс Мингорисполкома новых торговых объектов.

Как показали исследования, все структурные подразделения, связанные с организацией розничной торговой сети, не взаимодействуют между собой с целью решения вопроса рациональной организации розничной торговой сети на конкретной территории. Это выражается в том, что при проектировании предприятий торговли в новых микрорайонах специалисты института “Минскпроект” не имеют информации о фактической обеспеченности населения соседних жилых микрорайонов торговой площадью, а также всего населения города как в целом, так и по отдельным товарным группам, о наиболее перспективных типах торговых предприятий. В то же время торговые работники получают информацию о планируемом развитии города и разработанных проектах нового строительства на этапе завершения строительных работ.

Таким образом, в управлении процессами развития и размещения розничной торговой сети сегодня участвуют различные субъекты. Несогласованность в их действиях приводит к тому, что не соблюдаются разработанные ранее научно обоснованные принципы построения и размещения розничной торговой сети, типизация, не проводятся исследования качественного состояния городской торговой сети. Не имея информации о состоянии сети, нельзя решить вопрос построения рациональной структуры торговой сети.

*А.Я. Конопчук,
О.В. Циунчик
ВГЭУ (Минск)*

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБУВИ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

Социологический опрос 250 женщин позволил определить значимость показателей качества кожаной обуви для покупателей. Любопытно, что одни и те же показатели качества в обуви разного назначения потребители оценивают неодинаково. Так, при выборе покупки повседневной осенне-ве-

сенней обуви определяющими показателями являются удобство носки (69,2 %), качество изготовления (63,2 %), внешний вид (58,0 %), материалы верха (45,6 %) и соответствие моде (43,6 %), а в осенне-весенней выходной — качество изготовления (71,6 %), внешний вид (53,6 %), соответствие моде (51,6 %) и удобство носки (52,4 %).

Такие же различия наблюдаются по летней и зимней обуви. Еще большие различия требований к показателям качества существуют между покупателями разных возрастов. Так, для покупателей до 20 лет ведущими показателями качества при выборе покупки обуви являются такие, как соответствие моде, внешний вид, силуэт, отделка, а для покупателей более 50 лет — удобство носки, легкость одевания и снятия, гибкость, масса.

*Г.А. Короленок
БГЭУ (Минск)*

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Формирование рыночных отношений в республике во многом зависит от решения политических, экономических и социально-психологических проблем общества.

И если на политические и экономические предпосылки формирования рыночного механизма обращается серьезное внимание, то на социально-психологическую сторону данного вопроса уделяется крайне мало. Вместе с тем социально-психологические проблемы перехода к рыночным отношениям играют в этом процессе очень важное место.

На протяжении всего советского периода развития экономики работникам внушалась идеология коллективной ответственности. Хозяин, собственник рассматривался как чуждый нашим взглядам элемент. В результате такой идеологии у большого количества населения сформировался определенный стереотип мышления, не воспринимающий рыночную экономику.