

газины «Электроника» (г. Гомель), «Хваля» (г. Гродно), «Автозаводец» (г. Могилев), «Электроника» (г. Минск), ТД «Горизонт» (г. Минск). Такой подход Минпрома содействует развитию и совершенствованию коммерческой деятельности фирменных магазинов и повышению эффективности работы промышленных предприятий Министерства.

Наряду с положительным в организации коммерческой работы фирменных магазинов, многие из них практически ею не занимаются или относятся формально. В этой связи считаем целесообразным повысить ответственность маркетинговых служб промышленных предприятий за проведение коммерческой работы в своих фирменных магазинах.

Министерства, ведомства, концерны, имеющие фирменную торговую сеть, должны определить базовые магазины, совместно с промышленными предприятиями разработать перспективные планы маркетинговых исследований, обеспечить магазины необходимыми методическими разработками для проведения коммерческой работы по различным направлениям (изучению платежеспособного спроса, формированию ассортимента товаров, рекламе и т. д.). Важным остается вопрос подготовки и переподготовки кадров фирменных магазинов в области маркетинговых исследований. Отмеченные направления позволят повысить уровень коммерческой работы фирменных магазинов и эффективность их деятельности.

Л.Д. Рудаковская
БГЭУ (Минск)

ЭКСПЕРТНО-ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА ИГРУШЕК И РЕГЛАМЕНТАЦИЯ ИХ В НТД

Оценка уровня качества в соответствии с требованиями потребителей особенно актуальна в условиях перехода республики на рыночные отношения.

В основу формирования высокого уровня качества игрушек должна быть положена научно обоснованная номенкла-

тура показателей качества и выяснения их значимости для потребителей.

В игрушках эксперты-потребители основную роль отводят гигиеническим и эстетическим показателям качества, так как данный вид продукции носит специфический характер и предназначен для удовлетворения потребностей подрастающего поколения.

При изучении научно-технической литературы, нормативных документов нами было установлено, что номенклатура гигиенических и эстетических показателей качества игрушек слишком узка и далека от совершенства. В свою очередь, это приводит к снижению требований к качеству современных игрушек и его несоответствию потребностям населения. В связи с этим представленное исследование своевременно на данном этапе.

В ходе исследования было проведено анкетирование потребителей игрушек с целью изучения и дальнейшего улучшения гигиенических и эстетических свойств. Потребителям для оценки была предложена номенклатура гигиенических и эстетических свойств игрушек. Результаты анкетирования обработаны на ЭВМ. Данные о степени соответствия указанных свойств требованиям потребителей показали, что большинство игрушек имеют сильный запах, большую вибрацию, конструкция способствует накоплению грязи и развитию болезнетворных микробов. Следует отметить, что данные показатели регламентированы нормативными документами: «Санитарными правилами по производству и продаже игрушек» и ГОСТ 25779-90. Однако более высокие требования по данным показателям заложены в Международном стандарте ИСО 8124 «Безопасность игрушек», который устанавливает требования к воспламеняемости, миграции некоторых элементов. В этой связи необходимо учесть требования как потребителей, так и требования международной организации по стандартизации ИСО.

Настораживает и тот факт, что большинство опрошенных указывают на серьезные проблемы с эстетической точки зрения на несоответствие игрушек отображаемому предмету, образу, названию, подбору цвета и фактуры.

Перечисленные выше показатели не нашли свое отраже-

ние и в нормативной документации. Необходимо отметить, в комплексе потребительских свойств игрушек эстетические свойства занимают важное значение для эстетического воспитания детей. Этому может способствовать только та игрушка, которая красива, у которой правильно соблюдены пропорции, хорошо подобраны цвета. Оформление игрушек для детей разного возраста должно отличаться, поскольку эмоциональная восприимчивость ребенка развивается и углубляется по мере его роста, развития представлений о предметах окружающего его мира.

Таким образом, потребительская оценка показателей гигиенических и эстетических свойств игрушек определяется условиями потребления и по своей природе глубоко объективна, так как является общественной операцией и определяется особенностями действующих социально-экономических факторов, формирующих потребности людей.

*Э.П. Русецкая
БГЭУ (Минск)*

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ОЦЕНКА АССОРТИМЕНТА ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В БЕЛАРУСИ

Трудно переоценить роль парфюмерно-косметических товаров в нашей жизни. Если в недалеком прошлом они были предметом роскоши, то в настоящее время они стали предметом первой необходимости. Во всем мире наблюдается значительный рост производства и потребления парфюмерно-косметических товаров. В последние годы наблюдается значительное расширение и обновление ассортимента. Данная группа товаров по обновлению ассортимента занимает пятое место в мировой практике среди других групп товаров. В нашей республике можно отметить увеличение производства данных изделий, создание и развитие промышленности по производству этих товаров. В последние годы в Беларуси создан ряд предприятий по изготовлению парфюмерно-косметических товаров.