

О ЗНАЧЕНИИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РАЗМЕРНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ОДЕЖДЫ НА РЫНКЕ

Для потребителей важнейшими характеристиками одежды являются размер, рост и полнота.

Традиционно размерно-ростовочно-полнотный ассортимент (РРПА) устанавливается на основе типовых шкал процентного распределения, разработанных применительно к типологии населения Республики Беларусь и базирующихся на общегосударственных стандартах: ГОСТы — 17916, 17917, 17521, 17522.

За последние 10–15 лет корректировки размерно-ростовочно-полнотных шкал одежды не проводилось, что связано с отсутствием антропометрических обследований населения. Отдельные изменения не носят научно обоснованного характера. Все это привело к тому, что современный РРПА вырабатываемой и реализуемой одежды не совершенен.

Наши системные исследования по проблеме выявили ряд нерешенных проблем.

1. Во взаимоотношениях производителей и потребителей одежды нет четкости. В договорах купли-продажи обычно указывается примерный РРПА, без четкой корректировки в процентном соотношении, что ведет к постоянному отсутствию в ассортименте изделий определенных размеров, ростов и полнот. Так, выявлено, что в ОАО ЦУМ «Минск» представлено в мужской одежде 83,3 % размеров от предусмотренных, в женской — 86,7 %, ростов, соответственно, 83,3 % и 66,7 %. По детской одежде представлено 76,5 % предусмотренных размеров и 86,4 % ростов.

По полнотной характеристике состояние еще хуже. В маркировке ряда изделий полнотная характеристика не указывается.

Установлен факт сужения полнотного ассортимента. Швейные изделия чаще изготавливаются стандартной (типовой) полноты в размере. Если изделие 92 размера, то полнота 100.

А ведь шкалой НТД для размера 92 предусмотрены обхваты: 96, 100, 104, 108 см.

2. Ряд предприятий, особенно частных и совместных, в маркировке одежды отходит от регламентированных ГОСТами 10581, 3897 цифровых величин. Так предприятие «Инвест-маркет» допускает указание ростов, без привязки к НТД: 166-92-100; 151-84-92.

3. Несовершенству РРПА способствует и составление ассортиментных минимумов (перечней) в торговле по принципу минимизации. Так, в фирменном магазине «АВВ-1» концерна «Беллегпром» не указывается видовой и фасонно-модельный ассортимент по размерам, ростам и полнотам (в %). Есть графа: размеры, количество моделей, видов в размере. При исследовании РРПА одежды в фирменных предприятиях установлено несоответствие его по типовым шкалам.

4. Остра проблема с обозначением размерных признаков одежды из трикотажа и доведением их до потребителей. В ряде изделий (поясные) размерные признаки определяются ростом, обхватом талии и бедер или же только обхватом талии и бедер. Стандартами: ГОСТы — 7474, 904, 26042, 28039 для типовой фигуры по каждому обхвату груди предусмотрен соответствующий обхват талии и бедер. Предприятия в маркировке ставят эти же стандарты, а инструкции для потребителей о пересчете обхвата талии, бедер дают устно устаревшую систему обозначения размеров. Предприятия рекомендуют отнимать от обозначенных измерений 4 см, 6 см, 8 см. В итоге ни работники торговли, ни потребители не владеют правильной информацией для оптимального подбора изделий по размерным признакам.

Для совершенствования РРПА одежды, на наш взгляд, необходим ряд конкретных мер: внесение соответствующих изменений в шкалы типоразмероростов на основы обмеров населения; производящим предприятиям и реализующим одежду следует строго придерживаться типовой шкалы; концерну «Беллегпром» и МТ РБ следует разработать инструкцию о разъяснении в обозначении размерных признаков одежды из трикотажа и довести ее не только для работников торговли, но и до потребителей. Министерство торговли Рес-

публики Беларусь должно добиться соблюдения четкой маркировки одежды, ее соответствия требованиям стандартов.

Т.А. Жукова
БГЭУ (Минск)

СОСТОЯНИЕ ПРОИЗВОДСТВА МЕБЕЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МЕБЕЛЬНОГО ДИЗАЙНА

В трудное переходное время деревообрабатывающая промышленность Республики Беларусь была и есть одной из наиболее успешно работающих. Белорусская мебель пользуется спросом, главным образом благодаря конкурентоспособным ценам и натуральным материалам, из которых она изготовлена.

На рынке Беларуси представлена мебель в ассортименте различных признаков классификации.

1. Основным производителем мебели в Беларуси является концерн «Беллесбудпром» — 81 % от общего объема производства, насчитывающий 26 мебельных предприятий. Основными производителями мебели являются такие предприятия, как: Минская фабрика мягкой мебели, НПО «Минскпроектмебель», НО «Молодечномебель», ОАО «Гомельская фабрика «Прогресс», ОАО «Синявская мебельная фабрика», АПДО «Гомельдрев», АПДО «Мозырдрев», ПО «Пинскдрев», АО «Борисовский ДОК», АО «Мостовдрев», «Мозырская мебельная фабрика», АПДО «Речицадрев», Рогачевская мебельная фабрика, ОАО «Фандок» (г. Бобруйск) и др.

Белорусские производители делают все возможное и невозможное, чтобы их продукция удовлетворяла запросам самого придирчивого покупателя. Стремясь улучшить качество своих изделий, некоторые белорусские производители начали отслеживать характеристики сырья еще на этапе поиска конкретного поставщика.

Одновременно с этим увеличивается количество выпускаемой ими мебели.