

*С.А. Байдак, Н.А. Бельская, Л.Д. Рудаковская,*  
студенты БГЭУ (Минск)

### **О потребительской оценке ассортимента и показателей качества игрушек, выпускаемых в Республике Беларусь**

Необходимость всестороннего совершенствования ассортимента товаров и особенно повышения степени его соответствия требованиям потребителя как по структуре, так и по показателям качества является основополагающим аспектом в современных условиях.

Нами представлены результаты потребительских оценок структуры ассортимента и показателей качества игрушек, выпускаемых в Республике Беларусь.

При оценке ассортимента игрушек потребителями было установлено, что покупатель отдает предпочтение мягконабивной игрушке (55,6 %). Это связано с широким ассортиментом, доступной ценой и ее расчетом на потребителя любого возраста. Пластмассовая игрушка, как развивающая, тоже имеет своего покупателя, но из-за часто примитивного дизайна и тусклости красок ей отдает предпочтение только часть опрошенных (20,5 %). Резиновые и деревянные игрушки пользуются малым спросом (9,3 % и 7,9 % соответственно). Они представлены в продаже в минимальном ассортименте. Металлические игрушки пользуются небольшим спросом (6,6 %), так как вытесняются пластмассовыми, которые легче и эстетичнее.

Для личного пользования покупают игрушки 34,4 % опрошенных. 56,5 % покупателей приобретают игрушки в подарок. 9 % — как для личного пользования, так и для подарка.

Основными недостатками игрушек считаются: ограниченный выбор (37 %), непривлекательный внешний вид (31,8 %) и неудобная упаковка (19,5 %).

Только 15 % покупателей совершают покупку игрушек раз в месяц; 8,6 % — раз в неделю; 39,3 % — два-три раза в год; 24,5 % — раз в год или реже и 12,9 % не покупают игрушки вообще.

Большинство покупателей предпочитают игрушки, изображающие животных и растения (24,2 %), героев мультипликационных фильмов (18 %), игрушки, знакомящие с элементами науки и техники (15,2 %), и игрушки, способствующие физическому развитию детей (14,6 %).

Сопоставление потребительских предпочтений при выборе игрушек показало, что на первое место потребители поставили такой показатель, как игровые возможности игрушки, на втором месте по значимости стоит показатель соответствия гигиеническим требованиям.

Далее по значимости для потребителей следует такой показатель, как цена. Это обусловливается тем, что цены на игрушки в большинстве случаев не сопоставимы с доходами потребителей.

Немаловажное значение имеют надежность, возрастной диапазон применения, образное решение, прочность крепления деталей, срок службы. Такие показатели, как конфигурация, размер, масса, выразительность упаковки, форма поставлены потребителями на последнее место.

Таким образом, наблюдается несоответствие между регламентируемыми показателями качества игрушек и требованиями потребителей.

На наш взгляд, необходимо разработать номенклатуру свойств игрушек, значимых для потребителя.

**А.А. Войтехович,**  
студентка БГЭУ (Минск),  
**Н.М. Несмелов,**  
доцент БГЭУ (Минск)

### **Значение информации о товарах на современном рынке**

Насыщение рынка товарами, расширение и углубление ассортимента являются значительными достижениями периода перехода к рынку. Потребителю зачастую трудно разобраться в товарном многообразии, сделать наиболее успешный выбор достаточной и достоверной информации о каждом из представленных на рынке товаров. Однако необходима информация не только о новых, но и о давно известных товарах. От ее достоверности, полноты зависит скорость продвижения товаров по каналам распределения, интенсивность сбыта, стимулирование продаж, формирование потребительских предпочтений и эффективность использования. Существует множество видов и средств товарной информации. Для работников торговли наиболее важными являются *маркировка* и *информационные ресурсы*. Маркировка включает три основных элемента: текст, рисунок и информационные знаки. В зависимости от назначения информационные знаки классифицируют на компонентные, товарные, эксплуатационные, предупредительные, наименование мест происхождения, знаки качества и соответствия, штриховое кодирование, размерные, манипуляционные, экологические. Исследованы критерии рационального использования элементов маркировки.

В настоящее время на рынке функционирует множество фирм, которые предлагают потребителю широкий ассортимент товаров и услуг. Для того, чтобы быть защищенным от приобретения недоброкачественной продукции, необходимо владеть информацией о товарных знаках различных изготовителей. *Товарный знак* облегчает идентификацию продукции; его применение на рынке направлено