

мость этой обуви объясняет довольно жесткая кожа. Немножко дороже модели для немолодых женщин производства СП “Белвест”, СП “Ле Гранд”, ООО “Сивельга”. Туфли на подошве ТЭЦ а также литьевого метода крепления в последнее время покупают меньше — прежде всего из-за высокой цены этой неброской повседневной обуви.

По-настоящему комфортные, большой полноты туфли для женщин старшего возраста остаются дефицитом в ассортименте всех белорусских обувных предприятий. Это же касается летних открытых туфель на плоской подошве для тех, кто по состоянию здоровья или каким-нибудь другим причинам не может носить обувь даже на невысоком каблучке. Крайне мало выпускается чупак (обувь для пожилых людей). Их шьет лишь ГПОО “Труд”.

Хронически не удовлетворяется спрос и на женскую кроссовую обувь с верхом из натуральной кожи белого цвета, особенно размеров 24,5—27. Необходимо отметить, что туфли крайних размеров — 21,5—22,5 и 26,5—27,5 — редкие гости на отечественных витринах

Нарядные туфли для торжественных случаев (это касается всех возрастных категорий) в Беларуси почти никто не выпускает.

Комнатная обувь, выпускаемая Лидской обувной фабрикой, строго функциональна и обычно не допускает даже намека на украшательство. Расцветка используемых тканей из года в год почти не меняется. Редко в ассортименте проскальзывают более-менее радующая глаз “клеточка” или вставки “под бархат”. Однако поскольку постоянный производитель тапочек в стране единственный, можно говорить о нехватке даже имеющихся, довольно примитивных моделей. Дорогая и к тому же разваливающаяся в течение месяца китайская и прочая комнатная обувь вряд ли может служить альтернативой.

<http://edoc.bseu.by>

*О.В. Циунчик
БГЭУ (Минск)*

ВОЗМОЖНОСТИ ТОРГОВЛИ В СОХРАНЕНИИ КАЧЕСТВА ОБУВНЫХ ТОВАРОВ

Среди товаров народного потребления особое место принадлежит обуви. Это обусловлено тем, что, во-первых, обувь удовлетворяет одну из необходимых потребностей человека в защите от неблагоприятных воздействий окружающей среды, во-вторых, обувь играет важную эстетическую роль в формировании ансамбля одежды человека.

Достижение качества готовой продукции, а именно обуви, обеспечивается сохранением ее качества в процессах доведения до потребителей; полным использованием, поддержанием и восстановлением качества обуви в процессах ее потребления и эксплуатации.

Одним из важнейших принципов сохранения качества является обеспечение управления качеством на всех стадиях жизненного цикла товаров, начиная с маркетинговых исследований, проектирования и заканчивая их утилизацией.

При этом на стадии обращения и реализации обеспечивается максимальное сохранение качества готовой обуви, установленное НТД, в период транспортирования, хранения и сбыта. На стадии потребления и эксплуатации обеспечивается организация правильного использования и проведение профилактических мероприятий по максимальному сохранению

свойств обувных товаров, а также восстановлению уровня их качества. Вопросы сохранения качества обувных товаров на стадиях товародвижения и потребления не нашли должного отражения в современной специальной литературе. Нет полного исчерпывающего изложения вопросов этой проблемы и в НТД. Это проявляется в следующем:

- в связи с распадом СССР стандартизация в РБ претерпела ряд существенных изменений. Из-за кризиса во всех сферах жизни стандартизация не является опережающей, т.е. отстает от темпов развития общества, существует несвоевременность внесения изменений в НТД. В частности, не разработан национальный стандарт на маркировку, упаковку, транспортирование и хранение кожаной обуви (в РБ действует ГОСТ 7296, изданный в 1981 г.);

- в учебной литературе по товароведению обувных товаров встречаются разночтения в вопросах, регламентирующих параметры хранения данной товарной группы (относительная влажность воздуха, температура хранения и др.);

- недостаточно освещены вопросы ухода за обувными товарами;

- не разработаны научно обоснованные инструкции и памятки по уходу.

Торговля, связывающая сферы производства и потребления, обладает широкими возможностями и резервами в сохранении качества обувных товаров. Для практической реализации этих резервов необходимо: создание рациональной маркировки, упаковки, а также организации рациональных условий транспортирования и хранения обуви; глубокий анализ мнений, желаний потребителей на базе продуманной подготовки и проведения маркетинговых исследований; сотрудничество с БелГИСС в сфере разработки НТД, регламентирующей вопросы, связанные с сохранением качества обувных товаров; четко отладить работу с договорами поставки, в том числе предусматривать включение в них положений, связанных с сохранением качества товаров (наличие памяток по уходу, условия упаковки, транспортирования и т.д.); унифицировать маркировку как главный источник информации о товаре; обеспечить влияние на уровень знаний торговых работников и покупателей в вопросах ухода за обувью (информационные стенды, консультации и т.д.); наладить обмен информацией между научной сферой и сферой торговли по вопросам сохранения качества (совместные семинары, конференции и др.)

*О.В. Циунчик, Н.В. Шутилина
БГЭУ (Минск)*

АНАЛИЗ ВИДОВОГО АССОРТИМЕНТА ЖЕНСКОЙ КОЖАНОЙ ОБУВИ, РЕАЛИЗУЕМОЙ НА РЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ (НА ПРИМЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ Г. МИНСКА)

Видовой ассортимент обуви представляет собой количественное соотношение обуви различных видов в расчете на 100 пар.

Исследование структуры ассортимента женской кожаной обуви в период с 15.10.2000 г. по 20.11.2000 г., проведенное кафедрой товароведения непродовольственных товаров БГЭУ в таких крупных торговых предприятиях, как универмаги ОАО ЦУМ "Минск", ГУМ, фирменный обувной магазин "Луч", Дом обуви "Ле Гранд", выявляет, что достаточной обеспеченности ассортимента женской кожаной обуви по видам нет.