

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.)

<http://edoc.bseu.by>

*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.

В ОАО ЦУМ "Минск" ассортимент женской кожаной обуви по видам и разновидностям представлен 605 моделями. Наибольшую долю в общем количестве исследованных изделий по видам занимают туфли, включая туфли домашние и спортивные (38,5 %). Второе место представлено таким видом обуви, как полусапоги и их разновидности (34,6 %). Последнее место принадлежит ботинкам (7,3 %).

В ОАО ГУМ исследовано 271 пара женской кожаной обуви. Большую долю в общем количестве представленных моделей занимают туфли (48,7 %). Второе место принадлежит разновидностям полусапог (18,5 %). Третье место занимают ботинки (15,9 %). Последнее место характерно для полуботинок (6,6 %).

В фирменном магазине "Луч" ассортимент женской кожаной обуви по видам и разновидностям представлен 207 моделями. Наибольшую долю в общем количестве исследованных моделей занимают туфли (28 %). Второе место представлено таким видом обуви, как полусапоги и их разновидности (25,6 %). Последнее место принадлежит полуботинкам (6,8 %).

В Доме обуви "Ле Гранд" исследовано 433 модели женской кожаной обуви. Большую долю в общем количестве занимают туфли (44,6 %). Второе место принадлежит разновидностям сапог (26 %). Третье место представлено моделями ботинок (23,3 %). Последнее место характерно для полуботинок (1,8 %).

Таким образом, все виды женской кожаной обуви были представлены во всех магазинах. Поразителен тот факт, что во всех торговых предприятиях наибольший удельный вес приходится на туфли (28—48,7 %), хотя сезон носки данного вида обуви в период исследования уже был закончен. Негативным моментом является малый удельный вес ботинок в ОАО ЦУМ "Минск". Данное положение объясняется несвоевременным реагированием работников торговли на смену сезона носки, а, соответственно, на изменения спроса со стороны покупателей. Покупатели же в таком случае удовлетворяют свой спрос на рынках, в бутиках и т.д. Вследствие этого отечественные розничные торговые предприятия теряют своего покупателя из-за отсутствия в магазинах товаров необходимого видового ассортимента и, соответственно, сами отказываются от прибыли.

Для выхода из сложившейся ситуации отечественным розничным торговым предприятиям необходимо пересмотреть свою ассортиментную политику с тем, чтобы быть в состоянии удовлетворить потребности в кожаной обуви всех представительниц прекрасного пола в обуви, соответствующей реальному сезону носки.

Е.Н. Чернигина
БГЭУ (Минск)

АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ В СФЕРЕ ОБРАЩЕНИЯ

Актуальность вопроса, касающегося оценки качества товаров, в настоящий момент является бесспорной. Сейчас в республике имеется совокупность институтов, занимающихся стандартизацией и сертификацией продукции, т.е. осуществляющих непосредственные функции по формированию нормативной базы документов для системы контроля качества това-