

The consumer is the central object in the economy, all the economic activities are undertaken to satisfy the needs of the consumer, but once he has purchased a „commodity” he is entirely forgotten.

The consumer needs our expert help how to use the properties and utility of the purchased product in the optimal way. This most important period of products’ life, including its disposal can be understood in terms of product management and remembering that what concerns us the most is — quality management .

The second issue of top importance is: **Ecoquality**.

The good quality of the natural environment is the main condition for our survival. We have to accept and remember that: **we are the immanent part** of the natural environment !

The ecological issues are and will remain the main problems to be solved because there is no good quality without satisfying the ecological requirements.

Since the first report of the „Club of Rome” in the 50-ties and the oil crisis in the 70-ties we know that the era of careless exploitation came to the end.

Now we should accept as a challenge also for commodity science — quality science the issue formulated recently again by the „Club of Rome”:

“Double the welfare — reduce twice the use of natural environment”,

achieving in this way fourfold increase of economical effectivity and better quality of life .

E.U. von Weizsäcker, A.B. Lovis, L.H. Lovis, “Factor Four. Doubling Wealth, Halving Resource Use”, Earthscan Publications LTD, London, 1998.

<http://edoc.bseu.by>

## **ИЗМЕНЕНИЯ В ИДЕОЛОГИИ ПОДГОТОВКИ ТОВАРОВЕДОВ**

*Брилевский О.А.*

### **Белорусский государственный экономический университет**

В последние 15 лет происходила активная трансформация идеологии подготовки специалистов товароведного профиля, в целях поиска места и роли научного и практического товароведа в изменяющемся общественном разделении труда в цепи движения продукции от момента ее создания до конечного использования.

В Советском Союзе, на Постсоветском пространстве в странах Восточной Европы подготовка специалистов товароведного профиля осуществлялась по следующим специальностям:

товароведение и организация торговли (до 1985 г., СССР);

товароведение (1985-1992 гг., СССР);

коммерческая деятельность (с 1993 г. по настоящее время, Беларусь, Украина);

товароведение и экспертиза (с 1993 г. по настоящее время, Россия, Украина);

создание и сохранение качества (с 1990 г., Польша).

Соответственно в дипломах специалистов после окончания вуза записывалась квалификация следующих вариантов: товаровед высшей квалификации, товаровед-инженер, товаровед-коммерсант, товаровед, товаровед-эксперт.

Во многих странах дисциплина “товароведение” в чистом виде или отдельные разделы традиционного товароведения читаются при подготовке экономис-

тов разного профиля (Германия, Италия, Великобритания и др. страны Западной Европы).

В любом случае просматривается потребность в знаниях продукта-товара-продукта для тех, кто соприкасается с ним в профессиональной деятельности или для тех, кто является конечным потребителем. В силу разделения труда, существования пространственных и временных разрывов в цепи проектирования, создания и потребления продуктов сфера применимости специалиста знающего товар (продукт) имеет достаточно широкий спектр — от производственного сектора, до сектора потребления.

С одной стороны удобно, когда специалист имеет широкие возможности по трудоустройству. С другой стороны, такая ситуация создает определенные сложности для вузов при разработке учебных программ и другой учебно-методической документации. В любом случае постоянно ощущается потребность в более адресной привязке. Об этом свидетельствуют материалы многочисленных конференций последних лет. В частности, оценка состояния и перспективы развития товароведения активно обсуждались на двух последних конференциях:

на 12-м Симпозиуме международной ассоциации товароведов и технологов (IGWT), состоявшемся в сентябре 1999 г. в Познань-Гдыне (Польша) “Качество в 21 столетии”;

Международной конференции “Товароведение — наука, практика и перспективы развития в условиях рынка”, состоявшейся в ноябре 1999 г. в Киеве (Украина).

Материалы указанных конференций констатируют:

- **“качество”** и **“управление качеством”** будут являться в обозримом будущем основными факторами успеха и главными механизмами в обеспечении и повышении конкурентоспособности субъектов хозяйствования, как на национальных, так и на международных уровнях;

- **“товаровед”**, как специалист по продукции и товарам, и как **связующее звено** между производителем и потребителем, станет выполнять роль **идеолога** при создании качественной промышленной продукции и **помощника** в рациональном использовании ее конечными потребителями, **обеспечении** тем самым общественного стремления к реализации понятия **“качество жизни”** через качественные товары и услуги и благоприятную **среду обитания**.

- сложившиеся в отдельных странах названия специализаций — это не что иное, как окраска товароведа, связанная с разделением труда на национальных рынках образовательных услуг;

- для отражения места и роли товароведной науки на современном этапе и значимости для нее понятий “качество” и “управление качеством” все чаще начинают использоваться словосочетания “товароведная наука-наука о качестве (управлении качеством)” (“Commodity Science-Quality Science”). В названия подразделений (факультетов, кафедр) в университетах начали включать слова “управление качеством”. Например, “Commodity Science-Quality Management” (Товароведение-управление качеством). Это сделано в Польше, Румынии, Японии, США.

Посещение Факультета товароведения (март 2000 г.) Познаньского университета экономики (Польша), где в настоящее время работает Президент Международной ассоциации товароведов и технологов, укрепила понимание того, что свое место и нишу на рынке образовательных услуг и направления научной деятельности следует фиксировать и защищать четким указанием в названиях подразделений,

чтобы другим было понятно на что мы претендуем, да самим было ясно чем заниматься. В порядке поиска направлений подготовки специалистов на Факультете товароведения предполагается в ближайшее время ввести такие специальности, как "продуктовый менеджмент" и "управление качеством". Таким образом, наряду с подготовкой специалистов по традиционной специальности "создание и сохранение качества" добавляется еще поле деятельности, где могут работать специалисты, которых раньше называли "товаровед".

Поиски продолжаются. По меньшей мере это видно по программе 13-го симпозиума IGWT, который состоится в Словении осенью 2001 г, где предусматривается широкое обсуждение проблем и технологического развития, и проблем качества товаров, и проблемы экологической безопасности и ряд других. Чувствуется, что проблема "товароведение" приобретает комплексный характер. Решение ее зависит, вероятно, в первую очередь, от активного поиска места на рынках труда.

## **ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОТЕЧЕСТВЕННОЙ УПАКОВКИ**

*Власова Т.Н., Хухлуха Г.М.*

**Гомельский кооперативный институт,\*  
Институт механики металлополимерных  
систем НАН Беларуси**

В условиях нестабильной экономической ситуации в Беларуси, сопряженной с трудным процессом продвижения страны по пути становления рыночной экономики, необходимо совершенствование национальной системы государственного управления качеством продукции с учетом мировых достижений и тенденций. Одним из важнейших принципов этой системы является обеспечение управления качеством на всех стадиях жизненного цикла продукции. Согласно международному стандарту ГОСТ Р ИСО 9004-1-94 "Общее руководство качеством и элементы системы качества" жизненный цикл продукции определен как "петля качества" и разделен на одиннадцать этапов. К седьмому этапу этого цикла, назначением которого является сохранение достигнутого уровня качества, наряду с хранением, относится упаковка.

В новых экономических условиях, когда возрастают требования потребителей к качеству и удобству пользования товаром, возникает конкуренция за наиболее престижные места на рынке, упаковка становится все более значимой и рассматривается в различных аспектах. Прежде всего, как материал, предназначенный для защиты продукции от повреждений и потерь, а также как товар с особыми свойствами и функциями и элемент маркетинга. Поэтому наряду с вопросами качества продукции особую актуальность приобретает проблема качества упаковки.

Пренебрежение качеством упаковки чревато не только убытками. В большинстве международных контрактов отдельным пунктом значиться "упаковка и маркировка продукции". Несоблюдение требований в этой области ведет к штрафным санкциям и расторжению контракта с предприятием-изготовителем. Напро-