

% потребителей отмечают факты различных повреждений из-за неправильного хранения и ухода. Среди них: коробление (64,7%), плесневение (16,7%) и повреждение обуви молью (12%). Подобное положение характерно и для эксплуатации других товаров: трикотажных, меховых, мебели и т.д.

<http://edoc.bseu.by>

## **О РОЛИ ТОВАРОВЕДНЫХ ДИСЦИПЛИН В ФОРМИРОВАНИИ СПЕЦИАЛИСТА КОММЕРСАНТА**

*Платонов В.Н.*

**Белорусский государственный экономический университет**

С переходом к рыночным отношениям роль товароведения в подготовке коммерсантов по специализации “Коммерческая деятельность на рынке товаров народного потребления” должна быть заметно усилена.

Как известно, товар обладает двумя важнейшими свойствами — стоимостью и потребительной стоимостью. При административно-командной системе стоимость товара, а следовательно и его цена определялись в основном уровнем затрат по его производству и реализации. Потребительная же стоимость, включающая потребительские свойства товаров (функциональные, эстетические, экологические, экономические и т.п.) по существу в ценах учитывались недостаточно или вовсе игнорировались. В торговлю поступали товары с заранее определенными преysкурантными ценами без учета потребительских свойств.

Картина существенным образом меняется с переходом торговли к рыночным отношениям, когда цена на товар определяется торговым предприятием непосредственно с учетом рыночных факторов: спроса и предложения, потребительских свойств, качества продукции, ее конкурентоспособность и т.п. Кроме этого на уровень цен оказывают влияние и другие характеристики товаров: ассортимент, упаковка, маркировка, сохраняемость, транспортабельность и др., изучением которых занимается товароведение.

Таким образом, специалисты торговли должны хорошо знать товар, его потребительские свойства, чтобы правильно определять уровень спроса на него и цену. Все это предопределяет необходимость усиления товароведной подготовки коммерсантов-экономистов. Ранее в учебных планах по специальности “Экономика торговли” только предусматривалось изучение общего курса товароведения, что крайне недостаточно для знания потребительских свойств товаров.

В связи с этим в новые учебные планы ВУЗов по специализации “Коммерческая деятельность на рынке товаров народного потребления” введены отдельные курсы “Товароведение продовольственных товаров” и “Товароведение непродовольственных товаров” с написанием курсовой работы и значительным увеличением сетки часов. Значительное место отводится также таким важным дисциплинам как “Стандартизация и сертификация товаров”, “Управление качеством товаров”, без знания которых цивилизованная торговля сегодня просто немыслима.

Кроме этого, блок товароведных дисциплин заметно пополнен за счет таких курсов, как “Производственные технологии”, “Охрана труда”, “Экология”, “Безопасность жизнедеятельности” и др., способствующих более глубокому и всестороннему изучению отдельных сторон потребительской стоимости товара. Некоторо-

рые данные из этих областей знаний по отношению к товарам являются нормативными, т.е. обязательными при проведении экспертизы товаров, оценки качества и установлении правил их продажи.

Таким образом, усиление товароведной подготовки является основополагающим фактором как при изучении покупательского спроса и проведении экспертизы товаров и установлении цен, так и для их успешного продвижения от производителя к потребителю.

## **СОСТОЯНИЕ РАБОТ ПО СЕРТИФИКАЦИИ ТОРГОВЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

*Русецкая Э.П.*

### **Белорусский государственный экономический университет**

Сертификация в настоящее время является важнейшим инструментом рыночной экономики. В мировой практике она осуществляется не один десяток лет, накоплен значительный опыт. Однако эти работы, в основном, относятся к сертификации продукции. Сертификация услуг только начинается, хотя необходимость ее ничуть не меньше, чем в сфере производства продукции. В сертификации услуг заинтересованы и потребители, и поставщики.

По данным ИСО в последние годы объемы реализованных услуг в 3-4 раза превышают объемы продаж товаров. В этих условиях потребители, безусловно, заинтересованы в том, что они пользуются безопасными, безвредными, качественными услугами, которые соответствуют установленным требованиям.

С другой стороны, в условиях серьезной конкуренции поставщики услуг заинтересованы в их сертификации, как средстве повышения конкурентоспособности предприятий сервиса. По данным ИСО эта часть рынка составляет весьма значительную долю:

Государство	Доля населения, занятого в сфере услуг, %
США	72,5
Голландия	71,0
Швеция	68,5
Великобритания	65,0
Венесуэла	67,4
Колумбия	73,0

В России этот показатель составляет 41, в Польше 54,3, Белоруссии 32 %.

Сертификация услуг имеет свои особенности, из-за которых невозможно механически перенести хорошо отлаженную процедуру сертификации продукции на услуги. Например, услуги нельзя упаковать, сохранить и транспортировать для последующих испытаний. До последнего времени не было четкого терминологи-