

заключается в том, что преподавателю в отведенный промежуток времени необходимо сформулировать проблему, наметить возможности ее разрешения, обосновать доказательства правильности выбранного решения.

Достоинством такой формы чтения лекций является то, что она носит форму диалога между преподавателем и студентом. Обе стороны активно участвуют в обсуждении вопросов. Чтение проблемных лекций по бухгалтерскому учету целесообразно проводить для студентов выпускных курсов или слушателей ВШУБ. Они обладают достаточным объемом знаний, необходимым для участия в дискуссии. Кроме того, многие студенты к этому времени уже имеют практические навыки, так как работают бухгалтерами в коммерческих организациях, проходили производственную практику на предприятиях и вплотную соприкоснулись с будущей профессией.

Чтение проблемных лекций для студентов, только постигающих основы бухгалтерского учета, преждевременно, так как они еще не достаточно подготовлены теоретически для восприятия и понимания важности проблемы, не говоря уже об ее обсуждении и участии в принятии правильности решения, хотя обратить внимание на проблему по данному вопросу вполне правомерно. Чтение проблемных лекций по бухгалтерскому учету способствует обеспечению формирования высокопрофессионального специалиста, который способен творчески мыслить, постоянно пополнять свои знания и в тесном сотрудничестве с преподавателем находить правильные ответы на вопросы, которые ставит экономическая теория и практика.

В.И. Иванцов, БГЭУ (Минск)

**УСИЛЕНИЕ ТОВАРОВЕДНОЙ ПОДГОТОВКИ —
ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Современная ситуация на рынке товаров характеризуется несовершенством торгового ассортимента по большинству групп товаров. Это обусловлено снижением их выпуска и одновременно неуправляемым заполнением рынка продукцией различных коммерческих структур, зачастую невысокого качества. Причинами последнего являются: несоответствие товаров требованиям стандартов, завышенное содержание вредных примесей, просрочен-

ные сроки реализации. Часто неудовлетворительно и качество импортных товаров. Массовый характер приобрели факты производства и реализации фальсифицированных товаров. Многие товары не имеют сертификатов качества или сопровождаются поддельными. Из ассортимента вымываются недорогие товары для детей и лиц пожилого возраста.

Анализ выявил также глубокие проблемы формирования ассортимента товаров. Сложилась парадоксальная ситуация: в промышленности и на торговых предприятиях всех форм собственности растут товарные запасы, а потребитель не может найти и приобрести нужный ему товар, поскольку везде одинаковый и узкий ассортимент низкокачественных товаров.

При переходе к рынку существенно изменяются функции торговых работников. Не имея централизованных фондов, они сами должны определять производителей товаров из их многообразия, самостоятельно формировать оптимальный ассортимент товаров высокого качества и совершенных конструктивных решений. Это заметно повышает требования к квалификации специалистов торговли, их умению применять новые методы работы с товаром и потребителем. Первоочередным является освоение оценки уровня конкурентоспособности товаров. Кроме того, специалисты коммерческого дела должны определять ассортиментную политику, ориентированную на производство новых, в том числе перспективных товаров. Торговля должна иметь научно-методическое подразделение (управление ассортиментом и качеством товаров), которое обеспечивало бы перспективные задачи освоения принципиально новых изделий, а также товаров с заданными (перспективными) характеристиками качества. Предприятия промышленности на основе отмеченных рекомендаций торговли должны формировать свои производственные программы по обеспечению требований выпуска товаров необходимого ассортимента и уровня качества.

Отмеченные выше направления должны, безусловно, реализовываться совместными усилиями различных служб сферы торговли. При этом для высшей школы возникает необходимость более углубленной подготовки специалистов для коммерческой деятельности, особенно в плане товароведной подготовки. В этой связи ценны и актуальны и ныне разработки философа и экономиста И.Г. Людовицы (1756) о содержании системы знаний торговых работников. Он подразумевал под системой торговых знаний вместилище всех торговых наук по их естественному между собой сопря-

жению: знание товара; торговой науки; счетоводства или ведения купеческих книг.

Одно из направлений учета реалий рынка — качественное повышение уровня общей и специальной подготовки специалистов, особенно товароведной. Однако несоответствие материально-технической базы, дефицит учебного времени определяют поиски выхода в интенсификации самостоятельной исследовательской работы студентов.

На кафедре товароведения непродовольственных товаров БГЭУ среди проблемно-поисковых методов обучения важнейшее место занимают исследовательские методы обучения, особенно такие их разновидности, как анализ, решение конкретных проблемных товароведных ситуаций, элементы игрового проектирования, разыгрывание ролей и деловые игры.

Н.М. Несмелов, Г.В. Жикина, БГЭУ (Минск)

НОВЫЕ ФОРМЫ ЗАНЯТИЙ ПО ИЗУЧЕНИЮ АССОРТИМЕНТА НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Из трех классических блоков задач товароведения — по изучению потребительных свойств и оценке их качества, изучению и формированию ассортимента; сохранению потребительских свойств товаров — особое место отводится проблематике ассортимента на рынке товаров, его оптимизации. В этом плане ассортимент должен: отражать особенности спроса потребителей товаров; обеспечивать комплектность при выборе и покупке товаров; иметь достаточную полноту, широту и устойчивость; способствовать росту товарооборота торгового предприятия, ускорению оборачиваемости товаров, повышению прибыли и т.д.

В структуре лабораторно-практических занятий по курсу «Товароведение непродовольственных товаров» много тем по проблематике ассортимента. В основу всего процесса обучения, как и при изучении ассортимента, кафедра вводит исследовательско-обучающий подход. Его можно свести к трем направлениям: обеспечение выработки у студентов способностей к самообразованию; развитие творческих способностей и мышления, обеспечивающих овладение методами и навыками научно-исследовательской работы; адаптация студентов к постоянно изменяющимся состояниям рынка и его важнейшего элемента — ассортимента.