

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.

<http://edoc.bseu.by>

*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-

ров. Это Госстандарт, Управление стандартизации, метрологии, сертификации, Белорусский государственный институт стандартизации и сертификации, центры стандартизации и метрологии. Но, анализируя факт того, что при проверках в 2001 г., проведенных Госстандартом как органом, непосредственно контролирующим осуществление надзорной функции, было обнаружено порядка 40 % товаров, не соответствующих требованиям нормативной базы, следует сделать следующий вывод: необходима доработка, а то и разработка систем, обеспечивающих более высокий уровень качества. Исходя из современных тенденций, речь может идти о совершенствовании новых подходов для нашей республики при формировании критерия "качество". Второй фактор, влияющий на внедрение нового подхода, состоит в том, что в условиях свободной рыночной экономики нельзя ожидать, что предприятие будет выбрано на роль поставщика или предпочтено обычным рядовым покупателем только на основании того, что его продукция соответствует стандартам и обеспечивает минимальный уровень безопасности. Потребитель выберет того, кто сможет предложить ему большую "ценность за деньги". Непосредственно система сертификации может пригодиться там, где она требуется как входной билет для участия в конкурентной борьбе. Но после того, как предприятие вышло на рынок (свободный рынок), только его способности вести конкурентную борьбу по предоставляемой потребителям ценности, затратам и срокам, будут определять его выживаемость и успех. Это достаточно актуально для наших предприятий, особенно в том случае, если мы хотим выпускать продукцию, конкурентоспособную не в разрезе определения "цена", но и в разрезе "качество", т.е. ту продукцию, с которой можно выйти на уровень мирового рынка.

На мой взгляд, способствовать как этому, так и автоматическому повышению уровня качества самих товаров, будет внедрение новой, сквозной системы формирования качества, которая подразумевает контроль над товаром не только на определенном участке его обращения на рынке. Главное — это контроль всей технологической цепи, проходящей через межведомственные и межтерриториальные барьеры, причем с упором контроля на "критических точках". В разработке этой системы можно ориентироваться на опыт Европейского сообщества, которое ведет борьбу с недоброкачественной продукцией с 1985 г. (закон "Об ответственности изготовителя за выпуск дефектной продукции"), опираясь на разработанное семейство стандартов ISO 9000, и адаптируя его к современным отечественным условиям. Применение европейских стандартов — добровольное дело. Основные требования — безопасность, безвредность, экологичность продукции и производства. Вопросы качества, и, как следствие, конкурентоспособности, становятся естественной заботой самих производителей. В системе свободной экономики работает принцип Деминга: "Выживание — дело добровольное". В наших условиях требования пока еще не столь высоки, но в перспективе работа над данной проблемой будет весьма актуальна. Внедрение новых подходов к формированию критерия "качество" позволит не только повысить выживаемость предприятия на рынке, не только существенно и значительно улучшить его продукцию, но и позволит значительно удешевить производство и процедуру контроля за качеством товаров.