

продергивают полоски скрученной меховой «нити», например, из полуфабриката меха норки и полотно получается двусторонним;

– «Плетение». Это способ ручного соединения меховых полос («нитей»), где полосы переплетаются под прямым или косым углом. Для изготовления различных декоративных деталей изделия используется плоское плетение. Круглым плетением можно создавать различные аксессуары, такие как шнуры, браслеты, пояса.

Использование выше перечисленных методов и приёмов позволит получать изделия современного дизайна, например, боа из меха лисицы, изделия с рисунком «Шахматная доска» или «Мозаика» на основе комбинации меха лисицы или песка с замшей. Меховая бахрома из лисицы применяется для создания легких и модных воротников, аксессуаров. Изменяя направление и длину остевого волоса меха лисицы (эффект «волны»), можно на единой конструктивной основе выработать изделия различные по форме и объему. «Лисьи цепочки» позволяет добиться удлинения остевого волоса мехового полуфабриката лисицы. «Меховая чешуя» позволяет иметь сложный фактурный эффект у полуфабриката лисицы, стилизованного по виду под кожи рептилии.

Специфика мехового производства предполагает объединение художественных приемов современного дизайна, достижений науки и технологии при создании инновационных современных меховых изделий.

Список использованных источников

1. Морозова, М.В. Развитие и становление дизайна современных меховых изделий на основе инновационных технологий / М. В. Морозова // Дизайн. Материалы. Технология. – 2010. – №2 (13). – С. 7–11.
2. Целикова, Л.В. Инновационные аспекты в реализации контроля качества продукции /Л.В. Целикова //Материалы Международной научно-практической «Современные тенденции развивающегося общества: проблемы экономики, права, экологии» (Москва, июнь 2014). – М.: МФ ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2014. – С. 133–136.

УДК 330:337.012

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ АСПЕКТЫ В ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОЖАНОЙ ОБУВИ

Целикова Л.В., доц., Шишко Ж.И., студ., Сташкевич В.В., маг.

*Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации,
г. Гомель, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрены основы потребительской оценки и покупательские предпочтения при совершении покупки кожаной обуви, их роль в формировании конкурентоспособности данных товаров.

Ключевые слова: проблема, качество, обувь, конкурентоспособность, предпочтения, респонденты, выборка, результат.

Нами оценивалась конкурентоспособность отечественной обуви с позиции потребителя на рынке региона в сравнении с обувью зарубежных компаний, фирм, а также совместных предприятий и обществ с ограниченной ответственностью из России [1, с.134].

При выборе и обосновании критериев оценки, кроме субъективных суждений, построенных на анализе теоретической базы, мы использовали данные социологического опроса различных групп респондентов.

Объем первоначальной выборки опрашиваемых рассчитывался исходя из допустимой погрешности $\Delta = 5 \%$, доверительной вероятности $F(t) = 95 \%$, дисперсии $\sigma = 0,5$ по формуле 1 и составил 361 человек.

$$n = \frac{t^2 \times \sigma^2}{\Delta^2} = \frac{1,9^2 \times 0,5^2}{0,05^2} = 361$$

Среди опрашиваемых 121 человек, то есть 1/3 выборки, составили практические работники торговли (как покупатели), 240 человек – собственно покупатели (контингент

различных профессий).

По уровням образования выборка характеризуется следующими данными: 61 % респондентов имели высшее образование, 5 % – научную степень, 25 % – среднее специальное образование, 9 % – среднее образование.

По стажу работы опрашиваемых 31 % люди со стажем работы до 5 лет, 37 % – от 5 до 15 лет, 32 % – свыше 15 лет. 51 % респондентов – руководители, 29 % – административно-управленческий персонал, 13 % – научные работники и преподаватели институтов и техникумов, 7 % – обслуживающий персонал (продавцы, рабочие, лаборанты, водители и т. д.).

Опрашиваемым предлагалось на основании открытой анкеты назвать наиболее существенные, на их взгляд, составляющие качества и конкурентоспособности обуви и проранжировать их по степени значимости: важному присвоить место n, следующему n-1 и т. д.

В ходе обработки анкет выделены следующие наиболее значимые для потребителя критерии оценки: технический уровень качества обуви, дизайн моделей обуви, дизайн и полнота маркировки, дизайн и качество упаковки, имидж торговой марки, реклама, коммерческие характеристики, срок службы, сервисные услуги.

Полученные результаты (табл. 1) свидетельствуют, что по уровню качества белорусская обувь не уступает обуви зарубежных аналогов. В этом единодушны все респонденты.

Данный положительный аргумент подтверждает и анализ рекламационных сведений на производстве и в торговле, анализ данных технического брака региональных предприятий (СП «Батичелли», ГРОУП «Труд», ООО «Ивента») и в целом по отрасли.

Таблица 1 – Оценка конкурентоспособности кожаной обуви

Критерии оценки обуви	Отечественная обувь на рынке Республики Беларусь			Импорт обуви из России		
	Оценка в баллах	Значимость	Результат	Оценка в баллах	Значимость	Результат
Технический уровень качества обуви	5	10	50	4	10	40
Комфортность обуви	4	7	28	3	7	21
Дизайн моделей обуви	3	9	27	5	9	45
Дизайн и информативность маркировки	3	2	6	4	2	8
Дизайн и качество упаковки	2	5	10	5	5	25
Коммерческие характеристики обуви	4	6	24	1	6	6
Срок службы	4	1	4	2	1	2
Сервисные услуги	2	3	6	2	3	6
Реклама	1	4	4	4	4	16
Имидж торговой марки	4	8	32	5	8	40
ИТОГО:	-	-	191	-	-	209

Положительно, что отечественная обувь имеет хороший срок службы, коммерческие характеристики. Это свидетельствует о том, что обувь белорусских производителей не фальсифицирована на потребительском рынке республики, изготавливается из высококачественного сырья при умеренной цене, ориентированной на среднестатистическую заработную плату.

Несмотря на то, что белорусская обувь обладает желаемым качеством, комфортностью, многие модели требуют совершенствования в плане соответствия дизайна моделей, упаковки современным направлениям моды.

Полагаем, что резервом повышения конкурентоспособности должны стать также и

маркетинговые составляющие. Это – сервисные услуги, реклама. Известно, что на западном рынке маркетинговые рычаги способны принести 25 % успеха конкурентоспособности обуви.

Отечественная обувь слабо рекламируется. Так же 47 % опрошенных указали, что после посещения фирменных предприятий по торговле отечественной обувью, они посещают иные предприятия и совершают комплексную покупку, в том числе и сопутствующих товаров, получая при этом максимум внимания со стороны вежливых продавцов в форменной одежде. Фирменный цвет, стиль, знак, упаковка и другие атрибуты маркетинговой концепции конкурентоспособного товара побуждают многих из опрошенных чаще посещать данное торговое предприятие.

Список использованных источников

1. Целикова Л.В. Инновационные аспекты в реализации контроля качества продукции /Материалы Международной научно-практической «Современные тенденции развивающегося общества: проблемы экономики, права, экологии» (Москва, июнь 2014). – М.: МФ ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2014. – С. 133 – 136.

УДК 664.637.13.07

ТОВАРОВЕДНЫЕ АСПЕКТЫ МОЛОЧНЫХ НАПИТКОВ В ПИТАНИИ НАСЕЛЕНИЯ

Чернигина Е.Н., асс.

*Белорусский государственный экономический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

Реферат. *Важнейшим аспектом товароведения продовольственных товаров является удовлетворение растущего интереса потребителей к пищевым продуктам, обогащенным ценными компонентами. В этой связи интерес представляет разработка молочного напитка с добавлением мёда на основе обезжиренного молока. Данная продукция позволяет расширить ассортимент нежирных молочных товаров, обеспечив при этом организм человека биологически активными веществами, используя при производстве отечественное сырье.*

Ключевые слова: «функциональное питание», переработка вторичного молочного сырья, обезжиренное молоко, молочный напиток.

Обеспечение населения продовольствием в оптимальном по научным нормам количестве, качестве и ассортименте, содержанию в рационе пищевых веществ было и остается одной из самых актуальных задач суверенных государств и мирового сообщества.

Здоровье человека в значительной степени определяется качеством потребляемых им продуктов. Продукты питания, содержащие необходимое и сбалансированное количество важнейших пищевых компонентов, способствуют нормальной жизнедеятельности, повышают устойчивость организма к воздействию неблагоприятных факторов окружающей среды и стрессов различного характера. Несмотря на то, что качество и безопасность продуктов питания – это важнейшие факторы, определяющие здоровье населения, необходимо учитывать и аспекты, связанные с современным образом жизни и достижениями НТП.

На данном этапе развития общества безусловным является факт сокращения потребности в пище как источнике энергии. В первую очередь, это связано со значительным сокращением физических нагрузок вследствие развитой инфраструктуры и внедрением достижений научно-технического прогресса.

Тем не менее, наряду с отмеченным сокращением потребности в пище как источнике энергии (по данным некоторых исследователей, до 30 %), потребность человека в биологически активных веществах (витаминах, минеральных веществах, прочих микронутриентах) и их физиологических свойствах осталась на том же уровне. Параллельно с этим содержание биологически активных веществ в продовольственных товарах также не изменилось. Данная ситуация вызывает две разнонаправленные тенденции: первая связана с сокращением потребления пищи в целях профилактики избыточной массы тела, вторая – с обеспечением поступления достаточного количества пищевых веществ, обладающих выраженной биологической и физиологической