

Студ. Горячева Н.Г. 44  
 ст. преп. Васильева М.А.  
 доц. Бакланов Н.Н.

## ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА НА ТОВАРЫ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ПРИМЕРЕ АП "ВИТГОРПРОМТОРГ"

Изучение спроса является составным элементом маркетинговых исследований в условиях рынка. В настоящем исследовании предпринята попытка анализа спроса на товары легкой промышленности. Анализ проводился по статистическим данным АП "ВИТГОРПРОМТОРГ" в стоимостном выражении, приведенным к некоторому базовому моменту времени с учетом индекса цен и деноминации. Объектом исследования выбраны такие товарные группы как одежда и белье, верхний и бельевой трикотаж, обувь (кожаная, текстильная и комбинированная), которая в общем объеме товарооборота товаров легкой промышленности составляют более 83%. Использование экономико-математических методов и специальных программ на ЭВМ позволило провести анализ и построить случайные функции изменения спроса во времени по анализируемым товарным группам. С использованием построенных случайных функций получен прогноз спроса на 1996 год в ценах января 1996 года.

Полученные результаты могут быть использованы торговыми предприятиями города Витебска и Витебской области для научно-обоснованного планирования товарооборота и решения других товароведческих задач.

УДК 685.31

Студ.: Дорофеева Е.А., 45  
 Скребло О.Г. 46  
 асс. Шеремет Е.А.

## ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОМФОРТНОСТЬ ОБУВИ И МЕТОДЫ ЕЕ ОЦЕНКИ

Комфортность является одним из важных показателей качества обуви. Анализ априорной информации позволил выделить три основные группы факторов, влияющих на комфортность: физиологические, гигиенические, антропометрические.

Для оценки комфортности используют различные показатели, определяемые как прямыми, так и косвенными методами. Однако до настоящего времени стандартные методы оценки комфортности не разработаны (за исключением определения массы и гибкости).

На кафедре "Товароведение" разработан электрический метод определения температуры и влажности внутриобувного пространства. Он основан на использовании микродатчиков, которые размещаются в геленочной части обуви под сводом стопы. При этом для определения температуры внутри обуви применяются терморезисторы, а для влажности - датчики сорбционного типа. Разработанный метод позволяет, не применяя сложного оборудования, определить параметры микроклимата обуви в процессе ее эксплуатации и может быть использован для оценки качества изделий по показателям комфортности.

УДК 658.562

Студ. Михайлова С.Л. 47  
 доц. Щербаков В.В.  
 асс. Махонь А.Н.

## АНАЛИЗ СИСТЕМ СЕРТИФИКАЦИИ ПРОДУКЦИИ

Международный комитет ИСО СЕРТИКО в 1980 году подготовил документ "Сертификация. Принципы и практика", в котором приведена классификация систем

сертификации третьей стороной. Системы сертификации строятся на двух элементах: испытания и оценка системы обеспечения качества на предприятии.

Рейн-Вестфальское общество технического надзора (РВТЮФ, Германия) одним из основополагающих принципов обеспечения качества считает профилактику появления дефектов на всех стадиях жизненного цикла продукции. Основные положения его таковы: контроль не повышает качества, он предназначен для отделения хорошей продукции от плохой; контроль повышает стоимость изделий; контроль нужен только там, где технологические процессы являются нестабильными; контроль - плохая подмена совершенствования изделий и методов их изготовления.

В связи с созданием национальной системы сертификации возникает ряд проблем, и одна из самых важных - обеспечение международного признания в рамках этой системы. Развитие сотрудничества с РВТЮФ может дать ключ к решению этой проблемы.

УДК 374.7:658

*Студ. Петров В.  
асс. Атамалиева Л.А.*

### **ОБЗОР БЕЛОРУССКОГО РЫНКА РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ**

Реклама - двигатель прогресса. Реклама представляет собой неличные формы коммуникации, осуществляемые через посредство платных средств распространения информации, с чётко указанным источником финансирования.

Рекламные деньги поступают в самые разные средства распространения информации: журналы и газеты, радио и телевидение, наружные экспозиции (щиты, плакаты, вывески), каталоги, справочники и т.д. У рекламы множество применений. Ею пользуются для формирования долговременного образа организации (престижная реклама), для долговременного выделения конкретного товара (реклама марки), для распространения информации о продаже, услуге или событии (рубричная реклама), для объявления о распродаже по сниженным ценам (реклама распродаж) и для отстаивания конкретной идеи (разъяснительно-пропагандистская реклама).

Кроме основных понятий рекламной деятельности рассмотрены организации по рекламе РБ, сделано сравнение рекламы в США и в РБ.

УДК 658.261/262

*Студ. Земляников Б.  
доц. Бочко И.Ю.*

### **ТЭК БЕЛАРУСИ ПРОГНОЗЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Республика Беларусь обеспечена собственными энергоресурсами на 10%. Остальная часть энергоресурсов ввозится из-за рубежа. Основным поставщиком топлива является Россия. Её энергоресурсы самые дешёвые, кроме того, решена проблема транспортировки. Так что в будущем Россия будет основным поставщиком топлива. Отрасли энергоэнергетики и нефтепереработки республики требуют реконструкции и значительных капиталовложений. Проблему обеспечения электроэнергией можно было бы решить, построив АЭС, но тут свою роль сыграл фактор Чернобыля. Поэтому на ближайшее время самым перспективным является развитие газотурбинных установок, тем более что газ самый дешёвый вид топлива.

Для привлечения средств на модернизацию отраслей ТЭКа правительство планирует провести приватизацию предприятий ТЭКа, оставив 50% акций под своим контролем.