

Л и т е р а т у р а

1. Цвелодуб В.П. О некоторых вопросах теории ассортимента промышленных товаров. - В кн.: Научные основы формирования ассортимента промышленных товаров в розничной торговле: Тез. докл. Всесоюз. науч.-техн. семинара в г. Минске 29-31 октября 1974 г. М., 1974. 2. Крюк Л.В. Факторы, влияющие на формирование ассортимента и развитие производства мебели. - В сб.: Товароведение и легкая промышленность. - Мин.: Вышэйшая школа, 1980, вып. 6.

УДК 611.9.87К90

Е.Г.Кулакова, З.А.Соболевская (БГИНХ)

О ДИНАМИКЕ СТРУКТУРЫ АССОРТИМЕНТА КИНОАППАРАТОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В БССР

С увеличением объема производства товаров народного потребления, повышением материального и культурного уровня жизни советского народа все более актуальной становится задача разработки научно обоснованной структуры торгового ассортимента товаров, в частности киноаппаратов. Структура ассортимента кинокамер, как и других товаров длительного пользования, довольно изменчива и динамична. Кроме того, под влиянием научно-технического прогресса происходят существенные качественные сдвиги в процессе производства кинокамер, что проявляется в появлении принципиально новых моделей и модернизации выпускаемых.

Увеличение темпов роста производства фотокиноаппаратов в СССР в последние годы и рост денежных доходов трудящихся привели к значительному увеличению их реализации в республике. При общем увеличении реализации фотокиноаппаратов в БССР за шестилетний период в 1,84 раза реализация кинокамер выросла лишь на 16%, в то время как в целом по стране реализация их снизилась: в 1977 г. на 12 тыс. шт. по сравнению с 1970 г. [1].

Преодоление различий между уровнем жизни городского и сельского населения предполагает опережающее развитие продажи технически сложных товаров культурно-бытового назначения через сеть кооперативной торговли. Тем не менее темпы роста объема реализации кинокамер в сельской торговле ниже, чем в городской, а доля их за анализируемый период в общем объеме реализации кинокамер в республике снизилась в сельской мест-

ности на 3,1%. В значительной мере это связано с тем, что среди сельского населения менее развито и слабее популяризируется кинолюбительство. В то же время исследования показывают, что часть сельских жителей покупает кинокамеры в городах из-за недостаточно развитой материально-технической базы кооперативной торговли для продажи фотокинотоваров.

За исследуемый период произошли существенные изменения в структуре реализуемого ассортимента кинокамер по количеству моделей, формату применяемой пленки, степени автоматизации, соответствуя покупательскому спросу и другим признакам, которые в большей мере соответствуют изменившемуся спросу покупателей. В целом следует отметить крайне узкий ассортимент кинокамер на рынке республики. Если в начале исследуемого периода ассортимент их был представлен 14 моделями, то к концу – только 8. Из них хорошо обеспечены выделенными фондами лишь модели "Кварц 1 x 8С" и "Кварц 2 x 8С-3", что и послужило росту продажи первой модели в 4,4 раза, второй – 3,6 раза. Снижение доли в общем объеме реализации по моделям камер "Красногорск-2" и "Красногорск-3" произошло из-за недостаточного предложения. Высокая цена камер "Киев-16У", "Киев-16УЭ", "Киев-16Э" послужила причиной ограниченного спроса на эти камеры. Этим объясняется их малый удельный вес в объеме реализации.

Основными поставщиками кинокамер в республику являются два предприятия: Ленинградское оптико-механическое объединение (ЛОМО) ("ЛОМО-214", "ЛОМО-216", "ЛОМО-218", "Аврора-215", "Аврора-217", "Аврора-219"), Киевский завод "Арсенал" ("Киев-16У", "Киев-16УЭ", "Киев-16Э"). При этом на долю камер Ленинградского объединения приходится свыше половины (51,4–82,7%) объема поставок и соответственно реализации.

Следует отметить небольшую долю новых моделей. Так, еще в 1977 г. промышленность страны выпустила такие модели камер, как "ЛОМО-200", "Кварц-2x8СЭ", но в республику они не поступали.

Одной из важнейших характеристик любого киноаппарата является формат пленки, на которую он рассчитан. От выбора формата во многом зависит качество получаемого изображения, стоимость и удобство работы с камерой. В соответствии с принятым направлением о завершении перехода любительского кинематографа на формат пленки "Супер-8" подавляющее большинство (61,7%) реализуемых в республике камер рассчитано на

Т а б л и ц а 1. Динамика структуры ассортимента кинокамер по формату применяемой пленки

Формат пленки	Удельный вес в общем объеме реализации, %					
	1974 г.	1975 г.	1976 г.	1977 г.	1978 г.	1979 г.
1 x 8	31,2	28,4	—	—	—	—
1 x 8С	2,7	26,2	57,1	81,2	93,3	61,7
2 x 8	38,2	—	—	—	—	—
2 x 8С	9,4	28,4	26,4	8,5	3,0	29,0
16 мм	18,5	17,0	16,5	10,3	3,7	9,3

формат пленки 1 x 8С (табл. 1). Это обусловлено двумя причинами: с одной стороны, преимуществами пленки этого формата перед пленками других форматов, с другой – выпуском современных кинокамер серии "Аврора" и камер семейства "Ломо", рассчитанных на пленку 1 x 8С.

Все модификации кинокамер, выпускаемые промышленностью, рассчитаны на определенный формат пленки. В связи с этим из-за недостаточности товарных ресурсов на кинопленку 2 x 8С (Шосткинский химкомбинат поставил ее лишь на 50%) не обеспечиваются нужды кинолюбителей, уже имеющих камеры этого формата, и сдерживается реализация камер с этой пленкой. Квалифицированные кинолюбители предпочитают камеры на формат пленки 16 мм, однако закуплено их недостаточно и спрос на них не удовлетворяется.

Данные реализации кинокамер по степени автоматизации (табл. 2) свидетельствуют о снижении продажи неавтоматических кинокамер. Если в середине исследуемого периода на долю этих камер приходилась примерно половина, то в 1979 г. каждая четвертая реализуемая камера была неавтоматической. Преобладают в ассортименте полуавтоматические камеры. Это обусловлено преимуществами съемки и довольно широким ассорти-

Т а б л и ц а 2. Динамика структуры ассортимента кинокамер по степени автоматизации

Степень автоматизации	Удельный вес в объеме реализации, %					
	1974 г.	1975 г.	1976 г.	1977 г.	1978 г.	1979 г.
Неавтоматические	28,9	50,3	45,5	35,7	31,0	25,0
Полуавтоматические	56,2	45,1	49,5	61,2	59,5	64,7
Автоматические	14,9	4,6	5,0	3,1	9,5	10,3

ментом выпускаемых кинокамер (5 моделей). В объеме реализации доля их возросла по сравнению с 1974 г. на 8,5%.

За последние годы заметно растет доля автоматических камер. Невысокий процент их реализации (10,5% в 1979 г.) связан с тем, что наряду с преимуществами съемки эти камеры дорогие ("Кварц 1 x 8С-2" стоит 335 руб.) или имеют ограниченную частоту съемки - 18 кадр/с ("ЛОМО-214, 218").

Выявленные тенденции являются положительными, так как автоматизация процесса съемки упрощает эксплуатацию камеры и расширяет круг кинолюбителей.

Результаты проведенного исследования позволяют сделать вывод о том, что в республике не достигнуто соответствие между спросом и предложением кинокамер. Это сказывается на их реализации, поэтому необходимость совершенствования реализуемого ассортимента очевидна.

Л и т е р а т у р а

1. Горчак В.Л., Лобко А.Г. Рынок технически сложных товаров. - М.: Экономика, 1979.

УДК 695.3.385

К.Д.Демиденко, канд. техн. наук, доцент,
М.В.Новикова, Л.Г.Авсейко (БГИНХ)

О КАЧЕСТВЕ КОЖАНОЙ ОБУВИ, ВЫРАБАТЫВАЕМОЙ И ПОТРЕБЛЯЕМОЙ В БССР, И ОРГАНИЗАЦИИ ЕГО КОНТРОЛЯ

Одним из важнейших направлений развития народного хозяйства страны на современном этапе является повышение качества выпускаемой продукции. За годы десятой пятилетки кожевенно-обувная отрасль МЛП БССР сделала значительный шаг вперед в этом направлении.

Повысилось качество вырабатываемых кож, что явилось важнейшей предпосылкой для улучшения качества обуви, ибо потребность республики в кожах удовлетворяется в основном (более 90%) за счет местного производства. Несмотря на постоянное увеличение доли крупного сырья в общем балансе кожевенного сырья, поступающего на кожевенные предприятия, сортность хромовых кож за четыре года пятилетки возросла с 80,6 до 82,5% к первосортной единице. Увеличилось производство велюра для верха обуви (в 2,4 раза), кож с новыми видами отделки (в 2,2 раза), белого цвета (в 1,2 раза). Сократился