

выявить характерные дефекты конкретных изделий каждого завода, а следовательно, позволяет определить и пути дальнейшего повышения качества фарфоровой посуды.

Таким образом, применение метода количественной оценки уровня качества товаров по показателям стандартов в практике производства фарфоровой посуды и торговли ею позволит на более высоком уровне осуществлять контроль качества и выявлять основные причины низкого качества товаров, поступающих в торговую сеть.

Л и т е р а т у р а

1. Конопелько И.А., Конончук А.Я. Новое в методике количественной оценки качества товаров по показателям стандартов. – В сб.: Товароведение и легкая промышленность. Минск: Высшая школа, 1981, вып. 8, с. 48–56. 2. ОСТ 17–84–71. Посуда фарфоровая столовая и чайная. 3. Конопелько И.А. Общая взаимосвязь между физическими величинами в безразмерной системе единиц измерения. – В сб.: Товароведение и легкая промышленность, Минск: Высшая школа, 1979, вып. 6, с. 68–74.

УДК 620.2.002.6

Л.В.Крюк, канд. техн. наук, доцент,
Е.Г.Кулакова, ст.препод.,
Л.Д.Рудаковская, ассистент,
Э.П.Русецкая, канд. техн. наук, и.о. доц.

ИССЛЕДОВАНИЕ ГРУППОВОГО И ВИДОВОГО АССОРТИМЕНТА НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ ПОВСЕДНЕВНОГО СПРОСА

В настоящее время в системе государственной торговли осуществляется ассортиментная политика, направленная на упорядочение территориального размещения промышленных товаров по розничным торговым предприятиям.

Одним из путей максимального приближения товара к потребителю является ориентация на создание устойчивого ассортимента непродовольственных товаров повседневного спроса (НТПС) в продовольственных магазинах. У нас в стране и за рубежом накопился некоторый опыт по организации торговли НТПС. Однако формированию ассортимента этих товаров не уделяется должного внимания. Вследствие этого их удельный вес в общем това-

рообороте продовольственных магазинов еще незначителен. Ассортимент часто формируется случайно, торговые площади отделов НТПС используются нерационально.

Для Белорусской ССР исследование вопросов рационализации и повышения эффективности розничной торговли НТПС в продовольственных магазинах имеет актуальный характер. Важнейшим фактором при этом следует считать необходимость формирования рационального ассортимента НТПС. Нами ранее обращалось внимание на необходимость тщательного анализа степени разнообразия ассортимента НТПС внутри каждой группы с целью более полного приближения реализуемого ассортимента к потребностям населения, исходя из возможностей того или иного магазина [1].

В данной статье при исследовании ассортимента НТПС с целью его совершенствования изучались:

- групповая и видовая структура ассортимента по перечню;
- фактический групповой и видовой ассортимент по количеству наименований, степень его соответствия перечню, наличие изделий вне перечня;
- мнения покупателей и продавцов по совершенствованию торговли НТПС.

Перечень НТПС, утвержденный городским Управлением торговли, включает 15 групп промышленных товаров. По перечню каждая группа, в зависимости от типов магазинов, имеет определенное количество видов изделий. Наибольшим разнообразием по этому показателю отличаются галантерейно-косметические, хозяйственно-бытовые товары и игрушки. Их доля в видовом разнообразии НТПС, представленном перечне, колеблется для магазинов различных типов соответственно в пределах 22,8-28,2; 25,2-28,4; 15,3-28,4%. Незначительное разнообразие видового ассортимента характерно для письменных принадлежностей (4,8-9,1%), школьно-письменных изделий (5,7-7,7%), изделий из пластмасс (4,9-8,5%). Такая группа изделий, как чулочно-носочные, отсутствует в перечне для магазинов I и II типов, а в магазинах III и IV типов представлены узким видовым ассортиментом - 2,2-2,5% (тип продовольственного магазина определяется величиной площади торгового зала; для магазинов I-V типов она составляет 100-250, 251-400, 401-600, 600-1000 и свыше 1000 м² соответственно). Спортивные товары, радиотовары представлены в перечне единичными видами изделий, что составляет 0,7; 1,2; 8,5% для магазинов III, IV и V типов соответственно.

В результате анализа фактически реализуемого ассортимента НТПС установлено, что музыкальные товары отсутствуют в ас-

сортименте магазинов всех пяти типов, хотя перечень предусматривает их наличие в магазинах V типа. Следует признать целесообразным и необходимым включение в разрабатываемый оптимальный перечень крупных продовольственных магазинов типа "Универсам" таких музыкальных изделий, как медиаторы, струны, канифоль. Необходимость этого вызвана наличием в г. Минске единственного специализированного магазина "Музыка", который удален от всех микрорайонов города. Такие товарные группы, как бельевой трикотаж, швейные товары (трусы мужские), на наш взгляд, не следует включать в перечень, так как трудно обеспечить их ростовочно-полнотный ассортимент и внутривидовое разнообразие. Чтобы удовлетворить потребность покупателей в мужских трусах, необходимо довести их внутривидовое разнообразие по крайней мере до 42 разновидностей: 7 размеров (44, 46, 48, 50, 52, 54, 56) x 2 роста (I, II) x 3 расцветки (черные, синие, цветные).

Предусмотренная перечнем группа "метизно-хозяйственных товаров" имеет с точки зрения научного товароведения неправильное название. Эту группу следует называть "металло-хозяйственные товары". Данный термин и будет использоваться нами в дальнейшем анализе. Согласно перечню, внутри данной группы для магазинов I-V типов предусмотрено 3-10 наименований изделий. По нашему мнению, нельзя считать целесообразным включение в этот перечень таких товаров, как шурупы, гвозди, реализация которых связана со специальной подготовкой (расконсервирование) и требует дополнительного торгового оборудования (весы). Однако если обеспечить соответствующую расфасовку и упаковку, то эти изделия тоже можно рекомендовать для продажи в продовольственных магазинах. Что касается приборов для окон и дверей (замки, ручки, цепочки, защелки, крючки), то они не являются товарами повседневного спроса и могут приобретаться покупателями в хозяйственных магазинах.

При анализе соответствия ассортимента промышленных товаров перечню выявлено, что полного соответствия не наблюдается ни для одной товарной группы и ни для одного типа магазина. В целом наибольшее соответствие фактического ассортимента ассортименту по перечню наблюдается для галантерейно-косметических товаров, товаров хозяйственного и бытового назначения, изделий из пластических масс, школьно-письменных товаров и принадлежностей для письма.

Фактическое количество наименований реализуемых изделий по различным товарным группам колеблется в широких пределах.

Так, по I типу магазинов реализация галантерейно-косметических товаров, товаров хозяйственного и бытового назначения, изделий из пластических масс, принадлежностей для письма по большому количеству наименований осуществляется вне перечня (68,0–200,0%). Такое положение нельзя признать удовлетворительным, а анализируемый "Минимальный перечень" – оптимальным. По II типу магазинов продажа указанных товаров в целом производится в большей степени приближения к перечню. Так, из тринадцати обследованных магазинов продажа галантерейно-косметических товаров соответствовала перечню по количеству видов в пределах 82,7–93,1%. В то же время в магазине № 20 Первомайского РПТ эти товары на момент обследования отсутствовали вообще, а в магазине № 32 Ленинского РПТ их соответствие перечню составило лишь 17,2%. Аналогичное соответствие перечню рассматриваемых товарных групп наблюдается также в магазинах III и V типов. Более значительные расхождения с перечнем характерны для IV типа магазинов (соответствие перечню не превышает 75%).

Перечнем не предусмотрены стиральные порошки, духи, одеколоны, лосьоны, лак для волос, пудра, щетки зубные, а магазины осуществляют их продажу. Вряд ли стоит считать целесообразным продажу порошкообразных СМС (из-за отсутствия во всех магазинах специализированных складов), парфюмерно-косметических товаров, оказывающих влияние на пищевые продукты или влияющих на запах этих продуктов (пудра и др.). Однако СМС являются товарами повседневного спроса, поэтому можно согласиться с их продажей в продовольственных магазинах в виде паст или жидкостей. Необходимо отметить высокую эффективность продажи во всех обследованных магазинах города зубных щеток, мешков полиэтиленовых. Тем не менее, перечень не предусматривает их продажу ни в одном типе магазинов. Такое же положение наблюдается со школьными и общими тетрадями в группе школьно-письменных товаров.

В то же время в магазинах часто встречаются не предусмотренные перечнем технически сложные, узкоспециализированные товары, требующие специальной квалификации в процессе подготовки к продаже. Например, на момент обследования в магазине № 32 Фрунзенского РПТ находились в продаже вентиляторы и пылесос.

Все это говорит о том, что в настоящее время в формировании ассортимента НТПС, реализуемых продовольственными магазинами, отсутствуют четкая организация и конкретные принципы.

Вследствие этого степень разнообразия ассортимента внутри каждой группы должна быть подвергнута тщательному анализу с целью более полного приближения реализуемого ассортимента к потребностям населения, исходя из учета возможностей того или иного магазина. В этой связи следует признать необходимым рациональное расширение ассортимента непродовольственных товаров, так как чрезмерное его расширение может привести к ухудшению удовлетворения потребностей покупателей в продовольственных товарах, снижению культуры обслуживания ими. В первую очередь следует дифференцировать состав ассортимента товаров в соответствии с типами магазинов, поэтому нецелесообразно включение в перечень, а следовательно, и в ассортимент изделий с узким специализированным назначением, которые не являются к тому же товарами повседневного спроса.

Формируя ассортимент НТПС, следует стремиться к созданию в магазинах стабильного ассортимента, а также к выработке у покупателей устойчивой привычки, традиции по совершению покупок промышленных изделий в "своем" продовольственном магазине.

Таким образом, исследование группового и внутригруппового ассортимента НТПС позволило установить, что предложенный перечень ассортимента этих товаров не является совершенным. Он составлен без учета товароведных признаков и принципов научной классификации. Кроме того, отсутствие указаний в перечне на количество видов и разновидностей способствует сужению ассортимента НТПС. Это затрудняет контроль за полнотой внутригруппового ассортимента товаров. Поэтому возникает необходимость разработки оптимального перечня НТПС для реализации их в продовольственных магазинах.

Л и т е р а т у р а

1. О формировании ассортимента непродовольственных товаров повседневного спроса в продовольственных магазинах / Н.М.Ильин, Л.В.Крюк, Е.Г.Кулакова и др. – В сб.: Товароведение и легкая промышленность, Минск: Высшая школа, 1981, вып. 8, с. 61–67.