

В. П. Цвелодуб

О НЕКОТОРЫХ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМАХ АССОРТИМЕНТОЛОГИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ТОВАРОВ

На современном этапе разработка вопросов анализа ассортимента промышленных товаров имеет большое теоретическое и практическое значение. Построенный на научных основах глубокий и всесторонний анализ ассортимента тех или иных товаров — непременное условие его совершенствования. Такой анализ является одной из обязательных предпосылок успешного решения проблемы формирования структуры ассортимента товаров, которая в соответствии с целью социалистического производства в максимальной степени соответствовала бы структуре потребностей членов общества, потребительского спроса. Совершенствование ассортимента, повышение степени его соответствия структуре потребностей, потребительского спроса в современных условиях служит важнейшим фактором повышения эффективности общественного производства, роста народного благосостояния.

Несмотря на всю важность вопросов анализа ассортимента промышленных товаров, последние в литературе еще мало освещены. Особенно слабо разработаны теоретические и методологические основы анализа, что отрицательно сказывается на его применении в товароведческой и экономической практике работников промышленности и торговли.

Целью данной работы является рассмотрение некоторых методологических проблем ассортиментологии

промышленных товаров.

Объектами анализа могут быть как производственный, так и торговый ассортимент промышленных товаров. Например, анализу может быть подвергнут ассортимент тканей, вырабатываемых шерстяной отраслью легкой промышленности, ассортимент обуви того или иного обувного предприятия, ассортимент мебели, реализуемой данным торговым предприятием, и т.д. Анализу может быть подвергнут весь ассортимент тех или иных товаров или же определенная его часть. Объектом анализа могут быть товары, которые поступили в торговую сеть и реализованы ею, и т.д. При анализе товаров имеют дело с плановым, либо с фактическим ассортиментом.

Источниками информации для анализа ассортимента промышленных товаров служат:

1) перечень видов и разновидностей товаров, входящих в состав анализируемого ассортимента;

2) цифровые данные об объеме производства каждого товара за определенный анализируемый период (год, квартал и т.д.) в случае анализа производственного ассортимента;

3) данные об объеме поступления или реализации каждой разновидности товаров в случае анализа торгового ассортимента;

4) данные (цифровые и описательные) об основных товароведческих и экономических характеристиках каждого товара (вид товара, его полное наименование, назначение, состав, строение, свойства, цена и др.). Эти данные являются либо заданными при проектировании изделия, либо получаются расчетным путем, либо в результате лабораторных испытаний. Ряд данных о товарах можно почерпнуть из соответствующих стандартов (технических условий) и прейскурантов (вид изделия, его наименование, некоторые показатели строения, цена изделия и др.);

5) данные, характеризующие потребительский спрос на изделия анализируемого ассортимента, успех их у покупателей, отзывы о товарах и т.п.

Этапы анализа ассортимента промышленных товаров в общем случае таковы:

1) выбор объекта анализа и определение его "границ";

2) выбор характеристик (показателей), по которым будет проведен анализ ассортимента (это очень важный методологический вопрос анализа, о котором ниже будет сказано более подробно);

3) определение источников получения информации, необходимой для анализа;

4) сбор информации об анализируемом ассортименте и изделиях, его составляющих;

5) обработка данных (включая математическую), характеризующих анализируемый ассортимент. При анализе такой характеристики ассортимента товаров, как их структура по тем или иным товароведческим показателям, весьма ответственным этапом является группировка товаров, входящих в анализируемый ассортимент, по этим показателям;

6) определение (расчет) количественной меры анализируемой характеристики ассортимента;

7) оценка полученной количественной меры той или иной характеристики ассортимента товаров;

8) анализ факторов, причин, обусловивших установленные изменения характеристик ассортимента, в частности причин отклонения показателей фактического ассортимента от планового;

9) установление направлений, тенденций, изменений, которые произошли в ассортименте;

10) разработка предложений, направленных на совершенствование ассортимента товаров, на улучшение его характеристик.

Остановимся теперь подробно на некоторых этапах анализа ассортимента промышленных товаров.

Выясним прежде всего, какие статические и динамические характеристики ассортимента должен включать в себя его анализ.

Степень разнообразия ассортимента товаров по

личным товарным признакам, его широта, полнота, структура ассортимента по тому или иному признаку, процентной состав ассортимента, тираж изделий, входящих в анализируемый ассортимент, доля товаров с наиболее высокими или выдающимися потребительскими свойствами, степень соответствия ассортимента и его структуры потребительскому спросу и его структуре — таковы некоторые из важнейших статических характеристик ассортимента промышленных товаров.

Расширение (сужение) ассортимента товаров, рост (сокращение) его разнообразия, изменения в структуре ассортимента, его возрастном составе, обновление и обогащение ассортимента, изменения в тираже изделий, в степени соответствия ассортимента потребителю являются его главными динамическими характеристиками. В то же время — это основные процессы развития и совершенствования ассортимента промышленных товаров. Отсюда видно, что изменения ассортимента — это многогранный процесс количественных и качественных сдвигов. Его нельзя свести лишь к расширению и обновлению ассортимента, а тем более только к расширению, как это нередко делают. К тому же расширение промышленного ассортимента изделий (увеличение видов изделий, артикулов, марок, типов и т.п.) не всегда экономически целесообразно. Оно оправдано лишь тогда, когда ассортимент слишком узок и его расширение приведет к лучшему удовлетворению потребностей населения без значительного снижения экономической эффективности производства.

Важнейшими качественными характеристиками ассортимента товаров являются структура и ее изменения. Поэтому вопрос о показателях структуры ассортимента и ее динамики относится к числу важнейших методологических проблем ассортиментологического анализа. Достаточно указать на исключительно важное значение видовой структуры ассортимента мебели и других товаров, структуры ассортимента тканей по их назначению, структуры ассортимента одежды и

обуви по их размерным характеристикам (размер, рост, полнота) и т.д. Структура ассортимента товаров по указанным показателям должна с большой степенью точности соответствовать структуре потребностей населения в товарах определенного вида, назначения, размера, роста и т.п. При отсутствии такого соответствия часть товаров не получает сбыта, оседая в виде неходовых товаров на складах, чрезмерно увеличивая товарные запасы даже в том случае, если во многих изделиях ощущается острый недостаток.

Изменения в структуре ассортимента товаров по основным показателям за определенный период концентрируют в себе все важнейшие сдвиги, которые в нем происходят. Прогрессивные структурные изменения в ассортименте — это главное в его развитии и совершенствовании. Отсюда важность анализа динамики структуры ассортимента товаров по различным показателям.

В случае анализа ассортимента текстильных изделий с целью всестороннего его анализа следует использовать комплекс таких показателей структуры ассортимента, как вид изделия, его назначение, характеристики волокнистого состава (число компонентов, род волокон, характер сочетания разнородных структурных элементов в разнокомпонентных тканях, процентное содержание в них различных волокон), вид нитей и их строение, показатели строения и свойств изделий и др. При этом структуру ассортимента тканей можно рассчитывать как по числу артикулов, так и по метражу. Последняя характеристика является более ценной.

В современных условиях все более актуальным становится обновление ассортимента товаров и его анализ. XXIV съезд КПСС поставил перед всеми отраслями промышленности, выпускающими товары народного потребления, задачу обеспечения своевременного обновления ассортимента продукции с тем, чтобы всегда товары выпускались в нужном ассортименте в соответствии с потребностями населения. Чем интен-

сивнее процесс обновления ассортимента, тем меньше возраст каждого изделия, тем больше новинок, которые обычно больше соответствуют запросам покупателей.

С обновлением ассортимента товаров связаны изменения в его возрастной структуре. Поэтому анализ обновления ассортимента товаров и его возрастной структуры — это две стороны одного явления. До сих пор обновление ассортимента обычно характеризуют процентом обновления, т.е. удельным весом изделий, освоенных в данном году, в общем объеме их выпуска. Нами предлагается использовать, кроме того, следующие показатели: а) процент обновления ассортимента, рассчитанный как отношение количества изделий, освоенных за последние два года, ко всему числу изделий, выпускаемых в данном году; б) динамику процента обновления за ряд лет; в) средний возраст изделия в данном периоде; г) динамику среднего возраста изделия за ряд лет; д) возрастную структуру ассортимента товаров в данном периоде, т.е. удельный вес изделий различного возраста; е) изменения в возрастной структуре ассортимента за ряд лет.

В настоящее время во многих отраслях науки получил широкое применение такой метод теоретического познания, как системный метод исследования или системный подход. Большой интерес представляет выяснение возможности применения этого метода и в товароведении, в частности, в такой области его, как ассортиментология промышленных товаров.

Понятие "система" заимствовано у кибернетики — науки о наиболее общих закономерностях управления системами любой природы и сложности. Это важнейшее понятие общей теории систем. По мнению специалистов в области системного анализа, "можно качественно задать понятие системы через следующие признаки: 1) система представляет собой целостный комплекс взаимосвязанных элементов; 2) она образует особое единство со средой... 3) обычно любая исследуемая система представляет собой элемент си-

стемы более высокого порядка (т.е. может в других задачах выступать как подсистема или элемент более широкой системы); 4) элементы любой исследуемой системы, в свою очередь, обычно выступают (опять-таки в особых задачах) как системы более низкого порядка"¹. Таким образом, система — это совокупность (множество) элементов, определенным образом упорядоченных, взаимосвязанных и составляющих некоторое целостное образование, целостное единство². Указанными общими признаками целостная система отличается от так называемых суммативных образований, представляющих собой сумму каких-то несвязанных предметов и явлений. В последнем случае не образуется система, которая бы обладала какими-то новыми признаками, качественно отличающимися от признаков составляющих ее элементов.

Ассортимент промышленных товаров несомненно является системным объектом, т.е. образованием, обладающим всеми признаками системы (множественность элементов, существование связей между элементами, целостный характер данного образования). Ассортимент промышленных товаров как система может иметь различные масштабы от двух-трех видов или разновидностей товаров до многих сотен тысяч. Ассортимент всех промышленных товаров как большая система является подсистемой или элементом более широкой системы — совокупности всех продуктов труда. Масштабы ее еще более огромны: в настоящее время только ассортимент изделий, выпускаемых промышленностью, по данным акад. В. Глушкова, насчитывает миллионы наименований. В свою очередь эта система представляет собой элемент системы более высокого

¹ И.В. Блауберг, А.Н. Садовский, Э.Г. Юдин. Системный подход: предпосылки, проблемы, трудности. М., 1969, с. 29.

² См.: В.Н. Садовский. Методологические проблемы исследования объектов, представляющих собой системы. — В сб.: Социология в СССР. Т. I. М., 1966, с. 173.

порядка — материального производства. Являясь большой материальной системой потребительных стоимостей, ассортимент состоит из совокупности подсистем — множества товарных классов, групп и др., каждая из которых состоит из нескольких подсистем более низкого ранга. "Элементарными" компонентами этих вышестоящих иерархических уровней ассортиментных подсистем являются отдельные виды и разновидности потребительных стоимостей — тканей, обуви, мебели и т.п.

Ассортимент промышленных товаров является открытой системой. Это значит, что, с одной стороны, в нее постоянно "вливаются" новые элементы — вновь освоенные товары, в результате чего возрастает количественный состав ассортимента, происходит его расширение. С другой стороны, из ассортимента товаров систематически исключаются некоторые товары, которые снимаются с производства. В зависимости от соотношения количества новых товаров, вливающих в систему (освоенных в производстве) и изъятых из системы (снятых с производства), будет происходить либо расширение ассортимента, либо его сужение.

В ассортименте промышленных товаров как системе происходят изменения не только количественного состава, но и качественного. Это связано с тем, что элементы системы, которые вливаются в нее и исключаются из нее, в качественном отношении, как правило, неравноценны. В том случае, когда ассортимент пополняется принципиально новыми видами и разновидностями изделий или товарами с более высокими показателями потребительных свойств, чем средний уровень их в старом ассортименте, мы имеем дело с обогащением ассортимента. Напротив, если новые изделия будут обладать показателями более низкими по сравнению с этим уровнем, то произойдет обеднение ассортимента, что является нежелательным. Общество заинтересовано в том, чтобы среди новых товаров было как можно больше изделий принципиально новых, действительно обогащающих ассортимент

товаров, являющихся "цветом" товарного мира, его наилучшими представителями.

Обновление ассортимента товаров как открытой системы можно рассматривать как замену одних "элементарных" компонентов системы другими. Снимаются с производства товары устаревшие, переставшие удовлетворять современным требованиям экономики, научно-технического прогресса, потребностям общества, спросу населения. Иногда приходится снимать с производства неудачные изделия. Осваиваются же новые товары, как правило, более совершенные, более прогрессивные по сравнению со средним уровнем товаров в старом ассортименте. Новые товары могут превосходить существующие в различных отношениях: техническом, экономическом, эстетическом и др. Соответственно этому обновление может быть технически прогрессивным, экономически прогрессивным и т.п. Не исключены, к сожалению, и такие случаи, когда новые товары по тем или иным показателям находятся на среднем уровне или даже ниже его. Последнее — регрессивное обновление.

Таким образом, обновление ассортимента товаров служит своеобразным рычагом изменения его количественного и качественного состава — расширения, роста разнообразия, обогащения.

Общая теория систем различает два класса их: онтические и таксономические³. Онтическими системами являются природа, человеческое общество и др. Одной из таких систем является и ассортимент промышленных товаров. Таксономические, или классификационные системы, формулируются в процессе познания и выражают совокупность объектов, связанных сходными признаками и составляющих одну таксономическую группу или класс. Для одной и той же онтической системы или одного и того же объекта можно задать множество таксономических систем, по-

³ См.: Методологические основы научного познания. Под ред. проф. П.В. Попова. М., 1972, с. 257.

скольку последние формулируются человеком на основе вычисления определенной совокупности объективно существующих свойств или объектов. Так, ассортимент текстильных товаров можно классифицировать по различным показателям: назначению, волокнистому составу, видам нитей, ширине тканей и др. И каждая из этих классификаций будет давать различные таксономические системы.

Приняв тот или иной ассортимент товаров как систему за целое, определив в математической форме размер каждого из составляющих его компонентов (элементов, подсистем), а затем и долю различных компонентов в общей их совокупности, мы получим такую характеристику ассортимента, как его структура. Благодаря постоянному обновлению ассортимента товаров, изменению его количественного и качественного состава, неизбежно происходят сдвиги в соотношении удельного веса элементов системы, т.е. изменения в структуре ассортимента по различным товароведческим показателям. Изменения эти могут быть как прогрессивными (назовем их совершенствованием структуры ассортимента), так и регрессивными. Следует подчеркнуть, что структура ассортимента промышленных товаров по товароведческим показателям является важнейшей его статической характеристикой, а совершенствование структуры ассортимента — основной его динамической характеристикой. От характера, глубины и темпов прогрессивных структурных изменений в ассортименте промышленных товаров во многом зависят как эффективность промышленного производства, так и величина способности ассортимента товаров удовлетворять разнообразные потребности трудящихся, степень влияния ассортимента на рост их материального благосостояния и культурного уровня.