

фактора формирования спроса. - В сб.: Вопросы повышения экономической эффективности торговли в X пятилетке. М.: Заочный институт советской торговли, 1978, вып. 5, с. 119-123. 3. Цвелодуб В.П. К вопросу об обновлении ассортимента промышленных товаров. - В сб.: Товароведение и легкая промышленность. Минск: Вышэйш. школа, 1981, вып. 8, с. 36-40.

УДК 687.1.002.612

Г.В.Жикина (БГИНХ)

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ОЦЕНКА СООТВЕТСТВИЯ АССОРТИМЕНТА И КАЧЕСТВА ЖЕНСКОЙ ВЕРХНЕЙ ОДЕЖДЫ ПОКУПАТЕЛЬСКОМУ СПРОСУ

Выпуск товаров народного потребления по итогам десятой пятилетки характеризовался устойчивой тенденцией смещения акцента с количественных показателей на качественные. Однако достаточно большое количество швейных изделий все еще не находит сбыта. К ним в первую очередь следует отнести изделия низкого качества, устаревших моделей и фасонов, неходовых размеров и ростов. Только в 1980 г., по данным проверки Государственной инспекции по качеству БССР, из проверенного количества снижено в сортности и возвращено на исправление 8,5% швейных изделий, что на 0,6 пункта выше, чем в целом по стране [1].

В настоящее время, когда масштабы производства предметов потребления возросли и выявились новые затруднения в реализации их, встал вопрос улучшения качества, а также методов оценки этого качества [2].

С 1975 г. в БГИНХ им. В.В.Куйбышева исследуются возможности применения потребительской оценки при определении качества швейных изделий. На примере конкретных швейных изделий была доказана эффективность ее применения, а также выявлены и конкретизированы показатели качества на различных уровнях проведения этой оценки [3].

Целью данной работы является изучение возможностей применения потребительской оценки для определения степени соответствия торгового ассортимента и качества требованиям покупателей по таким показателям, как размер, рост, полнота, качество изготовления швейных изделий, соответствие реализуемых моделей современному направлению моды и возрасту потребителей, а также выявлению уровня удовлетворения потребностей населения данным торговым ассортиментом. Исследования проводились в гг. Минске и Могилеве на базе крупных тор-

говых предприятий. В качестве объекта исследования была выбрана женская верхняя одежда, видовой ассортимент которой включал пальто (демисезонные, зимние, летние), куртки, плащи. Наряду с покупателями в опросе принимали участие специалисты торговли, выступавшие в качестве экспертов. Среди опрошенных лица, совершившие покупку, составили 37,1%, не совершившие покупку – 45,5, специалисты торговли составили 17,4%. Широта и полнота торгового ассортимента по перечисленным признакам оценивалась по следующим показателям: “соответствует требованиям потребителей”, “не вполне соответствует”, “не соответствует”. Данные об оценке представлены в табл. 1.

Приведенные данные показывают, что наиболее остро стоит вопрос о полном ассортименте женской верхней одежды. Степень соответствия торгового ассортимента покупательскому спросу составляет только 1,6%. Причем наблюдается полное совпадение в оценке степени соответствия ассортимента женской верхней одежды как среди покупателей, совершивших и не совершивших покупку, так и среди специалистов торговли. Так, оценка “не вполне соответствует покупательскому спросу” составила для данных групп опрошенных соответственно 95,0%; 98,9; 100%. Большой удельный вес в оценке ассортимента, характеризующий недостаточное соответствие ассортимента покупательскому спросу, занимают такие показатели, как разнообразие по моделям, фасонам, видам и ростам. Это все свидетельствует о сложившемся несоответствии торгового ассортимента женской верхней одежды покупательскому спросу, которое приводит к тому, что среди изделий, подлежащих уценке, 75,2% приходится на швейные [4]. Как правило, дифференцированный учет причин, по которым произведена уценка, не ведется. А такой причиной может быть и наличие изделий неходовых полнот,

Т а б л и ц а 1. Оценка степени соответствия торгового ассортимента покупательскому спросу

Наименование признака	Удельный вес по ответам, %		
	соответствует	не вполне соответствует	не соответствует
Размер	98,9	1,1	—
Рост	36,5	58,9	4,6
Полнота	1,6	97,9	0,5
Видовое разнообразие	97,4	2,6	—
Разнообразие по цветам	21,9	77,6	0,5
Разнообразие по моделям, фасонам	41,7	54,2	4,2

размеров, ростов. Своевременно нереализованное изделие при длительном пребывании в торговом зале теряет свой товарный вид и переходит в группу неходовых и залежалых товаров.

Используя методику М.О.Кавецкого [5], нами по результатам анкетного опроса была рассчитана степень удовлетворения потребностей населения торговым ассортиментом по отдельным признакам, его характеризующим. Расчет степени удовлетворения потребностей опрашиваемых каждым в отдельности признаком позволил установить идентичность значений количественных оценок по одним и тем же признакам в разных городах. Так, степень удовлетворения потребностей в торговом ассортименте женской верхней одежды в гг. Минске и Могилеве по размерам, ростам и полнотам составила соответственно 0,98 и 0,96; 0,38 и 0,39; 0,01 и 0,08. Так как по примененной методике наиболее полная степень удовлетворения потребностей равна единице, то приведенные данные свидетельствуют о чрезвычайно низкой степени удовлетворения по отдельным признакам, особенно по полнотам и ростам. Невысока степень удовлетворения потребностей по таким показателям, как соответствие моделей одежды современному направлению моды и возрасту потребителей (соответственно 0,23 и 0,31), а по качеству изготовления данный показатель для этих городов был равен 0,57 .

Средние значения значимости признаков и степень удовлетворения населения каждым в отдельности признаком приведены в табл. 2.

На основе данных табл. 2 представляется возможным рассчитать уровень удовлетворения потребностей населения в торговом ассортименте женской верхней одежды

Т а б л и ц а 2. Данные о значимости признаков и степени удовлетворения торгового ассортимента требованиям населения

Наименование признака	Значимость признака V	Степень удовлетворения признака U	VU
Размер	0,11	0,96	0,10
Рост	0,06	0,39	0,23
Полнота	0,12	0,08	0,01
Соответствие моделей современному направлению моды	0,05	0,23	0,11
Соответствие моделей возрасту	0,03	0,31	0,09
Разнообразии ассортимента по цветовой гамме	0,01	0,20	0,02
Разнообразии ассортимента по фасонам, материалу, фурнитуре и т.д.	0,02	0,51	0,10
Качество изготовления	0,04	0,57	0,12

$$J = \frac{K_V \cdot 100}{K_B} = K_j \cdot 100,$$

где $K_j = v_1 u_1 + v_2 u_2 + \dots + v_8 u_8$; $K_B = 1$, тогда
 $J = 78\% (0,78 \cdot 100)$.

Проведенное исследование показало важность и актуальность потребительских оценок соответствия ассортимента и качества женской верхней одежды покупательскому спросу. Анализ данных показал, что в системе предприятий министерств легкой промышленности и торговли республики недостаточно четко налажено изучение покупательского спроса по размерно-ростовочно-полнотному ассортименту женской верхней одежды и как следствие заказы и заявки торговли являются недостаточно обоснованными и правильными.

Использование потребительских оценок, обобщение их, выявление закономерностей и тенденций в изменении спроса позволит устранить отмеченные недостатки при исследовании торгового ассортимента товаров народного потребления в целом по республике или определенному экономическому району, что в свою очередь будет способствовать наиболее полному соответствию торгового ассортимента потребностям населения и сокращению потерь от нереализованной продукции.

Потребительская оценка ассортимента и качества продукции должна применяться гораздо шире на основе стандартизированных методик и анкет.

Л и т е р а т у р а

1. Дейко В. Белоруссия: Швейные изделия. – Коммерческий вестник, 1981, № 23, с. 28–29.
2. Лиходиевская Л.И., Соколова Ю.И. Совершенствование системы оценок качества одежды. – М.: Легкая и пищевая промышленность, 1981, с. 20.
3. Жикина Г.В. Потребительская оценка качества швейных изделий. – В сб.: Товароведение и легкая промышленность. Минск: Вышэйш. школа, 1982, вып. 9, с. 63–68.
4. Кузнецова А., Шевчик М. Регуляторы сбыта. – Коммерческий вестник, 1981, № 22, с. 29.
5. Кавецкий М.О., Кавецкая Г.Л. Метод оценки соответствия товаров массового спроса потребностям населения. – Стандарты и качество, 1981, № 3, с. 59–62.