положен в основу методических рекомендаций ВНИИКС [6, 7]. Товароведный аспект потребительских оценок изучен меньше [8, 9]. Связано это с тем, что товароведение ограничивалось исследованием технической стороны товара, а его социальные свойства изучались недостаточно, с применением лишь метода экспертных оценок.

Оценка товаров потребителями имеет свои особенности. Обусловлено это тем, что потребитель исходит только из своего личного опыта, инструкций, советов окружающих и подвержен влиянию различных факторов, оценивая при этом качество товара по своим собственным критериям и номенклатуре свойств. Поэтому потребительская оценка качества выступает скорее как тенденция, а не как абсолют. Однако игнорирование мнения потребителя не позволяет выявить истинность суждений о качестве на основании оценок экспертов или соответствия товара нормативно-технической документации.

Следовательно, основными задачами товароведения в области изучения потребительских оценок ассортимента и качества товаров являются: разработка методики сбора, обработки и анализа потребительских оценок, дифференцированной для разных групп; разработка номенклатуры параметров оценки, важных и понятных для потребителя.

ЛИТЕРАТУРА

1. Горбачев М.С. Коренной вопрос экономической политики партии. – М., 1985. – 32 с. 2. Маркс К. Нищета философии // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. – 2-е изд. – Т.4. – С. 65–185. 3. Guilford I.P. Psychometric methods. – N-Y., 1954. – P. 254. 4. Толкачев В.М. Выборочные опросы и их использование для прогноза покупательского спроса: Дис. ... канд. экон. наук. – М., 1974. – 160 с. 5. Фечко Я. Теория и практика потребительской оценки качества товаров народного потребления: Дис. ... д-ра экон. наук. – М., 1985. – 351 с. 6. Методические рекомендации по изучению потребительских оценок ассортимента и качества швейных, трикотажных изделий и обуви в фирменных магазинах легкой промышленности / ВНИИКС. – М., 1985. – 90 с. 7. Методические указания по проведению опросов с целью изучения потребительских оценок и намерений / ВНИИКС. – М., 1977. – 116 с. 8. Жикина Г.В. Потребительская оценка качества швейных изделий // Товароведение и легкая пром-сть. – Мн., 1982. – Вып. 9. – С. 66–70. 9. Склянников В.П. Прямая зависимость // Коммерческий вестник. – 1986. – № 3. – С. 36–37.

УДК 338.658.687.562.11

А.Я. КОНОНЧУК, канд. экон. наук

НЕКОТОРЫЕ ПРИЧИНЫ НЕСООТВЕТСТВИЯ ОБЪЕМА ПРОИЗВОДСТВА, АССОРТИМЕНТА И КАЧЕСТВА ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ СПРОСУ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Несмотря на рост объемов производства товаров народного потребления (группа Б) в денежном выражении в 1986 г. по отношению к 1970 г. на 208 % [1, с. 431], а среднемесячной заработной платы рабочих и служащих на 160 % (со 122 руб. до 195,6 руб.) [1, с. 431]), разрыв между спросом и предложе-

нием не только не уменьшился, а даже возрос. Одним из подтверждений этого является увеличение денежных вкладов населения в сберегательные кассы за это время более чем в пять раз [1, с. 448], а товарных запасов только в два раза [1, с. 476]. В 1987 г. объем продукции группы Б увеличился на 3,8 %, а средняя зарплата рабочих и служащих на 3,0 % [2]. Вклады же населения в сберкассы возросли на 24 млрд руб. [2], или на 9 %, а товарные запасы уменьшились.

Причиной такого положения, с одной стороны, является сложившаяся в нашей стране специфика платежеспособного спроса, направленная на покупку предметов потребления и услуг, а не средств производства (продажа акций отдельными предприятиями и затраты кооперативов на покупку оборудования не меняет существа вопросов), а с другой – неуклонное снижение удельного веса группы Б в общем объеме производства. Так, если в 1940 г. она составляла 39,0 %, то в 1986 г. снизилась до 24,7 % [1, с. 128], что наряду с ростом денежной оплаты труда способствовало дисбалансу рынка потребительских товаров. Общий недостаток предложения товаров народного потребления с неизбежностью приводит к нарушениям ассортиментной структуры их производства.

К примеру, предприятия Минлегпрома СССР выполнили задания по производству товаров народного потребления в розничных ценах в 1987 г. на 101 %, т. е. выпустили товаров на 1 млрд руб. больше. Однако в отрасли произошло сокращение выпуска одних видов продукции в пользу других, подчас не лучших по качеству. Из 39 учитываемых статистической отчетностью важнейших видов товаров почти по половине из них план в натуральных показателях не выполнен, а по отдельным видам снижен и темп.

Происходит так потому, что предприятия строят свою производственную программу не в соответствии с договорными обязательствами по поставкам товаров торговле, а из расчета выполнения плана в денежном выражении. От трудовых коллективов и в новых условиях хозяйствования по-прежнему требуют наращивать выпуск той продукции, которая дает большие объемы в рублях, а не той, которую ждет потребитель. Поэтому нередко к выпуску товаров, проданных на ярмарке, предприятия даже не приступают. Так, Гродненское ПОО "Неман" в 1987 г. из 170 моделей обуви, проданных на ярмарке, не выработало почти треть. Аналогичное положение наблюдается и на других предприятиях. В результате ассортиментных сдвигов и неудовлетворительного качества значительная часть изделий не реализуется [3]. В торговле на 1 января 1988 г. неходовых и залежалых товаров скопилось на 1,4 млрд руб. [2].

Изменения структуры производства в соответствии со спросом населения не намечается и в 1989 г. К примеру, на ярмарке 1988 г. теле- и радиоаппараты торговым организациям продано цветных телевизоров с экраном 61 см почти на 1 млн шт. больше, а с экраном 51 см на 745 тыс. шт. меньше [4] заказа.

Происходящие изменения структуры производства приводят к увеличению цен на товары народного потребления. За период с 1976 по 1985 г. средние цены на ткани, одежду и обувь выросли на 29 %. В десятой и одиннадцатой пятилетках средние цены на товары культурно-бытового назначения росли в 2,5 раза быстрее, чем цены в прейскурантах. В результате в десятой пятилетке 50, а в одиннадцатой уже 60 % прироста товарооборота было получено за счет

роста цен [5]. В целом набор товаров, покупаемых средним городским жителем в течение года, подорожал с конца 50-х годов более чем вдвое [6].

За последние семь лет средняя цена мужских демисезонных пальто возросла со 120,1 до 146,35 руб., спортивных курток с 20,1 до 39,23 руб., женских зимних пальто с 220,8 до 261,46 руб., детских капроновых курток с 20,3 до 25,3 руб. Средняя цена росла также на детскую обувь, сорочки, головные уборы, варежки, перчатки, гольфы, колготки и другие изделия [7].

При общем недостатке объема предложения товаров народного потребления промышленным предприятиям выгодно выпускать, а торговле продавать дорогие изделия. Однако улучшение экономических условий предприятий происходит за счет покупателей, так как рост цен не всегда соответствует повышению качества товаров. Об их низком качестве свидетельствует наличие неходовых и залежалых товаров в торговой сети при общем недостатке предложения и не снижающийся удельный вес бракованной продукции в общем объеме ее производства. Так, в 1987 г. Госприемкой забраковано продукции на 53 млн руб. [2], а торговыми инспекциями 18 % швейных изделий, 13 – трикотажных, 25 – чулочно-носочных и 18 % – кожаной обуви [7].

Не становится лучше и качество технически сложных изделий. К примеру, в 1980 г. на 2,265 млн выпущенных цветных телевизоров зафиксировано 2126 случаев их загораний. Спустя 5 лет на 4,024 млн новых телевизоров пришлось уже 5490 пожаров [8].

По имеющимся данным, 30 % материальных и трудовых ресурсов затрачивается на гарантийное обслуживание радиотелевизионной аппаратуры.

Однако, несмотря на довольно значительный удельный вес бракованной продукции, рентабельность выпускающих ее предприятий не снижается. Происходит так потому, что расходы по гарантийному ремонту включают в себестоимость и цену изделий, следовательно, заранее оплачиваются покупателями, а штрафы за поставку бракованных изделий и в новых условиях хозяйствования могут снизить фонд материального поощрения предприятий не более чем на 20 %.

В случаях, когда этих денег оказывается недостаточно для возмещения потерь об брака, образуется избыточный спрос, не подкрепленный товарным предложением. По сути то же самое происходит при выпуске товаров, хотя и соответствующих требованиям нормативно-технической документации, но отвергаемых покупателями, так как полученные за их производство заработная плата и премия направляются на покупку других товаров.

Следовательно, для достижения цели социализма – все более полного удовлетворения потребностей населения – необходимо изменить структуру производства, увеличив общий выпуск товаров группы Б по крайней мере по действующим ценам до объемов не ниже денежных выплат населению.

А для того чтобы у предприятий не возникал соблазн в преимущественном наращивании выпуска одних, более выгодных товаров в ущерб другим, оценка произведенных сверх платежеспособных потребностей изделий для их реализации должна производиться за счет изготовителей и возмещения потерянных сумм поставкой недостающих товаров. И, наконец, потери от выпуска недоброкачественных товаров должны полностью возмещаться за счет изготовителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Народное хозяйство СССР за 70 лет: Юбилейный стат. ежегодник Госкомстата СССР. – М., 1987. – 766 с. 2. На путях радикальной реформы. Об итогах выполнения государственного плана экономического и социального развития СССР в 1987 году // Правда. – 1988. – 24 янв. 3. Ларин В. Ах ярмарка, ярмарка... // Правда. – 1988. – 28 янв. 4. Матвеева Н. Гадание на электронной гуще // Сов. торговля. – 1988. – 3 марта. 5. Толстой В. Блюдечко с золотой каемочкой // Известия. – 1987. – 26 апр. 6. Богомолов О. Сколько стоят деньги? // Лит. газ. – 1987. – № 38. – С. 12. 7. Головачев В., Тарасенко А. Товары и цены // Труд. – 1987. – 17 апр. 8. Горлов В., Юнисов В. Пожар в кадре // Комс. правда. – 1987. – 31 янв.

УДК 658.562.012

М.Н. МИКЛУШОВ, канд. техн. наук

О НЕКОТОРЫХ ПУТЯХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

В условиях перестройки хозяйственного механизма в торговле и в промышленности в определенной степени совершенствуются методы и формы управления ассортиментом и качеством товаров народного потребления, но резких изменений в улучшении качества непродовольственных товаров не наблюдается. По сообщениям Госкомстата СССР [1], в торговлю в двенадцатой пятилетке продолжает поступать значительное количество изделий неудовлетворительного качества. Оптовыми организациями минторгов союзных республик в течение 1987 г. браковалось 7–9 % швейных, трикотажных изделий и обуви. В стране по-прежнему наблюдается накопление сверхнормативных запасов товаров, рост которых, несмотря на ежегодные осенние и весенние сезонные распродажи, увеличивается год от года. К началу 1988 г. в стране накопилось неходовых и залежалых товаров устаревших фасонов, моделей, конструкций на 1,4 млрд руб.

Управление качеством непродовольственных товаров предусматривает действия, направленные на достижение необходимого уровня качества и осуществляемые на всех стадиях жизненного цикла товара. В настоящее время качество в ряде стран определяется как "степень, в которой товар удовлетворяет требованиям потребителя" [2]. Именно поэтому все нормы и требования к товарам, установленные стандартами и техническими условиями, необходимо рассматривать через призму потребностей населения.

За последние несколько лет в стране осуществлен ряд мер по совершенствованию системы управления качеством и ассортиментом товаров. Так, в Белоруссии на основе проведенного эксперимента в легкой промышленности между изготовителями товаров и торгующими организациями хозяйственные связи устанавливаются с учетом нового показателя – "объема реализации продукции с учетом выполнения обязательств по договорам", т. е. уклон делается на потребительную стоимость, а не на вал. С 1987 г. предприятия Минлегпрома БССР заключают договоры поставки с торгующими организациями по частично развернутой номенклатуре, что позволяет более мобильно формиро