

РОЛЬ ТОРГОВЛИ В ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА ПРОМЫШЛЕННЫХ ТОВАРОВ

Интересы развития народного хозяйства требуют, чтобы количественному росту продукции соответствовало постоянное повышение ее качества, что имеет важнейшее значение для экономической и общественной жизни. Поэтому качество продукции являлось ключевой социально-экономической проблемой девятой пятилетки. Десятая же пятилетка определяется как пятилетка качества, эффективности и роста народного благосостояния.

Большие возможности в обеспечении высокого качества товаров народного потребления имеет торговля. Примерно от 40 до 60% встречающихся отклонений в качестве промышленных товаров связаны с этапами, предшествующими производству, т.е. при конструировании и разработке изделий.

Если производственные предприятия несут главную непосредственную ответственность за качество изделий, то торговля в борьбе за повышение их качества обязана воздействовать на важнейшие задачи конструирования и разработки.

Главными целями при этом должны быть следующие:
разработка таких потребительских товаров, которые с точки зрения их качества соответствуют сформировавшимся потребностям населения и народнохозяйственным возможностям, т.е. выявляют оптимальное качество;

разработка рациональной структуры ассортимента товаров, которая в наибольшей мере соответствует структуре спроса населения.

Наиболее активное воздействие торговли на качество изделий в стадии конструирования и разработки достигается посредством: предложения для новых разработок товаров; сотрудничества при разработке опытных изделий; творческого сотрудничества с предприятиями-изготовителями; заключения договоров с производством на разработку и исследование изделий; защиты результатов и разработок исследований; сотрудничества при анализе затрат на создание потребительных стоимостей; сотрудничества в разработке стандартов изделий; включения в договора требований к качеству, вытекающих из стандартов; обширного повторного контроля опытных образцов, в том числе сравнимые аттестационные испытания товаров.

Социалистическая торговля может и должна оказывать существенное влияние на разработку и обеспечение качества при решении задач стандартизации, ибо значительная часть стандартов на отдельные изделия в недостаточной мере отражает требования к качеству со стороны потребителей. В частности, в большинстве стандартов лишь частично учитываются показатели, которые характеризуют поведение товара в процессе эксплуатации.

Так, при оценке качества обуви для потребителя важны внешний вид, гибкость обуви, вес и впорность ее, а также износостойкость, влагозащитные, теплозащитные и теплопроводные свойства. Анализ же показывает, что такие показатели, как гибкость, теплозащитные, теплопроводные и теплопроводные свойства стандартом не нормируются, зато большинство нормированных показателей указывают, как и из чего должна изготавливаться обувь. Это для потребителя не столь важно, ибо определяющим для него является гарантия комплекса потребительских свойств.

На решение задач стандартизации торговля может влиять посредством предложений по улучшению проектов, постоянным применением стандартов в качестве рабочего средства при составлении и заключении договоров, привлечением торговых организаций или предприятий к работе по утверждению задач по разработке стандартизации.

Существенной предпосылкой для этого является то обстоятельство, что стандартизация должна стать имманентной составной частью руководящей и плановой деятельности торговли. Министерство же торговли должно устанавливать и координировать специальные задачи отдельных органов и уровней руководства.

Существенной возможностью воздействия торговли на качество изделий является также наиболее полный учет качественных сторон спроса при планировании и определении товарного фонда. Торговля должна заключать договора с производством на поставку опытных и новых разработок изделий только в том случае, если они были подвергнуты испытаниям при участии потребителя, причем на основе данных изучения спроса устанавливать в договорах конкретные требования к качеству.

В этом плане заслуживает внимания практика взаимоотношений производства и торговли в ПНР¹. Центральное бюро мо-

¹ Кошелева И. Многоуважаемая мода. - "Работница", 1974, №7.

делирования и художественного оформления изделий легкой промышленности занимается там вопросами координации всех работ по художественному оформлению продукции легкой промышленности и широкой пропаганды вновь созданных образцов изделий. Учитывая то, что зачастую отбор новых моделей изделий для продажи производится по субъективной оценке работников магазина, которые могут остановить свой выбор на далеко не лучших моделях, соответствующих их собственным (и не всегда точным) представлениям о моде, бюро организует специальные курсы для работников торговли, издает информационную литературу и т.д. В широких масштабах осуществляется двойная связь типа Дом моделей – покупатель – Дом моделей, посредством организации выставок новых коллекций модной одежды по сезонам и пробной продажи ее партиями от 20 до 200 шт. Такая связь способствует более быстрому выяснению мнения широкой массы покупателей о новой модели, позволяет оперативно учитывать их пожелания. Цех экспериментального производства отработывает затем технологию пошива изделий с учетом всей полученной от потребителя информации, обобщенной статистическим центром.

Вся эта работа способствует созданию структуры ассортимента изделий, в наибольшей мере соответствующей структуре спроса, и в результате этого новые изделия не залеживаются на прилавках магазинов.

Определение планомерного поступления и подготовка соответствующего спроса товарного фонда, отвечающего обоснованным требованиям к качеству и ассортименту со стороны потребителей и народнохозяйственным возможностям, требует в первую очередь улучшения работы по исследованию и определению спроса.

Контролируя качество товаров, торговля имеет возможность с помощью получаемой информации эффективно воздействовать на производство. Контроль качества становится в таком случае фильтром, который устраняет поступление товаров пониженного качества.

При установленном понижении качества торговля должна влиять на производство посредством улучшения рекламационной работы.

Контроль качества товаров торговлей носит пока пассивный характер, однако ему должно уделяться больше внимания: он может стать основой снижения народнохозяйственных потерь и повышения эффекта обеспечения потребителя высококачественной продукцией.

Так, создание в ГДР испытательных линий для телевизоров, часов и других технически сложных товаров в оптовом объединении "Техника" явилось эффективным мероприятием в обеспечении качества. Наличие подобных испытательных линий для контроля качества в распоряжении предприятий-изготовителей создало бы условия для обширной проверки качества перед поставкой продукции в торговлю. В таких условиях розничная торговля осуществляла бы лишь контроль функциональности, чтобы выявить повреждения, возникшие при транспортировании.

Практически в настоящее время контейнер с телевизором и другими радиотоварами вскрывается и включается в сеть в присутствии покупателя. И порой незначительные помехи, устраняемые в считанные минуты, становятся препятствием к реализации. Кстати, предторговый ремонт по некоторым маркам телевизоров составляет 30%.²

Учитывая негативное влияние на покупателя помех, предторговую подготовку не только в ГДР, но и во многих других странах проводят для всех без исключения телевизоров.

Действенным методом контроля качества товаров в оптовой торговле ГДР является так называемое "испытание при распаковке", которое проводят совместно промышленность и торговля. Такой контроль качества применяется для изделий, по которым вследствие появления дефектов увеличивалось количество рекламаций (телевизоры, проигрыватели, часы).

Контроль и оценка качества товаров должны стать обязательными не только для оптовой, но и для розничной торговли. Особенно важен при этом контроль товарных партий, которые розничная торговля получает по прямым связям с промышленностью, а также тех партий, которые после поставки через оптовую торговлю, были подвержены неблагоприятным воздействиям. Контроль качества, а точнее полученная при этом информация являются основой для дальнейшего улучшения условий сохранности товаров.

Обеспечение качества через уход за товарами является важнейшей возможностью воздействия на качество изделий как оптовой, так и розничной торговли и является решающим звеном в цепи, которая протягивается от производства до потребления включительно. Главная цель состоит в том, чтобы расходы в уровнях качества изделий при завершении процесса

² Панушкин Г., Романюк В. Каким быть телевизору. — "Известия", 1974, 14 июля.

производства и в момент продажи сделать минимальными. Установление принципов и требований ухода за товарами в торговле явятся при этом решающими предпосылками для предотвращения повреждений и потерь товаров, а также для снижения торговых потерь.

Растущее число товарных видов в товарообороте, возрастающие требования потребителей к качеству изделий обуславливают необходимость уделять повышенное внимание в торговле обеспечению (сохранению) качества путем ухода за товарами, ибо недостаточное внимание торговли к товарам в процессе хранения приводит к их повреждению, понижению качества, что вызывает не только недовольство покупателей, но и большие народнохозяйственные потери.

Отрицательным следствием этого является также увеличение объема работы предприятий гарантийного ремонта и удлинение времени ожидания ремонта.

Успешное решение задач в области сохранения качества товаров зависит от оперативной деятельности управленческого аппарата, требует привлечения к этому процессу всех сотрудников, а также повышения их профессиональной квалификации.

Анализ состояния обеспечения (сохранения) качества в торговле путем ухода за товарами приводит к следующим выводам: вопросы обеспечения (сохранения) качества недостаточно принимаются во внимание управленческим аппаратом;

знания сотрудников для решения задач по сохранности товаров еще недостаточны;

требования стандартов по уходу за товарами ими не изучаются; обмен опытом по этому вопросу не налажен;

встречающиеся повреждения товаров не фиксируются с необходимой точностью; протоколы разбраковки анализируются неудовлетворительно;

недостаточно используется принцип материального стимулирования работников, добившихся лучших результатов при сокращении товарных потерь.

Торговля, особенно розничная, имеет возможность воздействовать на сохранение качества изделий в сфере потребления через непосредственный контакт с потребителями. Это может, в частности, достигаться путем профессионально-глубокого консультирования покупателей (указания по применению, эксплуатации и уходу). Такую форму работы торговля должна систематически развивать и товароведно квалифицировать, чтобы использовать все возможности воздействия на качество изделий, что даст эффект как производству, так и потреблению.