

При оценке рациональности осуществления торгового обслуживания и повышения конкурентоспособности следует основываться и соблюдать следующие соотношения:

$$\begin{aligned} J T &> J P, \\ J T &> J И.О. \end{aligned}$$

где $J T$ - индекс розничного товарооборота;
 $J P$ - индекс совокупных ресурсов;
 $J И.О.$ - индекс издержек обращения.

В. В. Карачун
БГЭУ (Минск)

К ВОПРОСУ О КАЧЕСТВЕ АССОРТИМЕНТА

Основным критерием качества ассортимента является соответствие последнего требованиям потребителей. Оценить данное соответствие, можно при помощи анализа состояния ассортимента.

Построенный на научных основах глубокий и всесторонний анализ ассортимента – неперенное условие совершенствования его качества. Такой анализ является одной из обязательных предпосылок успешного решения проблемы формирования структуры ассортимента, которая в максимальной степени соответствовала бы структуре потребительского спроса.

Объектами анализа могут быть как производственный ассортимент, так и торговый. Анализ может быть подвергнут весь ассортимент, или же определённая его часть.

Источниками информации для анализа ассортимента служат:

1) перечень ассортиментных позиций анализируемого ассортимента;

2) цифровые данные об объёме производства каждого продукта за анализируемый период в случае анализа производственного ассортимента;

3) данные об объёмах поступления и реализации каждой разновидности товара в случае анализа торгового ассортимента;

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

5) данные об основных товароведческих и экономических характеристиках каждого товара.

Основные этапы анализа конкретного производственного или торгового ассортимента в общем случае следующие:

1. Разработка программы анализа ассортимента. Это уяснение целей и задач анализа, уточнение границ анализируемого ассортимента, установление подлежащих анализу характеристик, определение источников информации.

2. Сбор информации об ассортименте, его характеристиках, показателях, а также о товарах, входящих в анализируемый ассортимент.

3. Обработка полученных данных.

4. Анализ, обобщение, оценка обработанной информации об ассортименте и его характеристиках.

5. Разработка рекомендаций и предложений, направленных на совершенствование качества ассортимента.

Предпосылкой возможности совершенствования качества ассортимента является то, что ассортимент товаров не замкнутая, а открытая система. Это значит, что, с одной стороны, в него постоянно "вливаются" новые элементы, с другой стороны, из ассортимента систематически исключаются некоторые ассортиментные позиции.

В ассортименте как системе происходят изменения не только количественного, но и качественного состава. Это связано с тем, что элементы системы, которые вливаются в неё и исключаются из неё, как правило, неравноценны.

Целям повышения качества ассортимента в общем случае служат такие процессы, как оптимальное расширение, обновление, совершенствование структуры, повышение экономичности, обогащение, рационализация и гармонизация ассортимента товаров. Несложно заметить, что данные процессы взаимосвязаны между собой и часто частично перекрывают друг друга. Так, например, когда расширение ассортимента происходит за счёт новых товаров, то данный процесс сопровождается одновременным обновлением ассортимента. Если же новые товары обладают более высоким уровнем качества, улучшенными потребительскими характеристиками, то происходит и обогащение ассортимента. Но, несмотря на такую тесную взаимосвязь, данные процессы отождествлять нельзя. Ведь они могут работать как в одном, так и в противоположном направлении. Например, процессы расширения и повышения экономичности ассортимента практически всегда разнонаправлены.

Поэтому для повышения качества ассортимента в целом необходимо в зависимости от обстоятельств и внешних факторов выбирать приоритетные процессы совершенствования ассортимента и определять их оптимальные границы.

А. В. Локтев, канд. техн. наук,
Л. С. Микулович, канд. с.-х. наук
БГЭУ (Минск)

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ НА ОСНОВЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИХ СТАНДАРТИЗАЦИИ И СЕРТИФИКАЦИИ

Под управлением качеством пищевой продукции понимается установление, обеспечение и поддержание необходимого уровня качества при ее разработке, производстве, хранении, реализации и потреблении. Основным звеном в системе управления качеством считаются критерии безопасности, сформулированные в справоч-