

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-

нике Всемирной организации здравоохранения, а главной гарантией их реализации являются стандартизация и сертификация.

В настоящее время установлено, что до 70% вредных веществ из окружающей среды в организм человека попадает с пищей, а опасность воздействия на продукты питания различных загрязнений существует на всех этапах их жизненного цикла. Это вызывает необходимость повторных испытаний на разных этапах движения продуктов к потребителю и по различным показателям. В связи с этим в управлении качеством продуктов питания целесообразно применение системного подхода, основанного на концепции анализа эксплуатационной безопасности и критических точек контроля. Данная концепция регламентирует необходимые меры контроля, требуемые испытания и критерии приемки пищевых продуктов, а также позволяет создать рациональную, систематически применяемую и документально оформленную процедуру, которую можно использовать для организации и внедрения полной программы обеспечения качества. Наряду с показателями безопасности в эту программу вводится и ряд других требований к продукту. По уровню исполнения эти требования устанавливаются как обязательные, коммерческие и внутрифирменные. В развитых странах на один и тот же вид пищевой продукции существует несколько стандартов, в которых отражены качественные характеристики полезности товара. Установлено, что применение коммерческих и внутрифирменных требований в рамках соответствующих стандартов облегчает совершение торговых сделок, позволяя заключать контракты и определять цену продукции без предварительной инспекции товара. Данный подход требует совершенствования существующей системы стандартизации и сертификации, приведения их в соответствие с международными нормами и правилами. Действующая в настоящее время система оценки качества пищевой продукции также как и нормативно-техническая база устарели и не отражают реалий современного рынка.

Анализ действующей в нашей республике НТД на отдельные группы и виды пищевых продуктов позволил выявить как общие, так и специфические недостатки, присущие данным документам.

Так в ряде стандартов, которые по закону являются основой для сертификации нет четкого разделения обязательных показателей, которые необходимо жестко контролировать, от показателей, которые носят потребительский характер и могут быть отданы на "откуп" потребителю. Сама номенклатура обязательных показателей, как и их нормативы в большинстве стандартов отсутствуют. При анализе отмечается также слабая дифференциация в НД продукции по качеству, явно недостаточное количество стандартов на однородные группы продуктов, отсутствие либо устаревшие сведения по маркировке и этикетированию продукции, отсутствие или явно заниженные требования к уровню эстетического оформления продукции, вследствие чего она существенно уступает по этим показателям зарубежным аналогам. Следует также отметить отсутствие либо не-

достаточные требования по объему информативного обеспечения продукта, включая кроме обязательной и регламентацию дополнительной информации.

Поступление на отечественный рынок импортной продукции, а также ослабление контроля за совместными предприятиями и отечественными производителями создает проблему идентификации продуктов, разработки ее критериев и введения в государственные стандарты показателей аутентичности.

Существующая в настоящее время система обязательной сертификации только по показателям безопасности реально открывает дорогу товарам низкого качества так как не предполагает процедуры идентификации продуктов. В связи с этим все еще велика доля фальсифицированной продукции особенно по таким товарным группам, как чай, кофе, алкогольные, безалкогольные напитки, масло-жировые и мясные продукты, плодово-ягодные соки и др.

Совершенствование нормативной документации на пищевые продукты должно развиваться по пути создания типовых технических требований к продукту, включающих в свою структуру такие разделы:

- наименование и точное описание продукта для удобства его идентификации;
- показатели безопасности продукта;
- органолептические свойства продукции;
- физико-химические показатели качества продукции;
- условия хранения продукта и срок его годности;
- требования к упаковке и маркировке продукта;
- перечень необходимой и дополнительной информации сопровождающей продукт;
- требования к торгово-технологическим процессам;
- процедура отбора проб и методы испытаний.

Реализация таких универсальных требований может обеспечить необходимый уровень качества продуктов на всем пути от их проектирования до потребления и стать основой для оценки конкурентоспособности товаров разных фирм.

А.Я. Конончук, канд. экон. наук
А.Я. Чарашенко, канд. экон. наук
БГЭУ (Минск)

ВОЗМОЖНОСТИ ВЛИЯНИЯ ТОРГОВЛИ НА КАЧЕСТВО ТОВАРОВ

Главной возможностью воздействия торговых организаций и предприятий на уровень качества товаров является их закупка или отказ от нее на ярмарках и выставках. Промышленность будет выпускать товары только в том случае, если на них имеется такой объем спроса, который обеспечивает целесообразность их про-