

Секция 4. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ И УСЛУГ

Н.М. Несмелов, канд. техн. наук
БГЭУ (Минск)

ПРОБЛЕМА И ПУТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ В ТОРГОВЛЕ

Нация и народ, не обладающие собственным достоинством, не имеют и будущего. В конце XX века достоинство проявляется через качество в широком смысле: от качества товаров и услуг до качества образования, культуры, окружающей среды, жизни.

Экономическая ситуация в Республике Беларусь требует новых подходов к решению проблемы. При этом необходимо иметь в виду многоаспектность проблемы, включающей: политический, социальный, научно-технический и организационный аспекты. Так, например, политический аспект характеризуется тем, что массовое производство продукции высокого качества является одним из критериев развития любого общества. Однако, почти 73 % предприятий республики выпускают продукцию с нарушениями стандартов.

Торговля, связывающая сферы производства и потребления, обладает широкими возможностями и резервами в обеспечении качества. Рынок формирует определенную философию поведения: продать не то, что произведено, а произвести то, что будет продано. Именно этот принцип определяет ориентацию на потребителя в условиях рыночной конкуренции.

С позиций торговли деятельность по обеспечению качества товаров должна базироваться на следующих направлениях:

1. Глубокий анализ мнений, желаний потребителей на базе продуманной подготовки и проведении маркетинговых исследований, выставок-продаж, покупательских конференций и т.п., оправдавших себя ранее. Ряд крупных предприятий торговли возрождает эти формы. Проведенные нами маркетинговые исследования специалистов и потребителей, а также анализ научных разработок позволили уточнить перечень качественных характеристик одежды из тканей и трикотажа, ранжировать их значимость. Кроме того, мы считаем ошибочным упрощенный подход торговых предприятий г. Минска, когда в программу анкетирования включаются только 3-4 характеристики. Так, для одежды это: соответствие моде, внешний вид, материал, качество изготовления.

2. Участие специалистов в разработке и экспертизе проектов

стандартов. Исходными должны стать требования потребителей на рынке. Аппарат управления и специалисты торговли отошли от этой важной работы, хороший задел которой был подготовлен ранее. Проведенными исследованиями установлена существенная неполнота регламентации в стандартах важнейших для потребителей свойств. Так, в обуви для детей и лиц пожилого возраста не регламентируются сцепление подошвы с опорной поверхностью, формоустойчивость системы материалов. Естественна вероятность травматизма и нарушений в строении стоп.

3. Оценка потребительной ценности образцов, предлагаемых к производству. Здесь велики резервы повышения уровня качества, особенно эстетического, будущих товаров. Следует исключить формализм последнего периода в работе художественно-технических советов, реально и полно использовать право "решающего голоса" представителей торговли. Актуально постоянное квалификационное совершенствование, необходимое для работы в указанном органе.

4. Включение в договора показателей и условий по качеству поставляемых товаров. Это касается особо требований и параметров, не зафиксированных в стандартах, но важных для потребителей. Анализ 20 договоров АП ГУМа г. Минска с поставщиками швейных изделий позволил выявить существенные недостатки в реализации этой возможности. Из 14 ассортиментно-качественных характеристик во всех договорах учтены только 4: ассортимент, количество, ответственность, цена. В то же время ряд показателей не получил должного внимания. Это: упаковка (40%), устранение недостатков (45%), маркировка и комплектность — по 55%.

5. Эффективный контроль качества товаров, поступающих на рынок. Однако реализация положений приказа МТ РБ № 21 "О контроле качества товаров народного потребления в торговле" (08.04.1993 г.) не обеспечена в полной мере. Контроль ведется формально или вообще исключен. Его результаты не могут служить дальнейшему повышению качества товаров.

6. Сохранение контроля качества товаров является своеобразной целиной. Имеющийся багаж разработок позволяет на 70-80% устранить потери, которые "вешают" 1,0-1,5% от товарооборота. Установлено, что 24-26% работников торговли не знают как и, естественно, не могут сохранить качество. Данное направление особо значимо для стадии эксплуатации, где сосредоточено 20% национального богатства. Доля "помощи" потребителям от работников торговли чрезмерно мала — 7,8%. Из-за отсутствия контроля низок, а иногда и опасен уровень информации, сопровождающей товар. Так, из 935 памяток по уходу за штучными текстильными, швейными и трикотажными товарами "безупречных" оказалось только 14,5%. Выявлено, что 77,6% потребителей испытывают трудности в уходе за товарами. Социологическое исследование 563 потребителей и работников магазинов в г. Минске показало, что уход за обувью, как основной путь предотвращения ее порчи, весьма неудовлетворителен. Устранение загрязнений влажной тканью

(32 %), сушка у батареи (20,2 %) определяют снижение уровня качества обуви. 48,8 % потребителей отмечают факты различных повреждений из-за неправильного хранения и ухода. Среди них: коробление (64,7 %), плесневение (16,7 %) и повреждение обуви молью (12 %). Подобное положение характерно и для эксплуатации других товаров: трикотажных, меховых, мебели и т.д.

Р.П. Валевич, канд. экон. наук
БГЭУ (Минск)

Л.К. Жаркова

Главное управление потребительского рынка (Минск)

ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ОБСЛУЖИВАНИЯ — УСЛОВИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ

Уровень качества жизни людей выступает важнейшим критерием состоятельности предпринимаемых преобразований и совершенствований в экономике. В экономически развитых странах качественным параметром уровня жизни людей уделяется значительное внимание, что приносит соответствующие плоды.

Качество жизни — сложная категория и комплексный показатель, отражающий степень возвышения потребностей общества, его материальной и духовной культуры. В первом приближении качество жизни включает в себя уровень потребления человеком материальным благ и услуг, доступность образования, культуры, развитость сферы медицинского обслуживания и состояние окружающей среды.

Макроэкономический рост качества жизни людей обеспечивается усилиями всех субъектов хозяйствования общества, результатом которых должны стать развитие, качество, совершенствование — основные признаки конкурентоспособности.

В условиях переходного периода трансформации методов управления экономикой, который сопровождается серьезными финансовыми проблемами на первый план в оценке качества жизни людей выдвигается обеспечение удовлетворения потребностей в товарах народного потребления.

На фоне кризисных явлений в экономике страны торговая отрасль в 1998 г. обеспечила рост товарооборота в сопоставимых ценах. Показатели по г. Минску наиболее ярко отражают ситуацию в торговле. При росте объема продаж в сопоставимых ценах в 1998 г. по сравнению с 1997 г. на 22,1 % проявляется тенденция постепенного роста доли непродовольственных товаров в общем объеме реализации, что представляет собой результат некоторых качественных сдвигов, за анализируемый период с 42 % до 45 %. Однако ситуация в торговле по-прежнему сложнейшая из-за недостатка товарных ресурсов. Для решения проблемы были предприняты серьезные усилия с использованием административно-командных методов