

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ КАЧЕСТВА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ В ТОРГОВЛЕ

Локтев А.В.

Белорусский государственный экономический университет

Торговля является одним из этапов жизни товара и одной из основных ее функций является наиболее полное его сохранение до продажи покупателю. В товароведной науке существует устоявшееся мнение, что среди факторов, сохраняющих и формирующих качество в торговле однозначно преобладают первые. Следует развеять этот миф, так как очевидно, что авторами недооценивается рыночная (маркетинговая) составляющая понятие качества и, соответственно, роль торговли в его формировании. К формирующим факторам качества в торговле могут быть отнесены: наличие оптимального ассортимента, удобство места, времени, выбора покупки, брэндинг, дополнительные выгоды от приобретения и др. Роль торговли в управлении качеством определяется также способностью влиять через покупки покупателей, их требования и ожидания на совершенствовании качества товара, его модернизацию начиная с НТД и заканчивая упаковкой, дизайном, способами и средствами продвижения. С использованием достоверной и научно-обоснованной информации, рекламы возможно влияние и на потребление продуктов, формирование оптимальной структуры питания населения, что в свою очередь методом обратной связи должно определить развитие соответствующих отраслей АПК и пищевой промышленности.

Анализ национального рынка продовольствия выявил ряд проблем, тормозящих решение вопросов управления качеством товаров.

Зарегулируемость внутреннего рынка (фондируемость, котируемость, диктат в выборе поставщика, жесткие ценовые рамки), ряд указов и распоряжений “вертикали” всех уровней, нередко противоречащих друг другу часто не оставляют торговле альтернативы в выборе товара.

Приемка товаров, как показывают результаты обследований, тоже оставляет желать лучшего, часто проводится чисто формально, качественным показателем не уделяется должного внимания.

В торговых предприятиях практически отсутствуют нормативно-техническая документация и материальная база для проведения даже самых простейших анализов, даже самый доступный — органолептический метод, применяется далеко не всегда.

Обследование показало, что оценка качества вкусовых товаров этим методом проводится всего лишь в 5-10% обследованных предприятий. Чаще о качестве судят по договорам поставки, однако применение санкций к поставщику, скажем за пересортицу практически не применяется.

Одной из проблем оценки качества, особенно импортных товаров, в торговле является отсутствие средств и незнание способов их идентификации, что представляет неограниченные возможности по фальсификации большого ряда продовольственных товаров.

При обследовании хранения товаров в торговле установлено, что основной проблемой здесь является несоблюдение режимов их хранения.

Особую тревогу вызывает хранение скоропортящихся товаров, требующих специального оборудования и особых условий.

Продажа товаров является конечной стадией торгово-технологического процесса в магазине и как показывает зарубежный опыт в значительной степени формирует представление о качестве и полезности продуктов питания в сознании потребителя. Часто при этом на первый план выходит "нематериальное" качество и как показали исследования этому вопросу уделяется должное внимание только в отдельных торговых предприятиях ориентированных преимущественно на контингент потребителей с высоким уровнем дохода.

В то же время, "нематериальное качество" по данным зарубежных исследований может определять до 50% потребительского отношения к качеству вообще. Как негативную тенденцию следует отметить падение доверия отечественных потребителей к качеству продуктов питания и к качеству обслуживания в торговых предприятиях.

Современный потребитель пищевых продуктов хотел бы быть более информированным о качестве (в целом), составе, безвредности, стране-изготовителе, свежести, условиях и сроках хранения, применения и противопоказаний к нему многих продуктов.

Обобщая итоги исследований, следует отметить пассивную роль торговли в формировании качества продовольственных товаров.

В то же время из современной теории управления качеством известно, что если из "цепочки" управления (петли качества) выпадает хотя бы одно звено, то шансы получить на выходе качественный товар, соответствующий потребностям рынка и общества, значительно уменьшаются.

К ПРОБЛЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ АССОРТИМЕНТОМ И КАЧЕСТВОМ ТОВАРА

Миклушов М.Н., Сыцко В.Е.

Гомельский кооперативный институт

Существовавшие до распада СССР формы и методы управления ассортиментом и качеством товаров не могут эффективно применяться на данном этапе. В Республике Беларусь в течение последних лет создается законодательная и нормативная база, на основе которой в потребительской кооперации строится система управления ассортиментом и качеством товаров. Наиболее важными документами являются Закон РБ "О защите прав потребителей" принятый в 1994 году, постановление Совета Министров РБ № 625 от 22.09.93 г. "О введении обязательной сертификации товаров народного потребления, работ и услуг", постановление Министерства здравоохранения и Министерства образования и науки РБ 19.12.94 г. "О порядке государственной гигиенической регистрации и сертификации товаров народного потребления, химических и биологических веществ, материалов и изделий из них, продуктов питания, продовольственного сырья на территории Республики Беларусь", Положения о приемке товаров по количеству и качеству, утвержденное правительством РБ в 1996 г. и ряд других документов.