

A

KIRAKAT hasábjain már beszámoltunk arról a kiállításról, amely bemutatta a nők háztartási munkáját könnyítő, a kereskedelemben már beszerezhető, vagy a közeljövőben forgalomba kerülő árukat és azok célszerű felhasználását. A fővárosi kiállítást vidéki nagyvárosokban és gazdasági központokban több helyi jellegű kiállítás követi.

Érdekes tanulsággal szolgál az Országos Piackutató Intézetnek a kiállításon végzett kutatása, amely megállapítja, hogy jelentős tényező a háztartási munkában

a főzés

A megkérdezett egy tagú háztartások 47%-ában; négy, vagy annál több tagú háztartások 70%-ában főz naponta meleg ételt a háziasszony és erre mintegy két órát fordít.

A fővárosi kiállítás, az ott végzett piackutatás szerves része annak a munkának, amit a kereskedelmi vállalatok a nők háztartási elfoglaltságának könnyítése érdekében végeznek. Fontos feladat, hogy a hazai élelmiszeripar termékeinek szélesebb körű elterjesztésével és az import növelésével olyan helyzet alakuljon ki, hogy a főzési munkát nagymértékben megkönnyítő konzervek fogyasztása, mintegy 40 százalékkal emelkedjék. Gyorsítani kell a levesporok és szárítmányok termeltetését, és értékesítését.

A piackutatás eredményei igazolják, hogy a gyorsfagyasztott és félkész ételek iránti kereslet rohamosan nő. Ez érthető, mert felhasználásukkal a főzési idő — egyes ételektől függően — az egyébként szükséges idő tizedrészére is csökkenthető. Ezért a hűtőiparnak arra kell törekednie, hogy *stabil és állandó*, ízben és állagában gyorsan megszokható ételekkel szolgáljon és *olyan csomagolást alkalmazzon, amelyekben az étel felmelegíthető és elfogyasztható*. Megkívánjuk teremteni a bolti értékesítéshez szükséges hűtőpultok és tárolók megfelelő állományát is.

Tovább kell fejleszteni a *konyhakész, adagolt, szeletelt hús, baromfi és hal értékesítését is*. A hús az a magas tápértékű élelmiszer, amelyből egyszerűen és sokféle formában gyorsan készíthető ízletes ételféleségeket lehet készíteni.

A MÁSODIK MŰSZAK MEGKÖNYVÍTÉSÉÉRT

A hús- és hentesáru előrecsomagolt bolti értékelése ugyancsak a kereskedelem és a hűsipar összefogását igényli. Alkalmassá kell tenni a kereskedelem nagyobb ABC boltjait és bevásárlóközpontjait a szeletelt hús- és hentesáruk bolti előrecsomagolására.

A konyhakész burgonya, zöldség- és főzelékfélék értékesítésében még nagyon sok a tennivaló. Néhány éves fejlődés után megállt a mennyiségi növekedés. Jelenleg az eladottnak csak 1,1%-át teszi ki a konyhakész formában értékesített zöldségáru. Támogatni kell tehát minden olyan kezdeményezést, így a korszerű gépsorok beszerzését is, amely *jelenlegnél jobb minőségben és nagyobb mennyiségben termeli a tisztított zöldsárut*. Ezen túlmenően a termelők ösztönzését is javítani, és anyagi érdekelttségét fejleszteni kell.

A családok és a háztartásban dolgozó asszonyok szívesen fogadják munkájuk korszerűsítését és egyszerűsítését segítő technikai eszközöket is. Erre utal, hogy a kisebb háztartások 71%-a, a több tagú háztartások 88—90%-a rendelkezik már *hűtőgépekkel*. Szívesen fogyasztják a mirelit-árukat és ma már a több tagú háztartások 24—25%-ában rendszeres eleme a főzésnek a kereskedelemben forgalomba hozott mélyhűtött étel és a gyümölcs-zöldségféle.

A háztartási munkák súlyát tekintve megállapította a piackutató vizsgálat, hogy a főzés után a második helyen

a mosás

áll.

A legalább négy tagú háztartásokban dolgozó háziasszonyok többségükben heti négy, vagy öt órát fordítanak mosásra. A

fiatalabbak gyorsabban végzik e munkát, idősebb háziasszonyoknál eléri a mosásra fordított idő a hét órát is. A háztartások gépi felszereltsége egyre javul. *Az egy tagú háztartások 30%-a, a több tagú háztartások 90%-a rendelkezik már mosógéppel*. Valamivel kevesebb a mosógépek arányánál a centrifuga és facsaróberendezések háztartási használata.

A szintetikus és szappan alapú *mosószerek* nagy népszerűségnek örvendenek. Nem terjedt még el ilyen mértékben az *öblítőszerek* használata.

A kereskedelem és az ipar közös célkitűzése, hogy a nagyhatású enzimes mosó- és tisztogatószeres részarányát az összforgalom 65%-ról 90%-ra emelje. Fontos célkitűzés az is, hogy a helyes arányok kialakításával az alacsony keresetű fogyasztó rétegek számára is könnyen megszerezhetővé tegyék a háztartási munkában jelentős időt igénybe vevő mosást gyorsító és megkönnyítő nagyhatású mosó- és öblítőszereket. Örömmel kell megállapítani, hogy a mosó- és öblítőszerek népszerűsítésében jól működik és hatékony a kereskedelem és az ipar közös propagandája. Ízlésnevelő és a korszerűség irányába orientáló reklám- és propaganda akciók segítik a célkitűzést.

A háztartás leginkább „társadalmiasított” művelete

a takarítás

Érdekes megállapítása a fővárosi kiállításon végrehajtott közvéleménykutatásnak, hogy a háztartás tagjainak száma — ellenében a főzéssel és mosással — nem befolyásolja számottevően a takarítás időszükségletét. A fiatalabbak takarítanak a leg-
rövidebb ideig, — amiben az életritmus is

szerepet játszik — az 50—55 évesek viszont napi két óránál is többet töltenek takarítással.

Legelterjedtebb takarítást segítő eszköz a *porszívógép*, a megkérdezettek 88⁰/₀-a használja. *Padlókefélője* a háztartások 18⁰/₀-ának van, viszont szintetikus nagyhatású tisztítószeret — padló, bútor, kárpit, stb. tisztításához — a háztartásoknak csak 45—49⁰/₀-a használ.

A takarítás és háztartási munka mechanikus eszközeinek termeltetése és újabb típusok kínálata egyre erőteljesebb. A kiállításon számos olyan egyszerű eszköz kerül bemutatásra, amely a *felmosás, ablaktisztítás, portalanítás*, munkájában a háziasszonyok segítője lehet.

Egyöntetű volt a látogatók véleménye, de a kiállítás és a kereskedelem szervezőinek tapasztalata is, hogy a bemutatott és a háztartási munkát könnyíteni kínált

termékek csomagolása

jelentős szerepet játszik az értékesítésben és a termék megkedveltetésében. A jó csomagolás lerövidíti és kényelmesebbé teszi a vásárlást és csökkenti a kereskedelemben foglalkoztatott nők fizikai igénybevételét. Ezért az ipar és a kereskedelem célul tűzte ki:

az ipari előrecsomagolás mennyiségi növelését,

az eldobó csomagolások szélesebb körű alkalmazását,

a gyűjtőcsomagolások súlyának csökkentését.

A kiállításon szerzett tapasztalatok arra utalnak, hogy a vásárlók legnagyobb része igényli és várja a háztartási munkát könnyítő áruk bemutatását, használatukkal kapcsolatos tanácsadásokat és útmutatást.

A látogatók véleménye a kiállításról pozitív. Méltatták annak magas színvonalát és látványosságát. Úgy vélik, hogy a kereskedelem ilyen irányú céltudatos munkája és szervezési intézkedései jól járulhatnak hozzá a második műszak megkönnyítéséhez.

Az összehangolt és megfontolt intézkedések a párt és kormányhatározat szellemében a dolgozó nők helyzetének érezhető, és gyors megjavítását szolgálhatják.

Kántás Ferenc