

## НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВА И ТОРГОВЛИ ОБУВЬЮ

Претворяя в жизнь решения XXУ съезда КПСС, работники производства и торговли обувью в Белорусской ССР добились значительных успехов. Производство кожаной обуви в республике за четыре года пятилетки возросло на 32,6млн.руб\*.

Заметные изменения произошли в ассортименте выпускаемой обуви. Освоены новые виды, фасоны и модели обуви. На республиканской ярмарке торгующим организациям было предложено для поставки в 1980 г. 1410 моделей обуви, из них 1356 новых.

В производстве обуви стали применяться новые материалы: эластичные хромовые кожтовары для верха, полиуретан для низа обуви и др. Поввысился уровень конструирования обуви, постоянно совершенствуется технология ее производства, Улучшилось качество обуви. В настоящее время каждая седьмая пара кожаной обуви поступает в торговлю со Знаком качества. Полностью прекращен выпуск продукции второй категории качества.

На повышение эстетического уровня обуви, поставляемой в торговлю, благотворное влияние оказывает обеспечение торговых организаций и предприятий дубликатами образцов-эталонов обуви.

На основе роста производства обуви и одновременного повышения денежных доходов населения происходило увеличение продажи обуви. В 1979 г. населению республики было продано кожаной обуви на сумму 430 млн. руб. (в 1975 - 373 млн. руб.). На душу населения продается 3,68 пар обуви при норме на ближайшую перспективу 3,80 пар.

Положительное влияние на рост продажи обуви и улучшение обслуживания покупателей оказывают концентрация и специализация розничной торговли обувью. Однако в этом направлении имеются еще значительные резервы.

Хозяйственные взаимоотношения между поставщиками обуви и розничной торговлей приобрели стабильный характер и строятся на основе длительных договоров, заключаемых на 5 лет.

---

\* Доля кожаной обуви в общем производстве обуви в БССР занимает 95%.

Ряд крупных магазинов г.Минска и областных центров имеют прямые связи с местными обувными фабриками, что позволяет более оперативно обновлять ассортимент товаров с учетом изменений покупательского спроса.

Однако, несмотря на большую работу, проводимую в республике по совершенствованию производства и торговли обувью, спрос покупателей на нее удовлетворяется еще далеко не полностью. Ассортимент и качество многих видов обуви оставляют желать лучшего. Не полностью соответствует предъявляемым требованиям уровень моделирования и конструирования обуви.

На оптовой ярмарке по закупке обуви на 1980 г. наиболее ограниченный выбор моделей был по:

- особо изящной обуви (женской и мужской);
- туфлям женским модельным летним высшего качества;
- туфлям мужским с верхом из текстильных материалов;
- полуботинкам мальчиковым, школьным, детским с верхом из текстильных материалов;
- мужской и женской обуви для пожилого возраста;
- модельной мужской и женской обуви на подошве из формованного импортного полиуретана;
- обуви для невест.

Обращает на себя внимание тот факт, что в последнее время при ежегодном увеличении производства кожаной обуви в сумме сокращается количество обуви в натуральных показателях. Это хорошо видно из данных по объему производства кожаной обуви:

Годы	Тыс. руб.	Тыс. пар
1976 г.	400742	40983
1977 г.	406659	40644
1978 г.	423584	40537
1979 г.	432600	40210

Аналогичная тенденция наблюдается и по импортной обуви. При росте средней цены на обувь имеет место некоторое сокращение ее поступления в натуральных показателях.

Это, безусловно, отрицательно сказывается на удовлетворении растущего спроса покупателей. К сожалению, торговля не проявляет серьезной тревоги по этому поводу. Объясняется это тем, что такое положение ни в коей мере не сказывается на выполнении товарооборота и других показателей хозяйственной деятельности торговых организаций и предприятий.

На наш взгляд, с целью исправления создавшегося положения ресурсы обуви следует выделять торгующим организациям не только в сумме, но и в натуральных показателях.

Много претензий покупатели выражают по поводу отсутствия в магазинах нужных размеров и полнот обуви. При этом нередки случаи, когда по одним видам обуви в магазине нет малых размеров, по другим – средних, по третьим – больших и т.д.

Также обстоит дело и с полнотами обуви. Редко можно встретить в магазинах выбор обуви по трем – четырем полнотам, чаще всего в продаже бывает обувь одной–двух полнот. Кроме того, маркировка обуви по полнотам часто не соответствует ее фактической величине.

Одна из причин такого положения заключается в том, что используемая в настоящее время размерно–полнотная шкала не является достаточно совершенной. Она в полной мере не учитывает те антропометрические изменения, которые происходят в наше время под влиянием таких процессов, как урбанизация, акселерация и т.д. Для установления более оптимальной размерно–полнотной шкалы требуется проведение специальных исследований.

Однако основная причина подобного положения – отсутствие должного учета и контроля за поставкой обуви в размерно–полнотном ассортименте.

Из–за отсутствия необходимых площадей на прифабричных складах обувные предприятия не в состоянии обеспечить подсортировку каждой партии отгружаемой обуви по размерам, полнотам, моделям, цветам в соответствии со спецификацией, как этого требуют особые условия поставки. Не в состоянии они устранить и допущенные отклонения по размерам и полнотам при очередной отгрузке.

В связи с этим особая ответственность ложится на обувные базы, которые должны осуществлять контроль за выполнением промышленными предприятиями размерно–полнотной шкалы и подсортировку обуви на своих складах в соответствии со спросом покупателей.

Особого рассмотрения требует вопрос о размере штрафных санкций за несоблюдение размерно–ростовочной шкалы по обуви. На наш взгляд, это следует рассматривать как нарушение внутригруппового ассортимента обуви и в соответствии с положением о поставках товаров народного потребления п.60 взыскивать с поставщика неустойку в размере 2% за просрочку до 10 дней и дополнительно 3% стоимости недопос-

тавленных размеров и полнот обуви за просрочку свыше 10 дней. Нарушение срока поставки должно исчисляться по истечении времени, отведенного для выравнивания допущенных отклонений по размерам и полнотам обуви.

Основанием для такого толкования является п.5.Особых условий поставки обувных товаров, где сказано, что развернутый ассортимент кожаной обуви, подлежащей поставке, определяется по следующим показателям: артикулам, моделям, фасонам, цветам, размерам и полнотам.

Однако Ярмарочный комитет изменил на 1980 г. размеры характер штрафных санкций за это нарушение, записав в своем протоколе, что с поставщика в этом случае взыскивается пеня в размере 0,5% стоимости товара с нарушенной ростовкой за каждые просроченные сутки, но не более 100 руб. за каждый случай.

Необходимо обеспечить дальнейшее улучшение качества обуви. Несмотря на некоторые достигнутые успехи, и в частности на заметное повышение удельного веса обуви высшей категории качества, еще значительная часть обуви не соответствует требованиям стандартов. Об этом свидетельствуют данные проверки качества обуви, подготовленной фабриками для отправки в торговую сеть, а также разбраковка обуви на оптовых базах и в магазинах. Обувь, переведенная в пониженные сорта и возвращенная для исправления дефектов, составляет 10 - 12% от проверенного количества. К сожалению, такое положение сохраняется в течение многих лет подряд.

В связи с этим необходимо выполнять указание Совета Министров СССР, разрешившего министерствам и ведомствам устанавливать подчиненность начальников ОТК не директору предприятия (объединения), а вышестоящему органу, главной инспекции по качеству продукции министерства или другому подразделению, на которое возложены функции контроля.

Важной проблемой является недопущение скрытых дефектов обуви, которые могут выявиться в результате носки в течение установленного гарантийного срока. В настоящее время это явление довольно часто. В 1979 г. только на МПОО "Луч" возвращены, как не выдержавшие гарантийного срока носки, 13,7 тыс. пар обуви. Основными дефектами, по которым возвращается обувь, являются отклеивание подошвы, поломка каблука и др.

Происхождение этих дефектов в ряде случаев установить чрезвычайно сложно даже самой квалифицированной экспертизе. А между тем анализ показывает, что большая часть такой

обуви возвращается покупателями за несколько дней до истечения установленного гарантийного срока.

Поэтому, принимая меры по улучшению качества обуви, необходимо, на наш взгляд, внести изменения в существующие правила обмена обуви, купленной в розничной торговой сети, а именно: при возврате обуви, не выдержавшей гарантийного срока носки, следует определять процент износа обуви и соответственно учитывать его при расчетах с покупателями. Кроме того, при выявлении незначительных дефектов необходимо в любом случае предусматривать бесплатный для покупателя ремонт обуви вместо ее возврата.

Такой порядок, не ущемляя интересов покупателей, позволит изжить встречающиеся злоупотребления и сберечь для народного хозяйства сотни тысяч рублей.

В настоящее время около половины всей обуви поступает в магазины транзитом, минуя склады обувных баз. Такую пропорцию нельзя признать оптимальной. Дело в том, что абсолютное большинство магазинов, торгующих обувью, имеют сравнительно небольшие размеры и поэтому нуждаются в получении ее в подсортированном виде.

Завоз изделий из обувных фабрик транзитом в узком производственном ассортименте способствует превращению их в своеобразные минисклады. Именно это обстоятельство привело к тому, что более 80% всех запасов обуви хранится сейчас в розничной торговле и лишь 20% — на обувных базах.

Одной из важнейших предпосылок более рационального размещения запасов обуви является укрепление материально-технической базы оптовой торговли, и прежде всего увеличения складских емкостей.

Наряду с этим необходимо обеспечить экономическую заинтересованность оптовых баз в более рациональном размещении товарной массы, оказании ими большего объема услуг розничной торговле, поддержании на складах широкого ассортимента обуви, накоплении сезонных ее запасов путем более гибкого использования оптово-сбытовой скидки. Это соответствовало бы требованиям постановления ЦК КПСС и Совета Министров СССР "Об улучшении планирования и усилении воздействия хозяйственного механизма на повышение эффективности производства и качества работы", в котором предусматривается усиление воздействия таких экономических рычагов и стимулов, как хозрасчет, цена, материальное стимулирование и др.

Нельзя не обратить внимание на то, что доля складского товарооборота по обуви составляет более 50%, а в запасах

товаров удельный вес опта ниже 20%. Изучение этого вопроса показывает: увеличение складского оборота в значительной степени обеспечивается за счет сокращения времени пребывания товаров на складах баз.

Причина заключается в том, что уровень издержек обращения и рентабельности при различных формах хозяйственных связей далеко не одинаковы. Так, уровень издержек при складской форме товародвижения значительно выше, чем при транзитной. Соответственно выше и уровень рентабельности при транзитной форме товародвижения.

Поэтому в настоящее время оптовой торговле невыгодно развивать складской товарооборот, особенно обеспечивать оптимальные сроки хранения, подсортировку, комплектование партий товаров с учетом интересов розничной торговли.

На наш взгляд, необходимо повысить уровень оптово-сбытовых скидок при складской форме товародвижения и, более того, дифференцировать этот уровень в зависимости от назначения товарных запасов. Например, на товары, накапливаемые оптовыми базами к сезону, необходимо представить более высокую скидку, чем на товары, предназначенные для обеспечения текущей реализации.

В торговле обувью, как и другими товарами, всегда имеются отдельные виды, которые пользуются повышенным спросом, и виды, на которые в силу несоответствия моде, эстетическим требованиям низок покупательский спрос. В таких условиях было бы правильным отработать систему оптовых цен, которая бы позволяла сделать торговлю всеми видами обуви равновыгодной.

Вызывает сомнение целесообразность сложившегося порядка, при котором магазины круглый год имеют в своем ассортименте изделия всех сезонов. Изучение показывает, что "несезонной" обуви продается обычно незначительное количество. Особенно если иметь в виду обувь достаточного ассортимента. Поэтому было бы целесообразным с наступлением нового сезона снимать с продажи несезонную обувь и сдавать ее для хранения на склады обувных баз до следующего сезона.

Что касается обуви повышенного спроса, то с наступлением соответствующего сезона она будет реализована с гораздо меньшими усилиями, чем во внесезонный период.

Следует заметить, что в первой половине сезона, в связи с резким возрастанием спроса, обычно ощущается определенная напряженность с ресурсами тех или иных видов обуви. В таких условиях предложение в магазинах "несезонной" обуви

вызывает нежелательную реакцию покупателей и никому не нужные упреки в якобы допускаемых "перекосах" в планировании производства и торговли. Важно иметь в виду, что напряженность в торговле отдельными видами сезонной обуви возникает порой из-за нарушения сроков поставки ее по импорту, который в товарообороте республики составляет около 28%.

Все это лишний раз подчеркивает важность своевременного накопления на складах оптовых баз достаточного количества обуви к предстоящему сезону.

В то же время от производства и торговли требуется больше оперативности в корректировке планов производства и поставки обуви на случай погодных аномалий или каких-либо других причин, непредвиденно изменивших покупательский спрос. В настоящее время такая корректировка практически не производится, хотя возможность ее предусматривается Положением о поставках товаров народного потребления (п.24).

Как положительное во взаимоотношениях розничных торговых организаций и обувных баз следует рассматривать включение в договор подекадных норм поставки обуви: 1-я декада - 25%; 2-я - 35, 3-я - 40% от фонда. Это благоприятно сказывается на снабжении магазинов, однако должно рассматриваться лишь как один из первых шагов на пути оптимизации поставки и достижения ее полной равномерности. Весьма важно распространение такого порядка и на договорные отношения обувных баз с промышленностью.

Особо следует остановиться на заказах, представляемых розничными организациями государственной торговли оптовым базам на поставку обуви в предстоящем году. Их эффективность в настоящее время весьма невысока, и прежде всего потому, что они составляются тогда, когда еще неизвестны ресурсы (март), не произведены просмотры образцов обуви, намечаемых к выпуску в предстоящем году, не разосланы иллюстрированные каталоги, фотоальбомы, содержащие виды и модели подлежащей поставке обуви. В связи с этим наблюдается недостаточно ответственное отношение к составлению заказов. Такие заказы скорее напоминают предварительные заявки, от составления которых розничная торговля освобождена.

В результате проведенного изучения установлено, что в настоящее время производятся и поставляются в розничную торговлю отдельные виды обуви, которые пользуются низким спросом у покупателей. Это женские туфли модели 180 Моги-

левской обувной фабрики на низком каблуке, без подкладки, на кожаной подошве; девичьи сапоги модели 06085 и 06076, имеющие неудачно широкие голенища, холодные для зимы, скользкие, на тяжелой резиновой подошве; школьные сапоги модели 22040 производства МПОО "Луч" - очень жесткие, с быстро отклеивающейся подошвой и т.д.

Выпуска этих и некоторых других моделей можно было не допустить, если бы промышленность заблаговременно, до проведения оптовой ярмарки, выпускала опытные партии новой обуви, готовящейся к производству, совместно с торговыми организациями проводила выставки-просмотры образцов новой обуви и т.д.

Все изложенное выше дает основание утверждать, что сложившийся механизм хозяйственных связей обувной промышленности и торговли еще недостаточно совершенен и не в полной мере нацелен на достижение конечных результатов - максимальное удовлетворение спроса покупателей на обувь при минимальных затратах средств.

А.Г.Ромина, Н.И.Драгун

### ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ СПОРТИВНЫМИ ТОВАРАМИ

В последние годы большое внимание уделяется улучшению организации торговли товарами культурно-бытового назначения и хозяйственного обихода, в том числе и спортивными. Организацию торговли этими товарами в г.Минске осуществляет специализированный торг по торговле товарами спортивного и культурно-бытового назначения - "Спорткультторг", в состав которого входят 19 предприятий общей площадью 16604,2 м<sup>2</sup> (торговой - 7986 м<sup>2</sup>).

Кроме "Спорткульторга", спортивные товары в г. Минске реализует универмаг "Беларусь", в котором под них отведено 707 м<sup>2</sup>.

Анализ обеспеченности населения г.Минска площадями по торговле спортивными товарами показал, что она составляет лишь 72,2% норматива. Все магазины торга испытывают недостаток в складских и подсобных помещениях, во многих из них отсутствуют помещения для хранения тары.

Создание "Спорткультторга" в г.Минске позволило значительно улучшить организацию торговли и повысить культуру