

равновыгодных условий фасовки товаров разными дозировками.

Ожидает своего решения и такой вопрос, как округление цены за единицу товаров до величины, кратной пяти или десяти, т. е. при фасовке товаров рекомендуется округлять не вес товара, а его цену. Это значительно облегчит и ускорит расчеты при покупке товаров, создаст для покупателей дополнительные удобства. В условиях фасовки на автоматах изменение размеров дозировки не представляет особых трудностей. При фасовке товаров с применением электронных весов дозировку лучше всего определять в тех размерах, в каких отрезаются и отвешиваются части отпускаемого товара.

Нерешенным до сих пор остается вопрос качества упаковки отдельных товаров: молоко в пакетах, мясо и колбасные изделия в целлофановой и полиэтиленовой пленке, сода, соль в бумажных пачках и т. д. Из-за этого теряется большое количество ценнейших продуктов питания, затрачивается много труда на их доработку, снижается санитарный уровень в помещениях магазинов.

Наряду с улучшением качества упаковки товаров необходимо повышать ее рекламные функции, помещая на ней более полную и полезную информацию о способах употребления товаров, режиме хранения и др. Сейчас нередко на упаковке указывается министерство, которому подведомственно предприятие, изготовившее и упаковавшее товар, номер ГОСТа и другие сведения, которые покупателя по существу не интересуют. Кроме того, часто на упаковке указывается срок хранения товара, а дата его выпуска отсутствует.

На высокую экономическую и социальную эффективность централизованной фасовки товаров указывалось и в «Основных направлениях экономического и социального развития СССР на 1981—1985 годы и на период до 1990 года». На выполнение этой задачи должны быть направлены усилия как промышленных, так и торговых предприятий и организаций.

В. Н. Платонов, канд. экон. наук, В. И. Главацкий (БГИНХ)

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УНИВЕРСАМОВ

В XI пятилетке особое внимание будет обращено на создание сети универсамов, универмагов, специализированных магазинов и крупных торговых центров.

Важнейшим перспективным типом торгового предприятия станут универсамы. В нашей стране насчитывается свыше 370 [1] универсамов, из них около 10 % — в Белоруссии.

В перспективе предполагается площадь универсамов довести до 75—80 % всей городской розничной сети по торговле продовольственными товарами и до 20—25 % [2] — непродовольственными. Важное значение приобретают вопросы их наиболее эффективного использования. В настоящее время технико-экономические показатели действующих универсамов недостаточно высоки. В связи с

Табл. 1. Группировка универсамов Белорусской ССР по торговой площади

Группа универсамов по торговой площади, м ²	Средний размер площади, м ²		Удельный вес торговой площади в общей площади магазина, %	Количество магазинов, ед.	Удельный вес от общего количества, %
	общей	торговой			
До 500	1027	417	40	19	55,9
500—700	1451	624	43	10	29,1
1000—1200	2440	1061	43	3	9,0
1200—1500	3300	1233	37	2	6,0
В среднем	1481	601	40	34	100,0

этим было проведено обследование организационно-хозяйственной деятельности универсамов Белорусской ССР.

Как следует из табл. 1, среди действующих в БССР наибольший удельный вес занимают универсамы с торговой площадью до 500 м² (55,9 %) и 500—700 м² (29,1 %), т. е. до 85 % универсамов Белоруссии — мелкие торговые предприятия. Только 5 магазинов имеют торговую площадь от 1000 до 1500 м². В среднем размер торговой площади универсамов Белорусской ССР составляет 601 м², что почти в 2 раза ниже, чем в 56 обследованных УКРНИИТОпом универсамах (1159 м²) [3].

Важнейшим направлением развития сети универсамов в БССР, и особенно в областных центрах, должно стать строительство крупных магазинов торговой площадью свыше 1000 м², эффективность работы которых значительно выше, чем мелких предприятий.

Важным фактором повышения эффективности универсамов является увеличение торговой площади в общей площади магазинов. В среднем по республике этот показатель равен 40 % (см. табл. 1). Наиболее высокие показатели имеют место в универсамах торговой площадью 500—1200 м², значительно ниже — в крупных универсамах (1200—1500 м²). Следует отметить, что эти показатели по Белорусской ССР выше в среднем на 7 пунктов, чем в обследованных УКРНИИТОпом универсамах страны. Это свидетельствует о более эффективном использовании площадей магазинов в республике. Тем не менее и здесь имеются значительные резервы повышения удельного веса торговых площадей за счет складских, административных и прочих помещений. Об этом свидетельствует отечественный и зарубежный опыт. Достаточно сказать, что удельный вес торговой площади в общей площади магазинов самообслуживания может быть доведен до 60—70 % [2].

Основной причиной, тормозящей увеличение торговых площадей универсамов, как и других магазинов самообслуживания, является недостаточный удельный вес поставки товаров в расфасованном виде. Централизация фасовки на специальных складах оптовой торговли будет способствовать повышению доли торговой площади в общем объеме площади магазина и в конечном итоге росту товарооборота универсамов, повышению культуры торговли.

Табл. 2. Основные технико-экономические показатели универсамов БССР за 1980 г.

Группа универсамов по торговой площади, м ²	Коэффициент установочной площади	Коэффициент демонстрационной площади	Среднемесячный товарооборот на 1 м ² торговой площади, тыс. руб.	Среднемесячный товарооборот на 1 работника, тыс. руб.	Уровень издержек обращения, %	Рентабельность, %
До 500	0,30	0,63	0,60	4,7	5,92	3,28
500— 700	0,30	0,70	0,53	4,2	6,34	9,14
1000—1200	0,31	0,68	0,82	4,8	5,69	2,98
1200—1500	0,28	0,70	0,47	4,5	5,25	3,62
В среднем	0,29	0,68	0,60	4,6	6,09	3,35

Для выявления резервов повышения эффективности универсамов определен интерес представляет анализ основных экономических показателей их деятельности. Данные, приведенные в табл. 2, показывают, что эффективность использования торговых площадей в универсамах неодинакова. Так, среднемесячный товарооборот в 1980 г. на 1 м² торговой площади в среднем на один универсам по республике составил 0,6 тыс. руб. Самые высокие показатели по г. Минску — 0,67 тыс. руб., что на 11,7 % выше, чем в среднем по БССР. Самая низкая нагрузка на 1 м² в универсамах Гродненской области — всего 0,38 тыс. руб., или 63 % среднего по БССР уровня.

Товарооборот на 1 м² торговой площади в основном зависит от размера универсама. Самый высокий показатель — 0,82 тыс. руб. на 1 м² в универсамах с торговой площадью 1000—1200 м²; 0,53—0,6 — до 500—700 м²; самый низкий показатель 0,47 тыс. руб. — для крупнейших универсамов площадью 1200—1500 м². Эта закономерность подтверждается данными по 56 универсамам, обследованным УКРНИИТОПом. Здесь также самый высокий товарооборот на 1 м² торговой площади в универсамах площадью 1000—1500 м² (от 0,78 до 0,86 тыс. руб.). Значительно (почти в 2 раза) снижается этот показатель по крупнейшим универсамам, в особенности площадью свыше 2000 м² (0,49 тыс. руб.) [3].

Другой показатель — товарооборот на 1 работника в универсамах БССР составил в среднем 55 тыс. руб.; самый высокий — в универсаме площадью 1000—1200 м² — 57,6 тыс. руб. Эти показатели примерно на уровне среднесоюзных, но ниже, чем в передовых универсамах страны (универсам «Таллинский» (Ленинград) — 87,7 тыс. руб.; «Фрунзенский» (Ленинград) — 85,0; Московский универсам № 7 — 69,5 тыс. руб.) [4].

Анализ показывает, что в универсамах Белоруссии средний уровень издержек обращения составил 6,09 %, что гораздо выше этого показателя по обследованным УКРНИИТОПом универсамам (5,32 %). Рентабельность же белорусских универсамов примерно на 1 % выше, чем в среднем по СССР.

Следует отметить, что средняя численность работников на 1 универсам в БССР более чем в 2 раза ниже средней численности работников в обследованных УКРНИИТОПом универсамах. Так, средняя численность работников в универсамах торговой площадью до 500 м² составляла: по БССР — 52, по обследованным городам страны — 75 человек, средняя численность фасовщиков соответственно от 2 до 13 и от 20 до 28 человек. Разумеется, что если бы в универсамах республики была такая численность работников, это бы привело к более значительному росту издержек обращения и снижению рентабельности.

С точки зрения экономических показателей, наиболее эффективным следует признать универсамы с площадью 1000—1200 м². В них выше установочные коэффициенты, товарооборот на 1 м² торговой площади и на 1 работника, ниже уровень издержек обращения. И только рентабельность здесь ниже среднего по БССР уровня, что объясняется значительной численностью работников, превышающей более чем на 30 % этот показатель даже по универсамам с торговой площадью 1200—1500 м².

Приведенные данные свидетельствуют о том, что в универсамах Белоруссии не полностью используются внутренние резервы повышения эффективности. Важнейшей задачей торговых организаций и предприятий являются глубокий анализ экономических показателей деятельности отдельных магазинов, широкое использование передового опыта, организация действенного социалистического соревнования и достижение на этой основе лучших результатов в одновременном повышении качества торгового обслуживания.

Одним из важнейших путей повышения эффективности универсамов является расширение и улучшение структуры ассортимента продовольственных, и особенно непродовольственных товаров. Следует отметить, что этому вопросу не уделяется должного внимания. В результате удельный вес непродовольственных товаров в общем товарообороте незначителен. Достаточно сказать, что в общем товарообороте продовольственных магазинов г. Минска он колеблется от 1,43 до 4,48 %, в то время как торговая площадь, занятая этими товарами, достигает 10 % [5].

О необходимости повышения удельного веса непродовольственных товаров в универсамах Белоруссии свидетельствует как зарубежный, так и отечественный опыт. В отдельных универсамах Каунаса удельный вес продажи таких товаров достигает 25—30 % [4] в общем товарообороте, за рубежом — 40 % [5].

Требуется совершенствования также ассортимент продовольственных товаров, прежде всего за счет расширения продажи овощей и фруктов, удельный вес которых в товарообороте даже минских универсамов совершенно незначителен. В большинстве универсамов систематически отсутствуют в продаже свежие фрукты, сухофрукты, капуста. Продажа картофеля, моркови, свеклы и других овощей осуществляется с большими перебоями.

В конечном итоге это приводит к недоиспользованию торговых

площадей, фасовочного оборудования, что отрицательно сказывается на экономических показателях.

Эффективность работы универсамов существенным образом зависит от режима их работы. Универсамы в республике работают в основном по 11—12 часов в день и только 5 универсамов — по 13—14.

Как показывает анализ, наиболее эффективными с экономической точки зрения являются универсамы с режимом работы 13 часов в день. В универсамах с такой продолжительностью рабочего дня товарооборот на 1 м² торговой площади достигает 0,7 тыс. руб., что на 15 % выше, чем в универсамах с 12-часовым режимом рабочего дня.

Выявление и использование резервов повышения эффективности универсамов будет способствовать более быстрому расширению их сети и повышению культуры торговли.

Литература

1. Струев А. И. Торговля в одиннадцатой пятилетке.— М., 1981, с. 40. 2. Самообслуживание в розничной торговле.— М., 1976, с. 14. 3. Обзорная информация. Сер. Торговля. Вып. 1.— М., 1980, с. 10. 4. Обзорная информация. Сер. Торговля. Вып. 6.— М., 1978, с. 11. 5. Крюк Л. Непродовольственные товары в продовольственных магазинах.— Сов. торговля, 1981, № 11, с. 23.

А. С. Артемьев, докт. экон. наук, Н. К. Войтик, В. В. Лагойко, Е. С. Моисеенко, М. К. Хвалей, канд.-ты экон. наук, А. Г. Ромина, канд. техн. наук (БГИНХ)

АНАЛИЗ РОЗНИЧНОЙ КНИГОТОРГОВОЙ СЕТИ В ГОРОДАХ РЕСПУБЛИКИ

Среди наиболее важных проблем совершенствования книжной торговли проблемы расширения торговой сети, правильного ее размещения и эффективного использования имеют первостепенное значение. Розничная торговля сложными товарами, к которым относятся и книги, нуждается в рациональном развитии сети магазинов. В этом отношении в городах БССР проведена значительная работа. За 1971—1980 гг. здесь заметно улучшилась организация розничной книжной торговли, полнее стали удовлетворяться потребности трудящихся в книгопродукции, массово внедряются прогрессивные методы продажи литературы и форм обслуживания трудящихся. Во многом это объясняется значительным расширением сети книжных магазинов, вводом в действие более крупных предприятий, построенных по типовым проектам в соответствии с утвержденной номенклатурой типов магазинов «Книги». Только в системе Управления книжной торговли Госкомиздата БССР розничный товарооборот по книжным товарам возрос с 10,3 в 1970 г. до 31,2 млн. руб. в 1980 г., т. е. более чем в 3 раза; причем в Гомельском облкниготор