нинова И. Б. Выставка-продажа в системе изучения спроса населения на товары народного потребления: Автореф. дис.... канд. экон. наук.— М., 1980, с. 16. 4. Сергеев В. Потребительская панель: специфика метода.— Коммерческий вестник, 1980, № 20, с. 16.

С. Б. Кабариха (Бел. филиал ЦИНОТУРа)

СТРУКТУРА СОВРЕМЕННОГО УНИВЕРМАГА

В нашей республике проводится большая работа по совершенствованию кооперативной торговли. Особое внимание уделяется строительству таких современных типов магазинов, как «Универмаг», «Универсам», «Современное домашнее хозяйство», «Техника» и др. Как правило, в населенном пункте, где строится новый, больший по площади универмаг, в помещении бывшего универмага предусматривается открытие магазина «Детский мир».

Основным типом розничного предприятия по торговле непродовольственными товарами в районном центре является универсальный магазин. В настоящее время в республике насчитывается 180 предприятий данного типа. Средняя площадь универмага составляет 612 м². В одиннадцатой пятилетке в республике предусмотрено строительство еще 28 универмагов торговой площадью по 1000—2000 м². В результате к 1986 г. средняя площадь универмага возрастет на 38,4 % и составит 847 м².

В 1982 г. в Пружанах был открыт новый трехэтажный универмаг торговой площадью 2250 м², построенный по индивидуальному проекту института «Белкооппроект». Помещение старого универмага, расположенного рядом с новым, реконструировано. Оба здания соединены. В результате создан единый архитектурный ансамбль предприятий, общая торговая площадь которых составляет около 3000 м².

Технология обслуживания предусматривает организацию торговли в универмаге по потребительским комплексам, что создает максимальные удобства для покупателей и значительно сокращает затраты на покупку товаров. Главное внимание уделяется рациональному использованию торговой площади, предоставлению покупателям необходимых удобств при выборе и покупке товаров, созданию оптимальных условий труда для работников.

Универмаг оснащен торговой мебелью типа «ВИРУ». При разработке технологических планировок торговых залов взамен линейной системы расстановки оборудования широко использована салонная форма расстановки торговой мебели с художественным оформлением показа товаров и торговли по образцам.

Одной из особенностей технологических решений и расстановки оборудования является широкое использование для выкладки товаров пристенных горок с навесными витринами, смонтированными в островном варианте. Это позволило достичь более эффективной выкладки товаров, улучшить интерьер торгового зала, повысить его просматриваемость.

Оформление интерьера торгового зала служит одной из предпосылок создания благоприятной атмосферы торговли и делает предложение товаров в потребительских комплексах более привлекательным. Интересны цветовое решение, а также оформление рекламы.

Технологическая планировка предполагает организацию мест контроля, выдачи и упаковки товаров при всех узлах расчета. В интерьере широко применяются декоративные подвесные потолки, что придает залу праздничность.

На первом этаже универмага организованы два комплекса: «Для дома», «Для спорта, туризма, досуга». Здесь функционируют две бригады материально ответственных лиц. В комплексе «Для дома» организована торговля электротоварами, посудохозяйственными, галантерейными товарами, а также коврами и ковровыми изделиями.

Показ столовой посуды осуществлен методом «накрытого стола». Торговля дорогостоящими наборами посуды, хрустальными изделиями организована через прилавок индивидуального обслуживания. Для показа и продажи ковров применено специализированное оборудование, изготовленное заводом Белкоопсоюза. Выкладка товаров производится с учетом свойств, форм, цвета и веса товаров. Броская, удачно выполненная и постоянно поддерживаемая в порядке выкладка товаров способствует привлечению покупателей.

В комплексе «Для спорта, туризма, досуга» организована торговля радиотоварами, музыкальными, спортивными товарами, кинофототоварами. Данный комплекс отделен от комплекса «Для дома» с помощью двух подиумов, а также линии торгового оборудования. На одном из подиумов организована представительная выкладка товаров для туризма, а на втором представлены образцы мотоциклов и велосипедов. В этом комплексе заслуживает внимания организация торговли кинофототоварами, а также отдельными радиотоварами.

Для организации торговли телевизорами использованы передвижные столы (типа «ВИРУ»), которые вкатываются в линию горок пристенного оборудования. Для показа телевизоров небольших размеров используются верхние полки оборудования. Частично показ этого вида товаров организован также на ступенчатом подиуме.

За счет полок оборудования изготовлены специальные столы для установки проигрывателей. Покупатели могут удобно расположиться рядом и прослушать музыкальные записи.

На втором этаже универмага комплексы «Для мужчин», «Для шитья и рукоделия», «Для новобрачных», «Часы, сувениры, золото». Организованы две бригады материально ответственных лиц: одна в комплексе «Для мужчин», вторая объединяет оставшиеся три комплекса.

Новым в организации торговли здесь является торговля швейными изделиями, трикотажем по методу «платяного шкафа». Эти

товары группируются по принципу размерной шкалы. Такой метод предложения товара создает большие удобства для покупателя, так как в комплекте он может приобрести костюм, пальто, куртку, сорочку.

При подобной организации продажи товаров работники магазина могут проанализировать, каких размеров одежды не хватает в продаже, что необходимо заказывать. Создаются условия для поддержания постоянного ассортимента товаров. За каждым продавцом закрепляется определенный участок торговой площади, где продаются изделия нескольких размеров. Это создает возможность консультирования покупателей.

В центре зала установлены четыре примерочные кабины, что сократило передвижение покупателей.

В комплексе «Для шитья и рукоделия» организована торговля тканями, а также сопутствующими галантерейными товарами. В данном комплексе обращает на себя внимание декоративно оформленная с учетом сезона выставка тканей на нестандартном оборудовании. Торговля швейной галантереей организована в отдельной секции с отдельным узлом расчета.

На третьем этаже универмага расположен комплекс «Товары для женщин». В отделе по продаже обуви за счет установки оборудования для каждого размера организована своя зона продажи. Применены нестандартные сидения для примерки обуви, изготовленные заводом СМиР Белкоопсоюза.

Продажа парфюмерных товаров организована в отдельной секции с зонным узлом расчета по принципу «магазин в магазине». Красиво оформленные витрины, необычная расстановка горок, специфика самих товаров позволили создать активную зону продажи товаров, привлечь покупателей.

Большое внимание уделено в универмаге средствам информации и рекламы. При входе в здание рекламные указатели информируют посетителей о размещении каждого потребительского комплекса, а по мере продвижения по торговому залу — о микрокомплексе, товарной группе, конкретном товаре. В рекламном оформлении торговых залов в основном используется фризовая реклама, изготовленная заводом торгового оборудования г. Раквере.

Розничный товарооборот универмага возрос на 4,1 %. Опережающими по отношению к другим аналогичным предприятиям района темпами возрос товарооборот по ковровым изделиям, электротоварам, отдельным видам культтоваров.

Таким образом, опыт работы пружанского универмага по новой прогрессивной технологии продажи товаров подтверждает ее высокую эффективность.