

удельный вес капитальных вложений, направляемых на реконструкцию действующих предприятий, добиться, чтобы их реконструкция и техническое перевооружение стали определяющими формами воспроизводства основных фондов. В современных условиях курс на техническое перевооружение и реконструкцию действующих предприятий — не временное изменение пропорций в распределении капитальных вложений, а важнейший элемент инвестиционной политики, рассчитанной на длительную перспективу и тесно связанной с интенсификацией советской экономики.

Литература

1. Маркс К., Энгельс Ф. Капитал.— Соч., 2-е изд., т. 23, с. 190. 2. Материалы XXVI съезда КПСС.— М., 1981, с. 110. 3. Кондрашов П. Д., Таривердиев Л. А. Совершенствование организации торговли.— М., 1982, с. 12.

В. Н. Платонов, канд. экон. наук,
Е. П. Маслова (БГИНХ)

ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ ПЛАНИРОВКИ МЕБЕЛЬНЫХ МАГАЗИНОВ

По функциональному назначению помещения магазинов делятся на торговые, для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже, подсобные, административно-бытовые и технические. Размеры этих помещений, соотношения их площадей играют важную роль в планировочно-технологических решениях мебельных магазинов.

В г. Минске по индивидуальным проектам построены два магазина: Дом мебели (площадь В. Хоружей) и магазин № 3 (переулок Козлова), специализированный на продаже мебели для кухонь. Остальные размещены в основном в приспособленных помещениях, встроенных или встроенно-пристроенных зданиях, что отрицательно сказывается на культуре торгового обслуживания. Размеры магазинов г. Минска характеризуются данными табл. 1.

Из таблицы следует, что удельный вес торговой в общей площади магазинов составляет 54,5 % (в Доме мебели он равен 68,6 %, магазинах № 1, 3, 7 — около 60 %, № 4, 5 — всего 25—29 %).

Такие размеры площадей, отводимых для реализации мебели, при современном широком ассортименте явно недостаточны. Разумеется, выставить даже образцы мебели отечественного и зарубежного производства на площади 400—700 м² торгового зала практически невозможно. Это приводит к искусственному сужению ассортимента реализуемой мебели, снижению уровня культуры торговли.

В связи с этим было бы целесообразным мелкие магазины спе-

Таблица 1

**Удельный вес торговой площади в общей площади
мебельных магазинов г. Минска**

Магазин	Общая площадь, м ²	Площадь торгового зала, м ²	Удельный вес торговой площади, %
№ 1	6300	4320	68,6
№ 2	1713	997	58,2
№ 3	1250	720	57,6
№ 4	1620	420	25,9
№ 5	2099	605	29,0
№ 7	800	450	56,2
Итого	13782	7512	54,5

циализировать на продаже мебели определенного назначения: скажем, № 4 — на продаже мебели для спален; № 5 — мебели отечественного производства для гостиных; № 7 — некомплектной мебели отечественного производства.

Важное значение в торговом обслуживании покупателей играет форма торгового зала. Оптимальной считается такая форма, которая позволяет организовать кратчайшее передвижение покупателей и товаров. Таким требованиям отвечает квадратный торговый зал. Например, площадь 64×64 м имеет торговый зал Дома мебели. В нем хорошо просматриваются демонстрируемая разрозненная мебель и комплекты мебели в интерьерах.

Вместе с тем соотношение сторон некоторых залов 1 : 5 (№ 2 и 5) затрудняет рациональную организацию торгового обслуживания. Наличие двух входных дверей в разных концах магазина вызывает необходимость устройства двух узлов расчета. Удлиняются пути потоков покупателей, усложняется процесс перемещения товаров, плохо просматривается торговый зал. Эти магазины требуют коренной реконструкции и узкой специализации.

Одним из путей улучшения технологических процессов является оптимальная планировка помещений для приема, хранения и подготовки мебели к продаже. Для приема товаров в мебельных магазинах должны быть оборудованы разгрузочные помещения, в частности разгрузочные платформы (рампы) под навесом, с площадками для автомашин и приемочными площадью 72 м² на одно разгрузочное место. Полы приемочной, кладовых и рампы должны находиться на одном уровне для свободного механизированного перемещения мебели из кузова автомашины.

В табл. 2 приведен расчет количества разгрузочных мест мебельных магазинов г. Минска на основе нормативов. В большинстве случаев планировка мебельных магазинов г. Минска не отвечает этим требованиям. Разгрузочная площадка, устроенная только

**Расчет количества разгрузочных мест по магазинам мебели
г. Минска**

Магазин	Площадь торго- вого зала, м ²	Необходимое количество разгрузочных мест		Всего
		для разгрузки	для продажи	
№ 1	4320	6	12	18
№ 2	997	4	3	7
№ 3	720	3	2	5
№ 4	420	2	1	3
№ 5	605	2	2	4
№ 7	450	2	1	3
Итого	7512	19	21	40

в одном магазине — ДOME мебели, рассчитана на 4 разгрузочных места (по норме 6) и опущена на отметку 1,1 м по отношению к уровню пола. Недостатком ее является слишком малый фронт работ, над площадкой не оборудован навес. Многие грузовые работы в ДOME мебели выполняются во дворе магазина возле кладовых. Во всех остальных магазинах г. Минска разгрузочные площадки вообще не оборудованы.

Наличие необходимого количества разгрузочных помещений способствует:

увеличению производительности труда, так как товары можно беспрепятственно перемещать на грузовых тележках или электрокарах непосредственно из кузова машины в кладовую (в настоящее время разгрузка крупногабаритной мебели производится вручную);

сокращению количества работников, занятых на разгрузке-погрузке товаров;

улучшению сохранности мебели;

более рациональному использованию рабочего времени.

Для обеспечения необходимого запаса товаров в мебельных магазинах предусматриваются складские помещения.

Магазины г. Минска из-за ограниченности таких площадей, нерегулярности завоза товаров в розничную сеть вынуждены хранить непосредственно у себя значительные запасы мебели. Кроме того, на складах хранятся товары, продажа которых осуществляется по образцам с доставкой на дом.

Согласно СНиП, в мебельных магазинах предусматриваются специальные кладовые, площадь которых составляет 9,2 м² на каждые 10 м² площади торгового зала (табл. 3).

Как видно из таблицы, отклонение наличия складских помещений от норматива по магазинам составляет по Минску около

**Анализ обеспеченности мебельных магазинов г. Минска
складскими помещениями**

Магазин	Площадь торгового зала по продаже мебели	Наличие складских помещений, м ²		Складская площадь по нормативу	Отклонения
		всего	в том числе в подвале		
№ 1	3980	1805	—	3661	—1856
№ 2	997	1162	537	920	+242
№ 3	720	530	—	662	—132
№ 4	210	850	—	693	+157
№ 5	605	852	402	556	+292
№ 7	450	350	350	414	—64

2 тыс. м². Однако следует учесть, что во встроенных магазинах почти четверть кладовых размещена в подвальных помещениях жилых домов, использовать их для хранения мебели практически невозможно. Крупногабаритная мебель не вмещается в имеющиеся лифты. Кроме того, подвальные помещения разделены на множество мелких ячеек, что затрудняет перемещение мебели. В связи с этим кладовые в подвалах используются только для хранения мелкой мебели и сопутствующих товаров.

Нехватка торговых площадей в мебельных магазинах ведет к дополнительной перегрузке складских помещений. Недостаточно обеспечен кладовыми Дом мебели, имеющий только половину норматива таких помещений.

В магазинах № 2—5 складская площадь превышает норматив за счет отдельно стоящих складов, расположенных рядом с магазином. Торговая площадь магазина № 4, занятая под мебель, составляет всего 210 м² (продажу мебели осуществляют здесь только по образцам с доставкой ее покупателю на дом из склада). Имеющийся в Минске прирельсовый склад площадью 5 тыс. м² явно не обеспечивает приема, хранения и подсортировки мебели. В связи с этим в одиннадцатой пятилетке в городе будет построена вторая очередь склада площадью 8 тыс. м².

Для улучшения работы мебельных магазинов г. Минска и возможности широкого внедрения продажи мебели по образцам с доставкой покупателю из торговых предприятий целесообразно расширять складскую площадь магазинов за счет монтажа на прилегающей территории складов из металлоконструкций (финского или отечественного производства). Эти склады недорогостоящие, легко и быстро монтируются, вполне приспособлены для хранения мебели при условии их отопления.

На организацию работы магазина определенное влияние оказывают и наличие подсобных помещений для хранения тары, ин-

вентаря, экспедиции по доставке товаров на дом, мастерских и др. Площади и состав этих помещений, как правило, зависят от величины магазина. Так, для непродовольственных магазинов рекомендуемая площадь для хранения тары $0,6 \text{ м}^2$ на каждые 10 м^2 площади торгового зала. В мебельных магазинах целесообразнее иметь площадки для специальных металлических контейнеров емкостью до 4 м^3 каждый, в которые укладывается использованная деревянная рейка. Площадки должны быть оборудованы тельферными установками для погрузки и разгрузки контейнеров. В магазине целесообразно иметь несколько контейнеров, которые по мере заполнения тарой погружаются при помощи тельфера на автомашину взамен доставленного порожнего контейнера и отправляются тарособирающим предприятиям.

Такая система оправдала себя на практике и применяется в Доме мебели с площадкой для установки 5 контейнеров, оборудованной тельферной установкой. В магазинах № 4 по ул. Волгоградской и № 2 по Партизанскому проспекту установленные тельферы сокращают затраты времени на погрузку рейки и высвобождают рабочую силу. Там, где установка тельфера невозможна по каким-либо причинам, необходимо наличие постоянно закрепленного автопогрузчика, работу которого можно строить по заранее разработанному графику, обеспечивающему вывоз тары в определенные дни только из одного магазина. Применение контейнерных отправок возвратной тары — прогрессивная форма, имеющая ряд преимуществ перед традиционной.

К подсобным помещениям относятся и мастерские по ремонту мебели. Согласно нормативу, рекомендуемая их площадь в магазинах 10 м^2 на каждые 100 м^2 торгового зала (при площади последнего $900—1000 \text{ м}^2$). Отведенные в мебельных магазинах площади под мастерские не везде соответствуют этому нормативу. Так, в магазинах № 4 и 5 она составляет $18—20 \text{ м}^2$. Это затрудняет своевременный и качественный ремонт мебели в условиях магазина.

Для размещения экспедиции по доставке мебели на дом в магазинах также предусматриваются специальные подсобные помещения площадью 7 м^2 на каждые 100 м^2 торгового зала. Следует отметить, что из-за ограниченности площадей такие помещения отсутствуют, и в результате проданный товар хранится вместе с непроданным в торговом зале или складских помещениях.

В мебельных магазинах г. Минска мало внимания уделяется созданию комфорта для покупателей. В большинстве из них не оборудованы уголки отдыха покупателя, на недостаточном уровне организована реклама и информация.

В соответствии со СНиП около крупных магазинов и универсамов предусматривается наличие площадки для автотранспорта из расчета 1 место стоянки на $72—126 \text{ м}^2$ торгового зала. В действительности ни один мебельный магазин г. Минска не имеет такой стоянки. А ведь мебель — товар крупногабаритный, перевозка его в общественном транспорте практически исключена, и поэтому

оборудование автостоянок, особенно личного транспорта, у магазинов крайне необходимо. Несомненно, оно положительно скажется как на экономической эффективности мебельных магазинов, так и на повышении культуры обслуживания покупателей.

Таким образом, на основании анализа планировки мебельных магазинов г. Минска можно предложить следующее:

1. Произвести более узкую специализацию мелких магазинов.
2. Оборудовать магазины разгрузочными площадками.
3. Повысить обеспеченность складскими площадями за счет монтажа легких складов из металлоконструкций.
4. Расширить контейнерный метод возврата упаковочной рейки, для чего оборудовать в магазинах № 2—5, 7 тельферные установки для погрузки и разгрузки контейнеров.
5. Решить вопрос организации стоянок автотранспорта у мебельных магазинов.

Осуществление указанных мероприятий будет в значительной степени способствовать совершенствованию работы мебельных магазинов.

В. А. Бесман, канд. экон. наук, *Е. А. Боровская* (БГИНХ)

РЕЗЕРВЫ СОКРАЩЕНИЯ ПОТЕРЬ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ В НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ МАГАЗИНАХ

Всемерное укрепление трудовой дисциплины, более эффективное использование рабочего времени являются важнейшим требованием сегодняшнего дня. Работники торговли, выполняя постановление ЦК КПСС, Совета Министров СССР и ВЦСПС «Об усилении работы по укреплению социалистической дисциплины труда» [1], добились в этом направлении определенных успехов. Во многих коллективах возросла трудовая активность, более четко соблюдается внутренний трудовой распорядок, сократились потери рабочего времени, снизилась текучесть кадров. Однако предстоит еще большая работа по преодолению ряда недостатков.

Так, в 1983 г. среднее число дней, отработанных одним среднесписочным работником магазина, в Промторге № 1 составило 218, Промторге № 2 — 194, № 3 — 219. Коэффициент использования календарного фонда времени в этих торгах, соответственно, равен 0,60; 0,53 и 0,60 (табл. 1).

В таблице обращает на себя внимание довольно большое количество неявок в связи с отпусками на учебу. Особенно высок их уровень в Промторге № 3. Анализ позволяет сделать вывод о том, что в исследуемых торговых организациях к данному виду потерь неправомерно относят ряд неявок на работу, которые должны отражаться по другим статьям.

Согласно типовой инструкции ЦСУ СССР (№ 10—80), к отпу-