

С учетом ориентации на создание крупных складских автоматизированных комплексов предлагаемое изменение является осуществимым, ибо позволяет при меньших затратах достичь заметного эффекта снижения товарных потерь.

Литература

1. Несмелов Н. М. Направление сохранения качества товаров в торговле.— В сб.: Товароведение и легкая промышленность. Минск, 1980, вып. 7, с. 62.
2. Несмелов Н. М. Управление качеством продукции и пути его сохранения.— Минск, 1979, с. 14.

Г. А. Короленок, В. И. Молочко, канд. экон. наук (БГИНХ)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ТОВАРАМИ ДЕТСКОГО АССОРТИМЕНТА В г. МИНСКЕ

Советская торговля призвана обеспечить население, и в первую очередь детей, качественными товарами с минимальными затратами времени на их приобретение. Важными факторами при этом являются рациональное размещение торговой сети, осуществляющей реализацию товаров детского ассортимента, наличие в этих магазинах широкого ассортимента, качество обслуживания.

В настоящее время товарами детского ассортимента в г. Минске торгуют 42 магазина с общей торговой площадью 26475,6 м². Из них 8744,3 м² занято непосредственно под товарами детского ассортимента.

Торговлю товарами детского ассортимента осуществляют 12 магазинов. Из них специализированные: «Детский мир» (№ 4 пр. Рокосовского, $S_{\text{торг}}$ — 591,5 м², $S_{\text{детск}}$ — 495 м² и № 24, ул. Я. Коласа, соответственно, 1300 и 1214 м²); «Матрешка» (348,5 и 344 м²); «Пионер» (135 и 81 м²); «Малыш» (353 и 353 м²) и др. Узкоспециализированные: по продаже детской одежды — № 8 и 16, детского трикотажа и детской обуви — № 14 и 18.

Как показало обследование, эти магазины имеют торговую площадь 4271 м², т. е. 48,8 % всех торговых площадей, занятых под детским ассортиментом.

По торговым организациям площади, занятые под этими товарами, распределяются определенным образом (табл. 1).

Высокий удельный вес торговых площадей, занятых под товарами детского ассортимента, наблюдается в магазинах Промторга № 1 — 70,36 %. Значительно ниже данный показатель в «Спорткультурторге» — 45,19 % и промторгах № 3 и 2 (соответственно 40,4 и 33,9 %).

В ряде магазинов «Спорткультурторга» (№ 4), Промторга № 3 (№ 22, 12, 27) торговые площади, занятые под товарами детского ассортимента, составляют соответственно 17,8 м²; 40; 2,2 м².

Такое разделение торговой площади отрицательно влияет на формирование ассортимента, ибо на 2 м² организовать нормальный

Табл. 1. Торговая площадь, занятая под товарами детского ассортимента в г. Минске

Торговая организация	Количество магазинов	Общая торговая площадь магазина, в котором реализуются товары детского ассортимента	Торговая площадь, занятая под товарами детского ассортимента	Удельный вес
Промторг № 2	17	9012	3061	33,97
Промторг № 1	8	3544,5	2494	70,36
Спорткультторг	7	1697,5	772,7	45,19
Промторг № 3	8	3277,6	1323,6	40,4
ЦУМ	1	5000	165	3,3
ГУМ	1	3944	928	23,5
Итого	42	26475,6	8744,3	33,02

процесс продажи товаров практически невозможно, в данном случае происходит дробление ассортимента, затрудняется товароснабжение и т. д.

Для изучения соответствия существующих магазинов по торговле товарами детского ассортимента «Номенклатуре типов магазинов» нами была произведена их группировка.

Согласно существующей номенклатуре, магазины «Товары для детей» должны соответствовать следующим размерам: 650 м², 1000, 1500, 2500 м². К магазинам данного типоразмера в г. Минске относится пять (табл. 2).

Табл. 2. Магазины «Товары для детей», размещенные в г. Минске

Типоразмер по номенклатуре, м ²	Магазин	Фактическая торговая площадь, м ²
«Товары для детей» (650 м ²)	№ 8 «Буратино»	533
	№ 4 «Детский мир»	591,5
	№ 11 «Детские товары»	353
	№ 15 «Матрешка»	348,5
	№ 25 «Детские товары»	280

Приведенные данные свидетельствуют о том, что только два магазина типоразмера «Товары для детей» (650 м²) приближаются по торговым площадям к рекомендуемым номенклатурой. Такое положение затрудняет разработку ассортиментной структуры магазина и порождает трудности в формировании ассортимента детских товаров.

К типоразмеру магазина «Товары для детей» с торговой площадью 1500 м² в г. Минске приближается всего один магазин —

№ 24 «Детский мир» по ул. Я. Коласа, 125 (торговая площадь 1300 м²).

Существующая «Номенклатура типов магазинов» предусматривает типоразмер магазина «Детская одежда» с торговой площадью от 100 до 250 м² (табл. 3).

Табл. 3. Магазины «Детская одежда», размещенные в г. Минске

Типоразмер по номенклатуре	Магазин	Фактическая торговая площадь, м ²
«Товары для детей» (от 100 до 250 м ²)	№ 17 «Детская одежда»	210
	№ 8 «Детская одежда»	322
	№ 16 «Детская одежда»	275
	№ 14 «Детский трикотаж»	158
	№ 24 «Детская одежда»	560

Анализ магазинов данной группы показал, что только три из них соответствуют требованиям номенклатуры.

К типоразмеру «Детская обувь» с площадью от 100 до 250 м² в г. Минске относится только один магазин — № 18 по ул. О. Кошевого, 14 (173 м²).

Следует отметить, что детская обувь реализуется и в специализированных магазинах — № 26 «Дом обуви» (под детской обувью здесь занято 195 м² торговой площади); № 12 «Обувь» по ул. Ландера, 38 (2 м²); № 18 «Обувь» по бульв. Шевченко, 1 (105 м²).

К типоразмеру «Малыш» с торговой площадью 400 м² в г. Минске относится магазин № 10 по ул. Московской, 9 (306,8 м²). Однако и этот магазин не соответствует существующей номенклатуре.

Типоразмеру «Юный техник» с торговой площадью от 100 до 250 м² отвечает магазин № 11 «Умелые руки» по ул. Горького, 48 (292 м²). Однако в этом магазине под товары для детей отведено всего 68 м² из общей торговой площади.

Значительная часть товаров детского ассортимента реализуется в магазинах, специализирующихся на других группах товаров (табл. 4).

Табл. 4. Специализированные магазины, в которых реализуются товары детского ассортимента

Типоразмер магазина по номенклатуре	Магазин	Торговая площадь магазина, м ²	Торговая площадь, занятая под товарами детского ассортимента, м ²
«Культтовары» (250—400 м ²)	№ 8 «Культтовары»	417	[161,9
«Товары для спорта и туризма» (до 250 м ²)	№ 5 «Спорттуризм»	458,2	100

Определенная часть товаров детского ассортимента реализуется в смешанных магазинах «Промтовары» (№ 22, 20, 27 и др.).

Проведенный анализ свидетельствует о том, что ассортимент детских товаров расплывается по целому ряду магазинов, не предназначенных для реализации данной группы. Это в значительной степени затрудняет удовлетворение спроса населения.

Во-первых, недостаточное количество специализированных магазинов усложняет процесс покупки нужных населению товаров и увеличивает затраты времени населения на их приобретение.

Во-вторых, незначительные торговые площади, занятые под детскими товарами в магазинах, реализующих несколько товарных групп, затрудняют создание оптимальной ассортиментной структуры.

В-третьих, наличие большого числа магазинов, реализующих товары детского ассортимента, отрицательно сказывается на организации товароснабжения.

В этой связи возникла проблема совершенствования размещения розничной торговой сети, через которую реализуются товары детского ассортимента, а также совершенствования организационных форм управления этими предприятиями. В целях более эффективного использования существующей торговой сети по реализации данных товаров следует произвести переспециализацию ряда магазинов.

В связи с этим мы считаем целесообразным:

1) для более четкой организации продажи через специализированные магазины исключить реализацию товаров детского ассортимента в ЦУМе и ГУМе (при условии создания универсама «Детский мир»);

2) исключить из товарного ассортимента детские товары в следующих магазинах: № 36 «Обувь» по ул. Гололеда, 21; № 41 по ул. Первомайской, 24;

3) переспециализировать магазин № 24 «Детская одежда» в магазин «Товары для детей» в соответствии с «Номенклатурой типов магазинов»;

4) в целях создания в районе Чижовки условий для удовлетворения спроса населения на товары детского ассортимента представляется возможным изменить товарный профиль магазина № 10 «Дом одежды» по ул. Гололеда на «Товары для детей»;

5) учитывая незначительные площади для продажи товаров детского ассортимента (детская обувь), исключить из товарного ассортимента эту группу товаров в магазине № 12 «Обувь» по ул. Ландера;

6) для улучшения обслуживания населения товарами детского ассортимента представляется возможным переспециализировать магазин № 18 «Обувь», расположенный на бульваре Шевченко, в магазин «Детская обувь». Необходимость создания такого магазина объясняется тем, что в районе ул. Горького — Шевченко имеется магазин по продаже товаров детского ассортимента «Матрешка», и создание специализированного магазина «Детская обувь»

позволит привлечь в данный район покупателей. В то же время появляется возможность сократить затраты времени покупателей на поездки;

7) полностью перевести на продажу товаров детского ассортимента магазин «Пионер» по ул. Ташкентская.

Реализация этих предложений позволит в значительной степени решить проблему удовлетворения спроса населения на товары детского ассортимента.

И. А. Коголев, канд. экон. наук, Л. Д. Есманович
(Белфилиал ВНИИКС)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ ПО ТОРГОВЛЕ ДЕТСКИМИ ТОВАРАМИ

Министерством торговли СССР в конце 1979 г. были утверждены единые общесоюзные временные нормативы потребности в торговой площади магазинов для реализации товаров детского ассортимента. Эти нормативы должны использоваться при разработке планов развития торговой сети на 1981—1985 гг. В соответствии с ними в г. Минске необходимо увеличить торговую площадь по швейным и трикотажным изделиям в 2,7; по обуви — в 2,2, а по всем детским товарам — в 2,3 раза.

Планом развития торговой сети г. Минска на текущее пятилетие намечается ввести в действие магазины для детей общей площадью 3,8 тыс. м², или на 36 % больше достигнутого в 1980 г. уровня.

Поскольку общесоюзные нормативы при перспективном планировании торговой сети должны уточняться в соответствии с конкретными условиями республики и каждого крупного города, в Белорусском филиале ВНИИКСа была разработана и применена методика расчета потребности в торговой площади по продаже детских товаров, в основу которой положены данные о фактической площади действующих магазинов, расчетные нормы площади для размещения товаров в торговом зале и экспертные оценки.

Расчеты необходимой торговой площади по продаже детских товаров проводились по каждому магазину (секции универсама) Минска, осуществляющему торговлю ими. Потребность в торговой площади определялась по группам товаров для детей. По швейным изделиям, например, в основу расчета было положено определение фактического количества разновидностей товаров и оптимальное их число, приходящееся на 1 м² площади торгового зала. Потребность в торговой площади рассчитывалась по формуле $P = P/N$, где P — необходимая площадь торгового зала; P — количество разновидностей, находящихся в торговом зале; N — оптимальное количество разновидностей, приходящихся на 1 м² торговой площади.

P определялось главным образом на основе инвентаризацион-