

ния уделять совершенствованию ассортимента спортивных товаров, освоению новых видов спортивных товаров и при этом постоянно работать над улучшением качества выпускаемой продукции.

Литература

1. «О дальнейшем подъеме массовости физической культуры и спорта»: Постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР.— Сов. Белоруссия, 1981, 24 сент.

А. Г. Ромина, канд. техн. наук, *А. В. Реут* (БГИНХ)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ В ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ МАГАЗИНАХ

В настоящее время в стране накоплен определенный опыт по организации совместной продажи продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса (НТПС). Вместе с тем в организации торговли НТПС имеют место существенные недостатки: незначительная доля этих товаров в товарообороте магазинов; неполное использование торговых площадей под непродовольственные товары; случайно подобранный ассортимент и др. С целью улучшения организации данного вида торговли проведено исследование в продовольственных магазинах некоторых райпищеторгов г. Минска.

Продажу этих товаров осуществляют 63 продовольственных магазина, в том числе в Центральном райпищеторге — 5, Фрунзенском — 9, Партизанском — 5, Октябрьском — 7, Московском — 6, Советском — 6, Заводском — 13, Первомайском — 6, Ленинском — 6 (табл. 1).

Приведенные данные свидетельствуют о незначительных площадях, отведенных для размещения и продажи непродовольственных товаров. Кроме того, наблюдаются значительные колебания доли этих площадей в различных магазинах (от 1,6 до 28,6 %). Наиболее низкие размеры площадей имеют магазины Центрального РПТ (от 1,9 до 8,3 % от площади торговых залов). В магазинах Октябрьского РПТ они составляют от 2,8 до 14,8 %, Московского — от 3,0 до 28,6, Советского — от 5,9 до 17,8, Ленинского — от 1,6 до 12,3 %.

Площадь для реализации непродовольственных товаров имеет существенное значение при определении их ассортимента. Он устанавливается на основании утвержденного минимального перечня НТПС для продажи в продовольственных магазинах 5 типов в зависимости от площади торгового зала.

Однако в этом минимуме отсутствует единый подход при определении площадей для продажи НТПС в продовольственных магазинах. Так, магазины № 26, 9 и 2 Советского РПТ имеют одинаковые площади для реализации непродовольственных товаров, хотя и относятся к разным типам магазинов.

Табл. 1. Площади торговых залов для реализации непродовольственных товаров

Райпищеторг	Номер магазина	Площадь торгового зала, м ²	В том числе занятая товарами, м ²	Удельный вес, %
Центральный	14	361	30	8,3
	13	522	17	3,2
	19	478	15	3,1
	29	542	18	3,3
	18	641	12	1,9
Октябрьский	23	214	6	2,8
	19	334	15	4,5
	26	270	40	14,8
	10	560	45	8,0
	14	488	50	10,2
	5	1000	21	2,1
	7	650	20	3,1
Московский	14	297	85	28,6
	11	415	30	13,9
	20	500	30	6,0
	12	680	40	5,9
	22	1000	80	8,0
Советский	24	1000	30	3,0
	23	402	24	5,9
	26	900	160	17,8
	3	610	60	9,8
	14	880	110	12,5
	9	1280	160	12,5
	2	1300	160	12,3
Ленинский	26	163	20	12,3
	23	365	15	4,1
	16	350	10	2,8
	13	328	16	4,8
	10	823	30	3,6
	29	1200	20	1,6

В магазинах Центрального РПТ, имеющих меньшую площадь торговых залов, отводится значительная площадь под непродовольственные товары. Аналогичные несоответствия прослеживаются и по другим райпищеторгам, что свидетельствует о формальном подходе к организации торговли рассматриваемым ассортиментом товаров.

Согласно указанному перечню, непродовольственные товары, реализуемые в продовольственных магазинах г. Минска, подразделяются на следующие товарные группы:

1. Галантерейные, парфюмерно-косметические товары.
2. Товары мебельного ширпотреба и пластмассовые изделия.
3. Метизо-хозяйственные товары.
4. Химико-москательные и силикатные товары.
5. Электротовары и металлопосуда.
6. Бумажные, школьно-письменные и канцелярские товары.
7. Принадлежности для письма и рисования.
8. Игрушки.

Наибольшее количество наименований НТПС из перечисленных товарных групп должно, несомненно, предусматриваться в крупных продовольственных магазинах. Однако в практике работы райпищесторгов г. Минска имеются значительные отклонения. Так, в магазинах № 23, 26, 14 Октябрьского РПТ ассортиментный перечень представлен 98 наименованиями, тогда как по торговой площади они имеют существенные различия. В Советском РПТ в магазине № 3 на площади 60 м² предусмотрено размещение для реализации 125 наименований непродовольственных товаров, а в магазине № 14 на площади 110 м² — 106. Отмеченные несоответствия имеются и по другим райпищесторгам. Это свидетельствует о недостаточно четком формировании ассортимента НТПС для продовольственных магазинов.

Кроме того, указанные недостатки ведут к заметному ухудшению показателей торгово-хозяйственной деятельности предприятий. Имеющиеся расчеты по оптимизации структуры ассортимента НТПС в увязке с типами магазинов позволяют увеличить объем товарооборота примерно в 9,4 раза (исходя из наибольшей существующей величины объема товарооборота на 1 м²) [1].

Формирование ассортимента непродовольственных товаров в продовольственных магазинах должно осуществляться в каждом отдельном случае исходя из потребностей населения района, возможностей самого магазина. При этом необходимо учитывать наличие в данном районе хозяйственных, канцелярских, галантерейных и других магазинов, в которых может дублироваться ассортимент товаров.

Нельзя признать рациональным включение восьми товарных групп, предусмотренных минимальным перечнем, в ассортиментный набор всех девяти магазинов Фрунзенского РПТ или действие двух перечней для Заводского РПТ (табл. 2). Все это в значительной мере снижает уровень обслуживания населения товарами повседневного спроса.

Интересные материалы по групповому и внутригрупповому ассортименту НТПС, реализуемых в продовольственных магазинах г. Минска, получены сотрудниками кафедры товароведения товаровов БГИНХ им. В. В. Куйбышева. Ими были установлены значительные отклонения в магазинах фактического ассортимента от предусмотренного перечнем. Проведенный анкетный опрос продав-

Табл. 2. Ассортиментные перечни непродовольственных товаров, реализуемых в продовольственных магазинах г. Минска

Товарные группы	Фрун- зенский РПТ	Партизанский РПТ			Московский РПТ			Советский РПТ				Заводской РПТ		Ленинский РПТ			
	1	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	1	2	1	2	3	
Галантерея, парфюмерно- косметические товары	+	+	+	+	+	-	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+
Товары мебельного ширпотреба и пластмассовые изделия	+	-	-	-	+	+	-	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-
Метизо-хозяйственные товары	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Химико-москательные и силикатные товары	+	+	-	-	+	+	-	+	+	-	+	-	-	+	+	+	+
Электротовары и металлическая посуда	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	-	-	+	+	+	+
Бумажные, школьно- письменные и канцтовары	+	+	+	-	+	-	+	+	+	+	+	-	-	+	+	+	+
Принадлежности для письма и рисования	+	+	+	-	+	-	-	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-
Игрушки	+	+	-	+	+	-	+	+	-	+	-	+	+	+	+	+	+

Примечание. «+» означает наличие товарной группы в ассортиментном перечне, «-» — ее отсутствие.

цов подтвердил необходимость реализации НТПС. Методы продажи, подбор ассортимента, квалификация продавцов, организация товароснабжения и другие факторы, связанные с продажей непродовольственных товаров в продовольственных магазинах, должны быть научно обоснованы.

Результаты проведенного исследования позволили выявить отдельные недостатки в организации формирования ассортимента непродовольственных товаров повседневного спроса: ограниченность площади для их реализации; отсутствие единого подхода к определению площадей под эти товары в продовольственных магазинах различных типов; значительные колебания в количестве наименований внутри ассортиментных перечней, действующих в магазинах одного типа; нечеткий подбор товарных групп для конкретных магазинов. Их устранение явится существенным резервом повышения уровня работы по формированию ассортимента непродовольственных товаров в продовольственных магазинах.

Литература

1. Непродовольственные товары в продовольственных магазинах / Л. В. Крюк, Е. Г. Кулакова, Э. П. Русецкая, Л. Д. Рудаковская.— Советская торговля, 1981, № 11, с. 22.

И. Б. Тимошенко (БГИНХ)

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ ФОРМИРОВАНИЯ МЕСТНЫХ ТОВАРНЫХ РЕСУРСОВ ЗА СЧЕТ ПРОИЗВОДСТВА В ПОТРЕБКООПЕРАЦИИ

Ускоренное развитие производства товаров народного потребления, особенно из местного сырья и промышленных отходов, активизация работы торговых организаций по вовлечению дополнительных товарных ресурсов в оборот ведут к постоянному росту их поступлений из местных источников, к возрастанию доли этих изделий в товарном обеспечении розничного товарооборота. В результате доля местных товарных ресурсов в товарообороте Белорусской ССР постоянно возрастает, достигнув в 1982 г. 7,7 %.

Не только действенным источником формирования местных товарных ресурсов, но и значительным резервом роста производства товаров народного потребления на их основе является потребкооперация. Удельный вес Белкоопсоюза в общем объеме поступления в торговлю товаров из местных источников за последние годы постоянно возрастает (13,7 % в 1982 г.). На предприятиях потребительской кооперации БССР накоплен немалый опыт переработки вторсырья, особенно текстильных отходов. Для производства непродовольственных товаров предприятия Белкоопсоюза широко используют отходы швейных, трикотажных и камвольных предприятий, бытовое тряпье, заготовленное у населения. Из года в год увеличивается выпуск и расширяется ассортимент товаров, выраба-