

более низким уровнем эффективности использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. К их числу относятся универсамы № 3 и 23 Советского, № 31 и 33 Первомайского, № 29 и 30 Ленинского, № 11 Фрунзенского, № 1 Заводского райпищеторгов.

Работникам плановых отделов торгов необходимо наладить систематический и углубленный анализ показателей эффективности и качества работы каждого универсама, что особенно важно в условиях перехода торговли на самофинансирование. При проектировании новых универсамов следует учитывать, что наиболее высокая экономическая эффективность достигается в универсамах с торговой площадью 650—1000 м<sup>2</sup>.

Р. Н. Устинова, Л. А. Кондратова,  
И. Б. Тимошенко (БГИНХ)

### **ОПТИМИЗАЦИЯ СТРУКТУРЫ ТОВАРОБОРОТА УНИВЕРСАМОВ**

Важнейшими предпосылками повышения эффективности работы универсамов являются рациональное распределение торговых площадей по товарным группам и совершенствование структуры товарооборота. Эффективность использования торговой площади универсамов зависит от установления рационального соотношения между площадями, отводимыми под продовольственную и непродовольственную группы товаров. В номенклатуре типов универсамов с торговой площадью 400, 650, 1000, 1500 и 2000 м<sup>2</sup> третья часть предназначена для выкладки и реализации непродовольственных товаров.

В действующих в г. Минске универсамах размер торговой площади под непродовольственные товары составляет в среднем 124 м<sup>2</sup>, или 15,7 % всей торговой площади. Тем не менее и при таком небольшом размере она используется неэффективно: товарооборот на 1 м<sup>2</sup> здесь составляет 3,07 тыс. р. Это ниже, чем в непродовольственных магазинах, реализующих аналогичный ассортимент товаров.

Анализ структуры торговой площади непродовольственных и продовольственных товаров показал, что в универсамах фактическая торговая площадь, отведенная для торговли непродовольственными товарами, ниже норматива. В универсамах № 38 Заводского и № 19 Советского РПТ таковая вообще отсутствует. В то же время здесь наблюдается завышение площади под такие товарные группы, как хлеб, кондитерские, бакалейные, рыбные, винно-водочные изделия. Приведение структуры торговой площади по этим универсамам в соответствие с нормативами позволит выделить площади для торговли, непродовольственными товарами. Кроме того, хотя с ростом размера универсама удельный вес торговой площади под непродовольственные товары возрастает, эффективность ее использования снижается. Об этом свидетельствует показатель товарооборота на 1 м<sup>2</sup> торговой площади, который в крупных универсамах (свыше 600 м<sup>2</sup>) составил в 1985 г. лишь 2,7—3,2 тыс. р., тогда как в универсамах с торговой площадью 400 м<sup>2</sup> — 4,8 тыс. р., или в 1,5—1,7 раза выше.

Основное назначение отделов непродовольственных товаров в универсамах — реализация товаров повседневного спроса и товаров первой необходимости. Однако работники отдельных универсамов стремятся обеспечить оборот отдела за счет дорогостоящего и несвойственного ассортимента. Неправомерным является и включение табачных изделий в ассортимент непродовольственных товаров, тем более что они относятся к группе продовольственных. Естественно, что в таких универсамах оборот на 1 м<sup>2</sup> выше, но это не свидетельствует о рациональной организации работы отдела. В отдельных же универсамах ассортимент товаров повседневного спроса значительно сужен и сведен только к сопутствующим товарам, что снижает объем реализации и эффективность использования торговых площадей.

Недостаточен уровень организации торговли непродовольственными товарами в Октябрьском РПТ. Обеспеченность рекомендованного норматива площади отдела в универсаме № 7 составила 25,0 %, № 12 — 33,3 и № 5 — 62,5 %; удельный вес непродовольственных товаров в товарообороте — соответственно 2,54, 2,05 и 2,89. По Заводскому РПТ аналогичные показатели составили: в универсамах № 38 — 11,1 %, № 36 — 20,8, № 1 — 50 %, а также 2,05; 5,9; 5,9. Этим торгам необходимо обратить особое внимание на работу отделов непродовольственных товаров универсамов, обеспечить их площадями и товарами в соответствии с назначением.

Повышение удельного веса непродовольственных товаров в товарообороте универсамов на 1 % увеличит товарооборот не менее чем на 1,6 млн р. Поэтому совершенствование организации торговли непродовольственными товарами за счет приведения размеров торговой площади к нормативной и правильного подбора ассортимента товаров повседневного спроса является важным резервом повышения товарооборота.

Оптимизация структуры товарооборота предполагает прежде всего наличие полного ассортимента товаров и высокое качество обслуживания покупателей. Решение этой задачи во многом зависит от рационального распределения торговой площади, которое должно «реагировать» на любые изменения структуры товарооборота универсамов.

Проведенное исследование позволило в универсамах г. Минска проследить зависимость структуры товарооборота от общей величины торговой площади и ее распределения по товарным группам. В отдельных группах универсамов с одинаковой торговой площадью наблюдаются общие тенденции в изменении структуры товарооборота. Так, с ростом общей торговой площади универсамов в товарообороте увеличивается доля гастрономических товаров и мясомолочных продуктов. Особенно это характерно для универсамов с торговой площадью от 650 до 1000 м<sup>2</sup>.

Та же тенденция наблюдается по бакалейным товарам, овощам и фруктам, безалкогольным напиткам и пиву, непродовольственным товарам. Возрастание роли этих товарных групп в товарообороте крупных универсамов экономически оправдано и предусматривается

действующими рекомендациями. Однако различия в структуре товарооборота как однотипных универсамов, так и самих групп свидетельствуют о том, что в ряде случаев рекомендованные нормативы не соблюдаются.

Значительные отклонения фактических площадей от норматива по товарным группам вызывают неравномерную нагрузку на 1 м<sup>2</sup> торговой площади, а следовательно, ведут к снижению эффективности ее использования. Так, практически во всех универсамов площадь, отведенная под бакалейные товары, в 2,5—3,5 раза больше, чем предусмотрено нормативом, что снижает оборот на 1 м<sup>2</sup> торговой площади.

Наибольшее завышение норматива составило по универсамов с площадью до 400 м<sup>2</sup> — на 95 м<sup>2</sup> (№ 19 Советского РПТ), до 650 м<sup>2</sup> — на 167 (№ 7 Октябрьского РПТ), до 1000 м<sup>2</sup> — на 155 (№ 11 Фрунзенского РПТ), свыше 1000 м<sup>2</sup> — на 368 м<sup>2</sup> (№ 9 Советского РПТ). В результате резко снизился оборот бакалейных товаров на 1 м<sup>2</sup> торговой площади. В универсаме № 9 Советского РПТ под бакалейные товары отведено 37,7 % торговой площади (по нормативу 8,5 %); оборот этих товаров на 1 м<sup>2</sup> наиболее низкий среди универсамов города.

По всем же другим товарам величина торговой площади ниже норматива. В результате площадь под эти товары используется неэффективно, поскольку более трети ее дает минимальную отдачу. В то же время все остальные отделы испытывают повышенную нагрузку на 1 м<sup>2</sup>.

Недостатки в распределении площадей проявляются и при установлении размеров отделов под торговлю рыбой. Практически во всех универсамов города фактическая площадь под рыбные товары в 1,5—2,5 раза превышает норматив, а оборот данной товарной группы на 1 м<sup>2</sup> в 4—6 раз ниже общего среднего товарооборота на 1 м<sup>2</sup> общей торговой площади универсамов. При этом колебания данного показателя по универсамов города составляют от 0,9 до 9,9 тыс. р. Было бы целесообразным довести площади под рыбные отделы до норматива. Это позволило бы повысить реализацию рыбных товаров на 1 м<sup>2</sup>, передав излишнюю площадь отделам, испытывающим в ней дефицит.

В ряде универсамов наблюдается занижение рекомендованного норматива площади под торговлю молочными, мясными и гастрономическими товарами. Это ведет к негативным последствиям: во-первых, к необоснованному увеличению нагрузки на 1 м<sup>2</sup> торговой площади и в результате — к возникновению нерациональных покупательских потоков; во-вторых — к сокращению реализации и сужению ассортимента вследствие ограниченных возможностей торговых площадей. Товарооборот универсамов на 1 м<sup>2</sup> по молочным товарам колеблется от 3,2 до 27,4 тыс. р., гастрономическим — от 8,6 до 42,4 тыс. р.; мясным — от 4,7 до 38,5 тыс. р.

Особенно неблагоприятное положение складывается в универсамов с реализацией овощей и фруктов. Ни в одном из них не обеспечена соответствующая нормативу площадь под эту товарную

группу: в большинстве своем она в 2—14 раз меньше рекомендованной. В универсамах же № 5, 7 и 12 Октябрьского РПТ, № 19 Советского РПТ таковая вообще отсутствует. В результате доля данной группы товаров в товарообороте наименьшая — от 0,2 до 5,4 %. Различия же в обороте на 1 м<sup>2</sup> — от 0,3 до 25,9 тыс. р. — отражают либо сокращение поступления плодоовощной продукции (14 универсамов города), либо чрезмерную интенсивность реализации (№ 22, 24 Московского РПТ) из-за необеспеченности норматива площадей под отдел.

Следует отметить, что в универсамах при продаже овощей и фруктов не всегда соблюдаются санитарно-гигиенические нормы, в частности не выделяются отдельные контейнеры. Зачастую отсутствуют надлежащие условия для хранения плодоовощной продукции. При планировании товарооборота по овощам и фруктам следует учитывать местонахождение универсама, т. е. наличие в непосредственной близости магазинов с более широким ассортиментом указанных товаров.

Таким образом, в целях рационализации структуры товарооборота и повышения эффективности использования торговых площадей всем универсамам следует пересмотреть структуру торговых площадей в направлении оптимизации их размеров.

А. А. Гулис (БГИНХ)

## **ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА ПОЛУФАБРИКАТОВ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

Внедрение индустриальных методов приготовления продукции, перевод предприятий общественного питания на работу с полуфабрикатами является важнейшим резервом роста производительности труда, высвобождения численности работников, повышения качества пищи и культуры обслуживания.

Производство полуфабрикатов в Белорусской ССР, как и в целом по стране, увеличивается. За 1976—1985 гг. объем их выпуска возрос на 132,2 %. При этом рост производства полуфабрикатов обеспечивался как общественным питанием, так и пищевыми отраслями промышленности.

Экономистами доказаны преимущества крупных предприятий промышленного типа, где становится возможным на основе промышленных методов, поточно-механизированных и автоматизированных линий, рациональной, безотходной технологии организовать производство полуфабрикатов высокой степени готовности. Сосредоточение производства полуфабрикатов на крупных предприятиях позволяет не только заменить неквалифицированный ручной труд, применить высокопроизводительные машины и оборудование, но и достичь высокого коэффициента их использования, полной переработки большого количества сырья и в конечном счете — высокой производительности труда.