

повысит ответственность промышленности за качество и технический уровень, обновление ассортимента выпускаемых товаров и за конечную реализацию своей продукции.

Промышленность будет сама устанавливать порядок реализации продукции и оказания дополнительных услуг. В свою очередь торговля получит право производить за счет промышленности уценку товаров, поставленных с отклонениями от договора или не пользующихся покупательским спросом. Уценка должна быть рассчитана на определенный срок, после истечения которого товар, не проданный по тем или иным причинам, подлежит возврату на завод-изготовитель.

Для покрытия повышенных расходов, связанных с оказанием дополнительных услуг (демонстрация товаров в действии, техническая консультация покупателей, предпродажная подготовка и др.), можно ввести надбавку к розничной цене товара или увеличить размер представляемой торговой скидки.

По нашему мнению, наиболее эффективной формой торговли ТСТ должны стать торгово-сервисные центры с единым типовым проектом помещения, оборудования и технологии, за счет чего будет достигнуто удешевление их строительства и эксплуатации. Расположение таких центров должно удовлетворять требованию удобства подъездных путей и наличию оборудованной стоянки автотранспорта. Так как ТСТ являются предметами эпизодического спроса, центры можно размещать в новых микрорайонах или на окраине крупных городов. При продаже бытовой техники в торгово-сервисных центрах должны обеспечиваться индивидуальное обслуживание каждого покупателя, демонстрация товаров в действии, техническая консультация. В связи с этим площадь таких центров планируется 3—5 тыс. м².

Предлагаемые специализированные пункты продажи и ремонта призваны оказывать весь комплекс услуг — от доставки товаров на дом покупателям и установки до технического обслуживания в период гарантийного срока эксплуатации.

А. Г. Ромина, М. К. Хвалей, Т. Г. Саган,
Т. М. Саханович (БГИНХ)

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ В ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ МАГАЗИНАХ

Перспективным направлением развития торговой отрасли является концентрация и продажа непродовольственных товаров повседневного спроса (НТПС) в универсамах и крупных продовольственных магазинах. Это создает удобства для покупателей, так как позволяет приблизить указанную группу товаров к жилой зоне.

Реализация НТПС в продовольственной торговой сети, кроме социального, дает также значительный экономический эффект. По данным УкрНИИТОПа, продажа этих товаров даже в ограниченном ассортименте повышает рентабельность магазинов на 0,3—0,5 %.

Если же удельный вес непродовольственных товаров достигает в товарообороте универсамов и продовольственных магазинов самообслуживания соответственно 10 и 5 %, то в расчете на год дополнительно можно получить свыше 1 млрд р¹.

Научно обоснованный подход к формированию ассортимента НТПС в универсамов Украины, Прибалтики и многих областей РСФСР позволил довести долю этих товаров в обороте до 15—18 % (в среднем по стране она не превышает 6 %) ².

Перед работниками отрасли поставлена задача довести в XII пятилетке уровень продажи НТПС в универсамов и продовольственных магазинах с универсальным ассортиментом товаров до 15—20 % в общем объеме товарооборота. В решении этой задачи большую роль играют рациональное товароснабжение, совершенствование организации труда, применение прогрессивных форм продажи, правильное формирование ассортимента НТПС в продовольственных магазинах.

В г. Минске на 1.01.87 г. реализацию непродовольственных товаров осуществляли 26 универсамов и 32 продовольственных магазина (6334 м², или 16,6 % их общей торговой площади). Последнее является весьма существенным для г. Минска, так как позволяет в некоторой мере сократить дефицит торговых площадей в розничной торговле непродовольственными товарами.

В экономическом плане увеличение доли продажи непродовольственных товаров в универсамов на 1 % высвобождает примерно 20 тыс. м² торговой площади, занятой под продажу НТПС в других магазинах, за счет чего в последних создаются дополнительные условия для концентрации товаров более сложного ассортимента.

Действующей номенклатурой типов магазинов в универсамов предусматривается 30—32 % торговой площади выделять для продажи непродовольственных товаров. В табл. 1 представлены данные, которые отражают значительные колебания доли торговых площадей, выделенных под НТПС, и объемов их товарооборота. Так, самая большая торговая площадь под эти товары отведена в продовольственных магазинах Заводского РПТ. В 1986 г. она составила 24,9 % общей торговой площади магазинов торгова, реализующих НТПС. В результате доля НТПС в товарообороте магазинов доведена здесь до 28 % (средний показатель по городу — 11,8 %).

Иная картина выявлена по Партизанскому РПТ, где продажа непродовольственных товаров организована в пяти продовольственных магазинах на площади 131 м² (от 17 в магазине № 4 до 30 м² в магазинах № 16 и 30), что не позволяет надлежащим образом осуществлять реализацию данных товаров. Незначительна доля торговых площадей, занятых под НТПС, в магазинах Центрального РПТ, что отражается и на их удельном весе в товарообороте, а также Московского РПТ: соответственно 14,1 и 8,3 %. В Октябре-

¹ Химонин Ю. Организацию торговли — на современный уровень // Советская торговля. — 1986. — № 6. — С. 11.

² Кондрашов П. Систему работы — на уровень новых задач // Советская торговля. — 1986. — № 10. — С. 9.

Табл. 1. Реализация непродовольственных товаров в универсамах и продовольственных магазинах г. Минска на 1.01.87 г.

Торг	Количество магазинов	Доля РППС, %	
		в торговой площади	в товарообороте
Советский			
Всего:	7	16,6	8,6
универсамы	4	17,2	8,2
продовольственные магазины	3	15,9	9,2
Ленинский			
Всего:	8	15,8	7,8
универсамы	5	21,2	8,6
продовольственные магазины	3	10,5	7,1
Первомайский			
Всего:	9	18,5	14,4
универсамы	2	20,2	9,8
продовольственные магазины	7	17,2	15,9
Заводской			
Всего:	8	24,9	28,0
универсамы	6	28,4	30,6
продовольственные магазины	2	8,5	10,8
Фрунзенский			
Всего:	10	17,5	9,2
универсамы	5	20,0	9,7
продовольственные магазины	5	11,2	7,1
Центральный			
Всего:	5	11,6	8,1
универсамы	1	20,0	9,5
продовольственные магазины	4	7,5	6,8
Партизанский			
Всего:	5	5,7	9,3
универсамы	—	—	—
продовольственные магазины	5	5,7	9,3
Московский			
Всего:	6	14,1	8,3
универсамы	3	20,0	7,9
продовольственные магазины	3	3,4	9,5
Итого	58	16,6	11,8
по г. Минску:			
универсамы	26	21,4	12,8
продовольственные магазины	32	10,4	10,1

ском же РПТ только в 1987 г. такая продажа организована в 4 магазинах.

Известны преимущества реализации непродовольственных товаров в универсамах. Однако анализ организации продажи непродовольственных товаров в универсамах г. Минска в 1986 г. показал недостаточно эффективную эксплуатацию торговых площадей под РПТ.

Используя под них в среднем 21,4 % торговых площадей, универсамы получают от реализации этих товаров лишь 12,8 % общего товарооборота (см. табл. 1). Причем в 17 из 26 универсамов доля

НТПС в общем товарообороте составляет до 10, в 6 — до 15 %. И лишь 3 универсама г. Минска (№ 8; 12; 38 — Заводской РПТ) в 1986 г. достигли запланированного на XII пятилетку уровня продажи НТПС — свыше 15 %. В большинстве случаев как в продовольственных магазинах, так и в универсамах наблюдается неэффективное использование торговых площадей.

В данной связи особого внимания заслуживает вопрос формирования ассортимента НТПС в розничной торговле продовольственными товарами. Определенный опыт в этом направлении уже накоплен. В универсамах г. Таллина, например, ассортимент НТПС включает более 1000 наименований, и их доля в товарообороте в среднем составляет 16 %. Некоторые таллинские универсамы устанавливают прямые связи с промышленными предприятиями, что позволяет расширять ассортимент сопутствующих товаров. Такой подход к организации товароснабжения широко используется и в ВНР.

Определенный эффект достигается при условии рационального сочетания ассортимента продовольственных и непродовольственных товаров. Это должны быть, как правило, товары простого ассортимента, не требующие особых условий для показа и выбора покупателями. Недопустимо, когда в погоне за увеличением процента товарооборота НТПС в универсамах продаются технически сложные товары или же к этим универсамам на правах филиалов прикрепляются отдельно стоящие непродовольственные магазины.

Ленинградский филиал ВНИИЭТ систем разработал перечень НТПС для универсамов Ленинграда — 354 наименования товаров и до 800 их разновидностей. Авторы¹ предлагают включить в ассортиментные перечни не менее 300 наименований непродовольственных товаров только повседневногo спроса (до 1500 разновидностей).

Формирование ассортимента непродовольственных товаров в универсамах и крупных продовольственных магазинах является весьма сложным процессом, требующим научного подхода, в частности дифференциации магазинов по торговой площади, месторасположению и т. д.

На 1.03.87 г. в ассортиментные перечни было включено от 13 до 16 товарных групп, насчитывающих от 127 до 480 наименований товаров. Позитивным является единый принцип составления райпищеторгами ассортиментных перечней — по группам и наименованиям товаров. Однако наблюдаются расхождения в определении количества разновидностей товаров. (Колебания от 244 до 683 их разновидностей согласуются с рекомендациями.)

Кроме того, в большинстве случаев перечни НТПС разработаны без должного учета размера торговой площади. Так, в магазинах № 11; 31; 32; 40 Фрунзенского РПТ отведено соответственно 150; 80; 100; 80 м² при аналогичных перечнях. Это же в равной степени относится к магазинам № 10 и 29 Ленинского РПТ. Имеются значительные колебания в количестве разновидностей товаров по магази-

¹ Ганштак Я., Малыхин С. Непользованные резервы // Советская торговля. — 1984. — № 6. — С. 18—20.

Табл. 2. Соотношение разновидностей непродовольственных товаров в продовольственных магазинах по различным РПТ г. Минска

Ассортимент	Заводской		Первомайский	Московский
	торговая площадь, м ²			
	до 600	600-1000	470 до 600	650 и 1000
Галантерея, парфюмерия	115	196	87	113
Текстильные штучные изделия	22	23	2	2
Швейные изделия	8	17	8	16
Фотокинотовары	—	—	10	9
Бельевой трикотаж	—	9	—	7
Чулочно-носочные изделия	9	11	—	10
Товары хозяйственного обихода	30	40	25	46
Товары из пластмасс	35	49	36	49
Электротовары	16	21	12	17
Метизо-хозяйственные товары	62	94	81	93
Посуда	25	40	18	13
Химико-москательные товары	12	15	14	15
Игрушки	35	42	17	25
Бумага, школьно-письменные и канцтовары	44	64	53	50
Спорттовары	9	9	10	25
Радиотовары	38	53	—	4

Итого: 460 683 373 494

нам с одинаковой торговой площадью (табл. 2). Так, в магазинах Заводского и Московского РПТ, имеющих торговую площадь от 601 до 1000 м², предусмотрено соответственно 683 и 484 разновидностей НППС. Это, безусловно, сказывается на эффективности продажи данной группы товаров, ибо с уменьшением количества разновидностей доля непродовольственных товаров в общем объеме товарооборота, как правило, уменьшается (табл. 3).

Табл. 3. Количество разновидностей непродовольственных товаров на 1 м² торговой площади

Торг и номер магазина	Торговая площадь под НППС		Количество разновидностей НППС на 1 м ²	Доля НППС в товарообороте магазина, %
	м ²	доля в общей площади магазина, %		
Заводской				
№ 8	80	19,7	5,7	16,9
№ 12	80	12,3	8,5	16,5
№ 36	80	19,7	5,7	12,4
Первомайский				
№ 33	112	20,4	3,3	10,7
Московский				
№ 22	200	20,0	2,4	8,6
№ 24	200	20,0	2,4	7,1
Ленинский				
№ 29	215,8	20,3	2,9	8,2
№ 30	213,0	24,7	2,9	9,4

Приведенные в таблице данные показывают, что наибольшее количество непродовольственных товаров на 1 м² площади магазинов в Заводском РПТ — 5,7—8,5, наименьшее в Московском — 2,4.

Большое значение в повышении эффективности реализации непродовольственных товаров в продовольственных магазинах имеет правильное формирование внутригруппового ассортимента. Его анализ в магазинах Ленинского РПТ (доля непродовольственных товаров — в среднем 7,8 %) показал следующее. В ассортимент магазинов наряду с непродовольственными товарами повседневного спроса включается значительное количество товаров, требующих создания определенных условий для показа и продажи, консультаций покупателей и т. д. Последнее требование вообще не может быть выполнено, так как в указанных отделах работают продавцы продовольственных товаров. В перечни включены такие товары сложного ассортимента, как изделия из хрустала, фотокинотовары, постельное белье, купальные костюмы, геттоальни и др. Вполне понятно, что перечисленный ассортимент товаров в условиях продовольственных магазинов нецелесообразен. Занимая большие торговые площади, эти товары не находят своего покупателя. Так, в магазинах Ленинского РПТ из 11 наименований фотокинотоваров не реализуются 11; из 12 наименований спортоваров — 5, из 15 наименований изделий из стекла — 8 и т. д. Такая же картина наблюдается и по магазинам других райпищеторгов г. Минска. Это еще раз подтверждает необходимость научно обоснованного подхода к формированию ассортимента непродовольственных товаров в универсамах и продовольственных магазинах с универсальным ассортиментом.

В ассортименте непродовольственных товаров должны быть представлены: разнообразные сорта мыла, моющие средства и изделия бытовой химии; предметы хозяйственного обихода и скробные изделия (для кухни, ванны, ремонта квартиры); пластмассовые изделия для домашнего хозяйства; канцелярские и писчебумажные товары; простейшие электроустановочные изделия; мелкие текстильные изделия и галантерея, несложные детские игрушки и другие товары. Особенно широкий ассортимент изделий повседневного спроса следует формировать для женщин и детей. По мнению Я. Ганштака и С. Малыхина с учетом зарубежного опыта в обязательные ассортиментные перечни целесообразно включать также простейшие предметы санитарии (йод, бинты, пластырь, термометры, горчичники и т. п.), которые известны покупателю, отпускаются без рецепта и не требуют дополнительной консультации продавца. Эти вопросы должны решаться министерствами торговли и здравоохранения.

При формировании ассортимента товаров целесообразно:

— учитывать возможности организации продажи в одном зале непродовольственных и продовольственных товаров;

— подбирать в основном товары краткосрочного пользования, относительно частого спроса и не требующие особых условий для выбора покупателями;

- учитывать при раскладке товаров первостепенность спроса;
- удовлетворять возможности попутного приобретения непродовольственных товаров с продовольственными;
- подбирать товары с невысокими ценами.

В ассортиментные перечни НТПС должны включаться в основном четыре группы: 1 — посудо-хозяйственные товары; 2 — галантерея; 3 — изделия из бумаги и школьно-письменные принадлежности; 4 — игрушки.

Важно совершенствовать формы продажи, организовывать широкую рекламу товаров и т. д.

Таким образом, правильный подход к организации продажи непродовольственных товаров в продовольственных магазинах значительно повысит эффективность их работы.

С. Д. Жбанов, О. П. Ефимова (БГИНХ)

О ФОРМИРОВАНИИ ЗАПАСОВ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ В УНИВЕРСАМАХ

Важная роль в решении задач, определенных Основными направлениями экономического и социального развития СССР на 1986—1990 годы и на период до 2000 года, принадлежит торговле. Для более полного удовлетворения потребностей населения, повышения качества торгового обслуживания необходимо расширение продажи непродовольственных товаров повседневного спроса в универсамах. Перед отраслью поставлена задача к концу XII пятилетки довести удельный вес этих товаров в общем объеме товарооборота до 15—20 %. Одним из резервов успешного выполнения данной задачи является экономически обоснованное управление запасами непродовольственных товаров повседневного спроса в универсамах. На сегодняшний день в этой области имеется немало проблем и объективных трудностей.

Формирование товарных запасов должно проводиться с учетом размера площади, отведенной для продажи этих товаров, и рекомендованного ассортиментного перечня.

Исследования показали, что имеет место несоблюдение данных перечней примерно по 50—100 позициям. По-видимому, это одна из причин незаполнения норматива запасов непродовольственных товаров в универсамах (исключение составили универсамы № 9 Советского и № 31 Первомайского РПТ). Распределение этих товаров по имеющейся торговой площади также нуждается в четко обоснованных критериях, которые до сих пор не определены.

Для всех райпищеторгов характерным является превышение темпов прироста поступления товаров над темпами прироста товарооборота. Так, по Ленинскому РПТ в 1986 г. поступило непродовольственных товаров на 5502 тыс. р., а продано — на 5149 тыс. р. Темп прироста составил соответственно 9,8 и 7,6 %. Вследствие этого запасы непродовольственных товаров возросли на 353 тыс. р.

Следует также обратить внимание на тот факт, что в основном превышение норматива наблюдалось по таким товарным группам,