

же бюстгальтеров шелковых целесообразно уменьшить на 58 %, поясов шелковых — на 44, панталон — на 46, поясов-трусов — на 42 и полукорсетов — на 34 %.

Внедрение разработанных рекомендаций позволит более полно удовлетворить спрос населения республики на корсетные изделия.

Н. И. Петрачкова (Белорусский ВНИИЭКТ)

О НЕКОТОРЫХ ПУТЯХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОМИССИОННОЙ ТОРГОВЛИ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ

В условиях постоянного роста доходов населения, а также увеличения производства и расширения ассортимента непродовольственных товаров комиссионная торговля сохраняет свое значение и решает важные социально-экономические задачи. Она представляет собой важный источник увеличения розничного товарооборота и создает населению возможность реализовать накопившиеся ненужные вещи, расширяет емкость рынка и побуждает к покупке новых товаров.

За последнее время заметно расширилась сеть комиссионных магазинов республики. На 01.01.1984 г. насчитывалось 179 таких магазинов с торговой площадью 15,1 тыс. м². За годы пяти-летки торговые площади в комиссионных магазинах возросли на 6526 м², или в 2,3 раза, при общем приросте всех торговых площадей в республике на 22 %. За 1981—1983 гг. сеть комиссионных магазинов увеличилась еще на 3665 м².

Сейчас качественно изменилось содержание работы комиссионных магазинов. В крупных городах, а также ряде сельских поселений открываются более крупные, современные предприятия. Средняя торговая площадь одного магазина увеличилась с 59,4 м² в 1975 г. до 84,5 м² в 1983 г., т. е. возросла на 43 %.

Шире стали применяться прогрессивные формы обслуживания, растет перечень торговых услуг, предоставляемых населению.

Данные, приведенные в табл. 1, позволяют не только охарактеризовать состояние комиссионной торговли в республике, но и провести сравнительный анализ ее развития в различных системах.

Из таблицы видно, что комиссионный товарооборот в потребкооперации республики в расчете на 1 сельского жителя за 1975—1983 гг. увеличился почти в 3 раза, а в госторговле — в 2 раза. В последнее время наблюдается постоянный рост спроса сельского населения на услуги комиссионной торговли. Потребности сельского населения в обслуживании комиссионной сетью реализуются не только в сельских, но и в городских магазинах. При этом необходимо отметить, что уровень торгового обслуживания и развития материально-технической базы комиссионной торговли в государственных магазинах выше, чем в потребительской кооперации.

Обеспеченность торговой площадью комиссионных магазинов в

Таблица 1

**Динамика развития государственной комиссионной торговли
и комиссионной торговли в потребительской кооперации
Белорусской ССР за 1975—1983 гг.**

Показатели	Годы							
	1975		1980		1983		1983 к 1975, %	
	г/тор	п/к	г/тор	п/к	г/тор	п/к	г/тор	п/к
Товарооборот комиссионной сети на 1 жителя, руб.	3,0	0,2	5,3	0,53	6,2	0,52	в 2 р.	в 2,6 р.
Количество торговой площади на 1000 чел., м ²	0,8	0,3	1,8	0,6	2,2	0,8	в 2,8 р.	в 2,7 р.
Товарооборот на 1 м ² торговой площади, тыс. руб.	3,8	0,6	2,9	1,0	2,86	0,62	75 %	103 %
Средний размер комиссионного магазина по торговой площади, м ²	85,4	37,5	127,7	37,0	155,6	41,3	в 1,8 р.	110 %

потребкооперации Белорусской ССР все еще остается более чем в 2,5 раза ниже, чем в госторговле. Кроме того, разница в темпах развития материально-технической базы комиссионной торговли и спроса населения на ее услуги, зависящих от ряда периодически меняющихся факторов, повлекла за 1975—1983 гг. небольшое снижение товарооборота на 1 м² торговой площади. Все же нельзя однозначно судить о снижении эффективности комиссионной торговли, так как за этот же период значительно повысился уровень торгового обслуживания населения в комиссионных магазинах, т. е. комиссионный товарооборот на 1 жителя значительно возрос.

Из приведенных данных видно, что в 1975—1980 гг. происходило ускоренное развитие материально-технической базы комиссионной торговли. Число комиссионных магазинов в республике увеличилось почти в 2 раза, а их торговая площадь — более чем в 2,3 раза. Кроме того, необходимо отметить, что темпы роста торговой площади комиссионной сети почти соответствуют темпам роста комиссионного товарооборота. Это положительный фактор, поскольку значительное отклонение в развитии товарооборота и торговой сети приводит к перегрузке магазинов и, в известной мере, к ухудшению торгового обслуживания населения. Необходимо также отметить, что в последнее время наблюдаются более высокие темпы развития комиссионной торговой площади и числа предприятий в потребительской кооперации республики. Так, в 1983 г. по сравнению с 1980 г. общая торговая площадь комиссионной сети возросла в 1,4 раза, а в госторговле — в 1,3 раза.

И все же уровень развития комиссионной торговли пока не

отвечает предъявляемым требованиям. Доля оборота комиссионных магазинов в общем объеме продажи товаров пока незначительна и составляет 0,3 % (без продажи автомобилей).

В структуре товарооборота комиссионной торговли наибольшую долю традиционно занимают одежда и обувь. Недостаточно вовлекаются в оборот товары культурно-бытового и хозяйственного назначения. В 1983 г., например, продажа швейных, трикотажных, меховых изделий составила почти 60 % всей реализации, а продажа мебели всего — 5,1, радиотоваров — 4,4, электротоваров — 0,3 %.

Возможности увеличения продажи товаров через комиссионные магазины используются не полностью. Не практикуется открытие пунктов приема вещей на комиссию в жилых районах больших городов и крупных населенных пунктах. Не во всех крупных поселениях организован прием на комиссию вещей, имеющих различную степень износа, мебели, бывшей в пользовании, отдельных хозяйственных товаров. Нередко комитентами затрачивается много времени для сдачи вещей на комиссию.

Обеспеченность норматива торговой площадью комиссионной торговли в расчете на 1000 чел. городского населения составила 63 %, а в потребкооперации республики этот показатель ниже более чем в 3 раза (20,6 %). В региональном разрезе колебания обеспеченности комиссионной торговой площадью характеризуются следующим образом. В госторговле этот показатель колеблется от 44,4 % (г. Минск) до 101,4 % (Брестская область); в потребительской кооперации — от 13,6 % (Брестская область) до 37,2 % (Витебская область).

Несмотря на то что торговые площади комиссионных магазинов постепенно растут, средняя площадь одного магазина за 1980—1983 гг. возросла всего лишь на 9 %.

Определенную сложность в работе комиссионных магазинов создает отсутствие единых шкал скидок. В этом случае оценка поступающих на комиссию изделий осуществляется без должного учета цен на соответствующие товары, определенных прейскурантами. Это вызывает погрешности в определении стоимости одного и того же товара в различных комиссионных магазинах.

Также следует отметить, что правильность оценки вещей зависит не только от наличия нормативных документов, но и от профессиональной подготовки товароведов-оценщиков. Это обуславливает необходимость проведения соответствующих мероприятий по повышению квалификации работников комиссионных магазинов.

Одним из основных направлений совершенствования комиссионной торговли является развитие дополнительных услуг, оказываемых населению. Итоги проведенного в 1983 г. обследования комиссионной сети свидетельствуют, что лишь отдельные комиссионные магазины производят оценку вещей на дому; осуществляют вывоз от населения крупногабаритных товаров, а также их доставку на дом покупателю; по желанию комитента сообщают ему о факте реализации вещи; организуют срочную продажу и т. д.

Повсеместное внедрение перечисленных видов дополнительных услуг в работу предприятий комиссионной торговли позволило бы не только обеспечить рост товарооборота, но и создать населению дополнительные удобства.

В. И. Опарина (БГИНХ)

ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ СПОРТИВНЫМИ ТОВАРАМИ ПО БЕЗНАЛИЧНОМУ РАСЧЕТУ

По мере развития физкультурно-оздоровительной деятельности расширяется круг покупателей, приобретающих спортивные товары мелким оптом. Так, Белоруссия выступила инициатором создания системы комплексного оздоровления средствами физической культуры по месту жительства трудящихся. Для этого в республике создана сеть физкультурно-оздоровительных комбинатов (ФОК), где населению предоставляется комплекс физкультурно-оздоровительных и лечебно-профилактических услуг. При каждом ФОКе предусматриваются спортзал, плавательный бассейн, спортивные площадки, инвентарь и оборудование.

Необходимо подчеркнуть, что ассортимент спортивных товаров представлен изделиями, используемыми коллективными потребителями (спортивный инвентарь для занятий физкультурой), и товарами индивидуального пользования (спортивная одежда, обувь, трикотаж), которые приобретаются по безналичному расчету.

Основным документом, регулирующим продажу товаров спортивного назначения коллективным покупателям, являются «Правила продажи товаров рыночного фонда учреждениям и организациям, предприятиям и колхозам в порядке мелкого опта»*. Согласно «Правилам» и входящим в их состав «Перечням товаров», реализация спортивных товаров коллективного пользования осуществляется без ограничения, а индивидуального — ограничивается лимитом. Характерно, что лимитируется продажа не только спортивной одежды и обуви, но и туристических товаров (палаток, фляг, фонарей, примусов и др.), принадлежностей для игр «Настольный теннис», «Бадминтон», мячей футбольных и волейбольных. В то же время столы настольного тенниса, волейбольный и футбольный инвентарь продаются по безналичному расчету, без зачета в лимит, а соответствующие принадлежности (ракетки, мячи) реализуются по лимиту. Мы считаем, что относить, например, мячи к изделиям индивидуального потребления не совсем правомерно. Такая несогласованность в правилах продажи отрицательно сказывается на удовлетворении потребностей коллективов физкультуры в спортивных товарах.

Характерно, что до 1977 г. все спортивные товары в Белоруссии отпускались без ограничения лимитом. Лимиты по мелкому

* Утверждены 01.08.1977 г. Министерством торговли СССР и Госбанком СССР.