

— нормативный срок окупаемости.

Исходя из прироста оптового товарооборота и среднего уровня рентабельности находим прирост прибыли:

$$\Pi = T \cdot Y = 942,8 \cdot 0,565 = 5,3 \text{ млн. руб.}$$

Срок окупаемости капвложений в новое строительство составит:

$$C = K/\Pi = \frac{31,9}{5,3} = 6 \text{ лет (норматив 4,2 года).}$$

Экономическая эффективность рационализации, как и эффективность использования фондов торговли, определяется путем сопоставления ожидаемого результата (прироста прибыли) с направляемыми в новое строительство капитальными вложениями:

$$\Xi = \Pi/K = \frac{5,3}{31,9} = 0,166 \text{ (нормативный коэффициент 0,24).}$$

Проведем расчет экономической эффективности от рационализации технологических процессов на оптовых базах обувьюторга также на примере реконструкции указанных объемов.

Исходя из укрупненного норматива удельных капитальных вложений в общетоварные склады, который равен 25 руб., для реконструкции 419,4 тыс. м³ складских емкостей потребуется капитальных вложений на сумму 10,5 млн. руб. (419,4 × 25).

Срок окупаемости капитальных вложений в реконструкцию составит 1,98 года (10,5 : 5,3) при нормативе 2 года.

Коэффициент экономической эффективности в этом случае будет 0,51 (5,3 : 10,5) при нормативе 0,52.

Таким образом, средства, высвобожденные на оптовых базах обувьюторга в результате рационализации технологических процессов, целесообразно направить не на новое строительство, а на реконструкцию зданий оптовых баз, поскольку экономический эффект (срок окупаемости капитальных вложений и их эффективность) в этом случае выше.

А. П. Тищенко, М. М. Шелкович, А. Н. Игнаткович
(Белорусский филиал ВНИИКСа)

ВОПРОСЫ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ РЫНКА ТОВАРОВ ЖЕНСКОГО ТУАЛЕТА

Корсетные изделия в Белорусской ССР изготавливают предприятия, находящиеся в ведении нескольких министерств. Наибольшее их количество выпускают предприятия Министерства легкой промышленности БССР (более 90 %), остальная доля производства этих товаров приходится на предприятия министерств местной промышленности и бытового обслуживания населения.

За последние несколько лет в республике произошли заметные изменения в структуре производства корсетных изделий. Намети-

лась четкая тенденция увеличения выпуска изделий из хлопчатобумажных тканей и эластика, тогда как их производство из шелковых тканей сократилось. Однако пока недостаточно корсетных изделий из хлопчатобумажной вышитой ткани, трикотажного и кружевного полотна, пользующихся повышенным спросом.

К числу нерешенных проблем в данной отрасли следует отнести неудовлетворительное обеспечение промышленными предприятиями республики сырьем, фурнитурой, отделкой, нехватку специального оборудования. В больших объемах предприятиям-изготовителям поставляются шелковые ткани, изделия из которых в настоящее время не пользуются спросом. Поставляемые же хлопчатобумажные ткани, как правило, некрасивых расцветок, отсутствуют ткани-компаньены, позволяющие создавать интересные сочетания различных деталей. Фабрики обеспечиваются недостаточным количеством шитья, бретельной ленты, тесьмы, аппликаций, крючков. Утюжка изделий производится вручную, что особенно характерно для предприятий министерств местной промышленности и бытового обслуживания населения БССР.

Не решена пока проблема концентрации производства корсетных изделий в республике. Низкий уровень технического оснащения предприятий, относящихся к системе министерств местной промышленности и бытового обслуживания населения БССР, которые осуществляют массовый пошив корсетных изделий, затрудняет выпуск продукции в соответствии с возросшими требованиями покупателей. Отсутствие современного оборудования и недостаток соответствующего вида сырья, отделки и фурнитуры привели к упрощению моделирования и ухудшению качества корсетных изделий. Поэтому в перспективе целесообразно будет сосредоточить производство указанных товаров в ведении Министерства легкой промышленности БССР. Специализированное предприятие данного министерства (Минское производственное швейное объединение «Комсомолка») оснащено современным технологическим оборудованием и располагает квалифицированными кадрами.

В последнее время резко сократился объем поставки корсетных изделий по импорту. Это дает основание предположить, что продажа изделий отечественного производства будет возрастать. Уменьшилась продажа корсетных изделий из шелковых тканей и, особенно, бюстгальтерной группы. Одновременно наблюдается увеличение реализации корсетных изделий из хлопчатобумажных тканей.

Сокращение продажи корсетных изделий поясной группы из эластичного полотна (грации, полуграции, пояса-трусов, полукорсета, панталон) объясняется главным образом снижением спроса на эти товары в связи с частичной заменой чулок колготками. Продажа колготок женских в республике в 1983 г. увеличилась в 1,6 раза по сравнению с 1981 г., а чулок женских снизилась на 21 %.

Снижение продажи некоторых наименований корсетных изделий в последние годы происходило в условиях значительного ро-

ста товарных запасов, их объем увеличился примерно в 2 раза. Наибольшую долю в них составили изделия из шелка (бюстгальтеры, полуграции, пояса).

В будущем будет увеличиваться спрос на изделия из хлопчатобумажной ткани, особенно вышитой, трикотажных и кружевных полотен, бюстгальтеров из эластичного материала, комплектов (бюстгальтер — трусы) и других наборов.

Как показали материалы опроса (1984 г.), на рынке корсетных изделий объем товарного предложения соответствует спросу населения: спрос удовлетворяется полностью на все виды корсетных изделий из шелковых и эластичных тканей, за исключением бюстгальтеров из эластичного материала и изделий из хлопчатобумажных тканей.

Несмотря на то что ассортимент корсетных изделий значительно улучшился, спрос на подобные товары из хлопчатобумажной вышитой ткани удовлетворяется не более чем на 40 %, бюстгальтеры из трикотажного и кружевного полотна, комплекты бюстгальтер — трусы — на 60 %, бюстгальтеры эластичные, трусы и комплекты юбка — пояс — трусы — 90 %.

Благодаря опросу специалистов торговли и населения выявлены причины, сдерживающие продажу корсетных изделий отечественного производства. Основными из них являются неудачные модели. Это в большинстве случаев изделия, изготавливаемые предприятиями системы Мипместврома и Мпипбита БССР.

Много претензий у потребителей и специалистов торговли к качеству пошива рассматриваемых изделий. В числе основных дефектов указывались плохая застежка (непрочная, часто ломающаяся), неаккуратно пристроенная отделка, скручивание бретелей. Изделия из хлопчатобумажной и шелковой тканей после первой стирки дают усадку, в шелковых — расходятся швы.

По мнению специалистов торговли, важным мероприятием, которое способствует более полному удовлетворению спроса на такие товары в республике, является улучшение внутримаркетинговой рекламы. В секциях универмагов необходимо оформить стенды (витрины) «Новые модели», «Особо модные изделия», а также стенды, демонстрирующие образцы, которые рекомендуются для различных возрастных групп. Следует расширить существующие секции по продаже корсетных изделий с тем, чтобы этот товар выкладывался по моделям, цветам, размерам, полнотам. Необходимо систематически улучшать изучение спроса: проводить выставки-продажи, покупательские конференции с привлечением специалистов промышленности и использовать полученные данные для составления экономически обоснованной заявки на потребность торговли в такого рода товарах. Опыт работы фирменной секции Минского производственного швейного объединения «Комсомолка», организованной во 2-м полугодии 1984 г. в универмаге «Беларусь», дает положительные результаты.

В последние годы вошли в моду открытые легкие платья. В связи с этим увеличился спрос на изделия бюстгальтерной группы без бретелей или со съёмными бретелями. Из материалов опроса

следует, что 15 % бюстгальтеров, 8 % граций и бюстгальтеров-комбинаций, 7 % полуграций должны отвечать этому требованию. Следовательно, необходимо освоить производство бюстгальтеров со съёмными бретелями и без бретелей, с применением каркасов, а также металлических каркасов для бюстгальтеров без бретелей.

Прогнозные показатели общего объема продажи и спроса населения БССР на корсетные изделия представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Прогноз объема продажи и спроса населения Белорусской ССР
на корсетные изделия (1985—1990 гг.)**

Год	Продажа, млн. руб.	Спрос, млн. руб.
1984 (оценка)	26,3	28,5
1985	28,0	30,1
1986	30,0	32,1
1987	32,0	34,1
1988	34,0	36,0
1989	36,0	37,9
1990	38,0	39,6

Несмотря на то что в ретроспективном периоде отмечалась тенденция к снижению общего объема продажи исследуемых товаров, в 1984 г. она увеличилась на 2,3 % по сравнению с 1983 г. В связи с сокращением объема поставки импортных корсетных изделий (в 1984 г. в 3,4 раза по сравнению с 1980 г.) следует ожидать увеличения продажи этих товаров отечественного производства. С учетом выявленных сроков службы корсетных изделий предполагается, что в 1986 г. наряду с первичным спросом на эти товары возрастет спрос на замену.

Как видно из табл. 1, ожидаемый объем продажи корсетных изделий по республике в прогнозируемом периоде будет возрастать ежегодно в среднем на 6,3 %. В это время предполагается увеличение спроса на все изделия из хлопчатобумажной ткани (включая вышитую), трикотажных и кружевных полотен, комплекты, а также бюстгальтеры, полуграции, грации и пояса из эластика.

Снизится спрос на изделия из шелковых тканей (кроме бюстгальтеров-комбинаций), а также на панталоны, пояса-трусы и полукорсеты эластичные.

В целях более полного удовлетворения спроса населения на корсетные изделия целесообразно министерствам легкой, местной промышленности и бытового обслуживания населения БССР увеличить поставку бюстгальтеров хлопчатобумажных (включая из вышитой ткани) на 11 %, полуграций из хлопчатобумажных тканей — в 1,4 раза, бюстгальтеров эластичных — в 1,6, поясов хлопчатобумажных и полуграций эластичных — в 1,9, бюстгальтеров-комбинаций из хлопчатобумажной ткани — в 2,0 раза. Поставку

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