

Анализ торгового ассортимента реализуемой верхней одежды и последующее социологическое исследование показали, что многие предприятия выпускают (с учетом фасонно-модельного ассортимента) одежду только двух полнот. Отсутствие продажи женской одежды с необходимыми размерными признаками приводит к значительному количеству отказов от ее покупки. Так, не совершили покупку 75 % потребителей из-за отсутствия изделий нужного роста, 92 — из-за отсутствия необходимого размера и 31 % — из-за отсутствия изделий необходимой полноты.

Это согласуется с данными ЦНИИШПа, в соответствии с которыми около 60 % населения в России не могут физически носить представленную на рынке одежду.

Причины выявленного состояния, на наш взгляд, в следующем:

- размерно-ростовочно-полнотные шкалы, применяемые для массового производства одежды, не учитывают изменений, происшедших в типологическом составе населения;
- торговый ассортимент формируется на основе предложений производственных предприятий с учетом их производственных программ и ассортимента, проданного на ярмарке;
- торговые предприятия пассивно участвуют в формировании РРПА, неэффективно работают специалисты.

Сопоставление типологического состава потребителей (по результатам обмеров женских фигур от 19 до 75 лет) и реального ассортимента одежды на рынке показало, что наибольшее соответствие (66,7 %) присуще потребителям, имеющим размер 104, обхват бедер 112, а наименьшее (17,5 %) характерно для фигур с размером 88 и обхватом бедер 96.

Г.В. Трояновская, канд. экон. наук

БГЭУ (Минск)

РОСТ И РАЗВИТИЕ ТОРГОВЫХ УСЛУГ

В повышении эффективности всего народнохозяйственного комплекса важная роль принадлежит торговой отрасли. За первое полугодие 2005 г. организации торговли республики увеличили объемы предоставляемых услуг до 11,1 млрд р. Прирост в сопоставимых ценах по сравнению с соответствующим периодом прошлого года составил 18,7 % при прогнозе 12 %. Высокие темпы роста товарооборота, превышающие 10 %, сохраняются в последние 9 лет.

Вместе с тем значительное увеличение объемов товарооборота не в полной мере содействовало развитию организаций торговли.

Хотя и сокращается, но все еще велика доля убыточных организаций, продолжает оставаться низким коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами; велика просроченная задолженность по кредитам банков, значительная доля торговых организаций имеет просроченную кредиторскую задолженность.

Продолжает сохраняться неблагоприятное соотношение между товарооборотом торговых организаций и продажей товаров индивидуальными предпринимателями и физическими лицами. Несмотря на многочисленные меры, принимаемые властями, их доля в товарообороте республики хотя и несколько снизилась, продолжает оставаться достаточно высокой. На начало июля 2005 г. она составила 35 %.

Рост и развитие торговых услуг должны сопровождаться повышением их качества. Понятие «качество торговых услуг» очень емкое и многоплановое, которое включает в себя достаточное количество площадей торговых организаций, их специализацию, формат, техническую оснащенность, режим работы; полноту и глубину ассортимента реализуемых товаров, их качество, цену; качество торгового процесса.

Важное значение имеют также наличие на рабочих местах продавцов, вежливо обслуживающих покупателей, их осведомленность о товаре и владеющих другими элементами мерчендайзинга. В то же время низкая заработная плата торговых работников (ниже средней по республике), высокая текучесть кадров не способствуют снижению таких негативных явлений в торговле, как обвес и обсчет, в том числе и через автоматизированные компьютерные системы.

Дальнейшее увеличение объема торговых услуг возможно за счет:

- улучшения взаимоотношений между торговыми организациями и отечественными производителями по условиям поставки товаров;
- расширения самообслуживания. В настоящее время самообслуживание в стране внедрено лишь на 44 % торговых площадей, в то время как в докризисном 1990 г. этот показатель был почти в два раза бóльшим;
- улучшения деятельности рекламных компаний;
- расширения торговли через сеть Интернет. Сегодня из более чем 27 тыс. торговых организаций в республике собственными Интернет-ресурсами располагают только 2—3 % субъектов хозяйствования;
- создания в республике центров логистики (пока нет ни одного инвестиционного проекта);

- расширения спектра дополнительных (в том числе платных) услуг населению, развития сети гарантийного и сервисного обслуживания технически сложных товаров;

- внедрения системы дисконтных продаж и прочих скидок, сезонных, предпраздничных распродаж и др.;

- расширения торговли в кредит. В настоящее время в Беларуси доля реализации товаров в кредит в общем объеме розничного товарооборота составляет менее 1 %, что крайне недостаточно. Торговые организации могут определить перечень продаваемых в кредит товаров, самостоятельно установить процентные ставки.

Следует существенно повысить гарантию производителей и торговых организаций в обеспечении потребителей товарами, соответствующими предъявленным требованиям по показателям качества и безопасности.

И.В. Прыгун, канд. экон. наук

БГЭУ (Минск)

ИЗ МИРОВОГО ОПЫТА ПО ВНЕДРЕНИЮ И РАЗВИТИЮ СОВРЕМЕННЫХ ТОРГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Передовой зарубежный опыт свидетельствует о том, что в условиях быстрой смены технологий и направлений конкуренции их создание, приобретение и эффективное использование являются важнейшим элементом экономического роста торгового бизнеса, который долгое время отставал по степени применения инноваций. Этот подход начал меняться с момента активного роста отрасли, связанного с переходом к информационному обществу.

Пионером эффективного использования новых информационных технологий в торговле стала самая крупная в мире розничная торговая сеть Wal-Mart, 4700 супермаркетов которой обслуживает один центральный сервер. Она первой начала широко использовать технологию штрих-кодирования, что позволило добиться ежегодной миллиардной экономии.

Другим важным новшеством стало использование высокоскоростной программной обработки данных. Сейчас эта сеть тестирует систему радиочастотных меток (RFID), еще недавно используемую исключительно государством и имеющую большие преимущества по сравнению с другими системами идентификации товаров, контроля за доступом и передвижением персонала, управления транспортными потоками. Предполагается, что уже через 5—6 лет