

НЕКОТОРЫЕ ИТОГИ РАБОТЫ МАГАЗИНОВ г. МИНСКА ПО МЕТОДУ САМООБСЛУЖИВАНИЯ

Большие задачи поставлены перед работниками торговли республики на девятую пятилетку. Предстоит увеличить продажу товаров на 48,4%, при этом к 1974 г. довести продажу товаров по методу самообслуживания до 70% от общего объема товарооборота, а в г. Минске — до 73—74%. Указанные мероприятия вытекают из решений XXIV съезда КПСС по текущему пятилетнему плану — всемерно развивать прогрессивные формы торговли, увеличить в необходимых размерах предварительную фасовку товаров.

Одним из основных путей совершенствования розничной торговли г. Минска является внедрение самообслуживания и других прогрессивных методов продажи товаров. Продажа методом самообслуживания предполагает наиболее рациональное использование оборудования и торговых площадей, увеличение пропускной способности магазинов, ускорение обслуживания покупателей, а также рост товарооборота на единицу торговой площади. Достижение указанных результатов в свою очередь влечет за собой ускорение оборачиваемости товаров в оптовом звене, снижение издержек обращения оптовых организаций и предприятий.

По методу самообслуживания в Министерстве торговли республики в 1972 г. продано 50, а в потребкооперации — более 70% товаров. В г. Минске 64% товарооборота приходится на магазины и отделы самообслуживания.

Положительный опыт работы магазинов самообслуживания убедил советских покупателей в преимуществах данного метода торгового обслуживания населения. Кроме того, заметно увеличивается товароборот ряда магазинов, улучшается культура торговли. Так, после перевода магазина 18-го Минского плодовоовощеторга на работу по методу самообслуживания товароборот на одного работника здесь возрос с 17,8 тыс. руб. до 18,2, а реализация товаров в расчете на 1 м² торгового зала увеличилась с 2,3 до 3 тыс. руб. При этом продажа товаров населению магазином возросла за год почти на 30%. В центральном универмаге «Минск» перевод отделов и секций на самообслуживание позволил улучшить доступ и выбор товаров самими покупателями, увеличилось количество разновидностей товаров, выставляемых в торговом зале. При этом значительно облегчился труд продавцов, высвободилось дополнительное время на консультацию покупателя.

Установившийся в г. Минске порядок перевода магазинов на самообслуживание основан на достижении планового уров-

ня реализации товаров методом самообслуживания в общем объеме розничного товарооборота города. Получив задание, торговые работники изыскивают возможности его выполнения. При этом на основании обследования магазинов определяется степень пригодности действующего торгового предприятия к переводу на самообслуживание в зависимости от объема работ, которые должны быть предварительно выполнены.

Для магазина, переводимого на самообслуживание, разрабатывается оптимальная внутренняя планировка, конкретный торгово-технологический процесс (завоз товара в магазин, разгрузка, перемещение в подсобные помещения, доставка в торговый зал, отпуск товаров, расчеты с покупателями и т. д.), определяется требуемый тип оборудования, механизмов и инвентаря, их количество, а также численность торговых работников, плановый товароборот, фонд заработной платы и другие показатели. Эти расчеты в указанной последовательности являются экономическим и технологическим обоснованием перевода магазина на работу по методу самообслуживания в той или иной мере пригодным для всей разновидности розничных торговых предприятий города.

Анализ экономических показателей работы ряда столичных магазинов самообслуживания и магазинов, работающих по старым методам торговли, позволяет сделать вывод, что в деле организации перевода розничной торговли г. Минска на самообслуживание все еще имеется ряд существенных недостатков, отрицательно влияющих на показатели хозяйственной деятельности как отдельных магазинов самообслуживания, так и целых торгующих организаций города. Например, при товарообороте на одного работника в целом по Минспецплодоовощторгу в 1971 г., равном 27,9 тыс. руб., в магазинах самообслуживания приходилось 18,8 тыс. руб., а в магазинах со старой формой торговли — 32 тыс. руб. Продажа товаров в расчете на 1 м² торговой площади в магазинах самообслуживания плодоовощторга в 1971 г. составляла 2,7 тыс. руб. в год, в других магазинах — 5,4 тыс. руб.; по Минпромторгу за 1972 г. — 5,2 и 6,8 тыс. руб. (без учета мелкого опта). В магазинах Заводского райпищеторга Минска за девять месяцев 1972 г. на 1 м² торговой площади в целом по торгу приходилось 4,64 тыс. руб. товарооборота, из них в магазинах самообслуживания — 3,84 и остальных — 5,43 тыс. руб.

В некоторых магазинах самообслуживания продовольственной и плодоовощной торговли города возрастают издержки обращения, снижается прибыль и уровень рентабельности. Например, магазины самообслуживания Минского спецплодоовощторга за 1971 г. имели расходы на обращение товаров 8% к товарообороту, а магазины старых методов только 6,43%.

В Заводском райпищеторге за 9 месяцев 1972 г. эти показатели были соответственно 6,24 и 5,47%. Уровень рентабельно-

сти за анализируемые периоды составил по магазинам самообслуживания Спецплодоовощторга 1,33 и остальным магазинам — 2,59%, в Заводском райпищеторге — соответственно 1,12 и 1,90%.

На наш взгляд, основными причинами, снижающими показатели хозяйственной деятельности магазинов самообслуживания и тормозящими процесс перевода розничной торговли на прогрессивную форму продажи товаров, являются недостаточное количество специального торгового оборудования, складских площадей, неприспособленность внутренней планировки магазинов к работе по новому методу, недостаточная мощность фасовочных предприятий и цехов в торговле и в отраслях промышленности, производящих товары народного потребления, а также нехватка специализированного транспорта и тары (контейнеров) для перевозки и установки в торговом зале расфасованной продукции.

Продовольственные магазины самообслуживания согласно ассортиментного минимума должны иметь в продаже до 40 наименований кондитерских изделий, а фасовка этих изделий конторой «Белбакалея» производится в пределах 1—11 наименований. И вот результат: по кондитерским изделиям ассортимент в магазинах самообслуживания сократился в 2—3 раза. Если в магазине № 10 Фрунзенского райпищеторга г. Минска, где кондитерские изделия продаются старым методом, имеется в продаже 11 наименований карамели и 14 видов мягких конфет, то в магазине самообслуживания № 38 того же торгового ассортимента карамели сокращен до пяти наименований и конфет — до шести видов.

Недостаток фасованной продукции, выпускаемой предприятиями промышленности, вынуждает торговые организации и магазины производить фасовку товаров своими силами. В этой связи Министерством торговли республики организована централизованная фасовка товаров в 25 цехах на базах оптовой конторы «Белбакалея». В Минске мощность фасовочных цехов уже достигла 25 тыс. т фасованной продукции в год. Расчеты показывают, что отпуск фасованных товаров увеличивает пропускную способность магазина в 1,6 раза, товарооборот на 1 м² торговой площади — 20—25%.¹ Применяющаяся в настоящее время фасовка товаров в торговле имеет ряд недостатков по сравнению с промышленной: невысокая производительность труда, узок ассортимент фасуемой продукции, трудности в деле маркировки и обозначения цены на товаре. Являясь пока вынужденной мерой, фасовка в торговле не может тем не менее разрешить существующую проблему удовлетворения полной потребности магазинов самообслуживания в фасованных това-

¹ Н. Коновалова. Организация фасовки — важная задача. «Советская торговля», 1973, № 2, стр. 16.

рах ни теперь, ни тем более в будущем. Проблему фасовки товаров необходимо решать централизованно в целом по торговой отрасли республики на базе новейшей высокопроизводительной техники в отраслях материального производства.

Кроме того, пока еще не полностью решены в магазинах самообслуживания вопросы механизации работ по выгрузке товаров из транспортных средств, перемещению внутри магазина и размещению их в торговом зале. Технология движения товаров и механизация труда в этих торговых предприятиях приспособляется к конкретным условиям планировки и технической оснащенности торгового предприятия и далека от рациональной. В ряде случаев товары выкладываются на неохлаждаемые стеллажи, горки. Отсутствие достаточного количества холодильного оборудования в таких магазинах, переведенных на самообслуживание, привело к тому, что в 1971 г. потери товаров в магазинах самообслуживания Минского спецплодоовощторга были на 30%, а в Заводском райпищеторге за 9 месяцев 1972 г. на 70% больше, чем в магазинах, работающих по старому методу.

Для улучшения работы магазинов самообслуживания, увеличения их пропускной способности и повышения культуры обслуживания покупателей необходима, на наш взгляд, помощь отраслей материального производства, которая должна быть направлена на обеспечение торговли достаточным количеством холодильного оборудования, приспособленного для работы магазинов самообслуживания. Нужно также наладить производство специальных контейнеров и транспортных средств для перемещения фасованных товаров и, наконец, увеличить промышленную фасовку товаров народного потребления до таких размеров, чтобы полностью удовлетворить потребность в них магазинов самообслуживания. Недостаток фасованных товаров, специального торгового оборудования и инвентаря привел к тому, что по линии Министерства торговли республики за первую половину 1972 г. при плане 335 сдано в эксплуатацию лишь 138 магазинов самообслуживания.

Задача перевода торговли на работу по-новому — дело не только одних торговых работников. Переход к самообслуживанию в торговле требует поддержки отраслей промышленности, производящих торговое оборудование, инвентарь, фасовочные механизмы, нужна помощь строительной индустрии, а также отраслей производства товаров народного потребления в расфасовке и упаковке. Совместные усилия указанных отраслей народного хозяйства республики позволяют значительно сократить сроки и снизить издержки перевода торговли на прогрессивные методы работы. Тем самым культура торгового обслуживания покупателей подымается до уровня задач коммунистического строительства, определенных Директивами XXIV съезда КПСС.