

## РАЗДЕЛ 2. ВОПРОСЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

В.К.Бурмистров

### ВОПРОСЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ ПО ЗАКАЗАМ

Торговля по заказам, обеспечивая оформление заказов по телефону, доставку заказанных товаров на дом, позволяет покупателям значительно экономить время на приобретение товаров, что является одним из резервов сокращения издержек потребления и увеличения свободного времени трудящихся.

Продажа продовольственных товаров по предварительным заказам покупателей – весьма перспективная форма торговли, пользующаяся все возрастающей популярностью у населения. Она получает все большее развитие как в стране, так и в Белоруссии.

За 1971–1977 г. количество магазинов, осуществляющих продажу товаров по предварительным заказам, в государственной торговле страны возросло на 20,9%, в Белорусской ССР – почти в 2 раза.

Наблюдается значительное увеличение среднегодового товарооборота по предварительным заказам на один магазин. Так, средний оборот по заказам одного магазина в 1977г. в стране возрос на 62% по сравнению с 1970 г. Состояние развития торговли по заказам характеризуется данными табл.1.

Из этих данных видно, что сеть продовольственных магазинов, торгующих по заказам, в системе государственной торговли Белорусской ССР за 9-ю пятилетку возросла на 59,5% и за годы десятой пятилетки на 20,7%. Их удельный вес в общей численности продовольственных магазинов увеличился с 12,0% в 1970 г. до 20,7% в 1977г. Товарооборот за этот период возрос почти в 2,3 раза и составил в 1977г. 3887 тыс. руб.

Расширение сети постоянно действующих пунктов приема заказов на промышленных предприятиях и рост их товарооборота является одной из основных закономерностей в развитии торговли по заказам.

Таблица 1. Развитие торговли продовольственными товарами по заказам в госторговле Белорусской ССР

| Показатель  | 1970 | 1975 | 1977 | 1975 в<br>% к<br>1970 | 1977 в % к |       |
|---|------|------|------|-----------------------|------------|-------|
|   |      |      |      |                       | 1970       | 1975  |
| Количество продовольственных магазинов, осуществляющих продажу товаров по заказам, ед.                                  | 257  | 410  | 495  | 159,5                 | 192,6      | 120,7 |
| Удельный вес этих магазинов в общей численности продовольственных магазинов, %  | 12,0 | 17,5 | 20,7 |                       |            |       |
| Товарооборот<br>IУ кв. соответствующего года по продаже продовольственных товаров по предварительным заказам, тыс. руб. | 1697 | 3257 | 3887 | 191,9                 | 229,0      | 119,3 |
| Удельный вес указанного товарооборота всех продовольственных магазинов, %   | 0,5  | 0,5  | 0,56 |                       |            |       |

В государственной торговле страны в настоящее время насчитывается свыше 2000 таких пунктов с товарооборотом более 160 млн. руб. в год, в Белорусской ССР - около 100 пунктов с товарооборотом свыше 5,2 млн.руб. в год.

Определенная работа по улучшению торговли по заказам проведена в Минске. Ограничено число магазинов, торгующих по заказам, при одновременном улучшении организации работы действующих предприятий и значительном расширении численности обслуживаемых ими контингентов работающих.

Однако развитие торговли по заказам в республике находится на стадии становления: еще низок уровень продажи товаров по этому методу, не определились и основные организационные формы. Имеющиеся при продовольственных магазинах

отделы заказов не в состоянии в достаточной мере удовлетворить потребности покупателей из-за незначительной пропускной способности, отсутствия зачастую тех или иных товаров. Процесс доставки товаров в отделы заказов осуществляется вручную, довольно сложны операции по комплектованию и документальному оформлению заказов и т.п. В результате производительность труда здесь продолжает оставаться низкой (выработка одного работника отдела заказов на 30 - 40% ниже выработки работников других отделов магазина). Эта и другие имеющиеся недостатки являются следствием того, что многие вопросы торговли продовольственными товарами по предварительным заказам покупателей в Белорусской ССР и стране в целом остаются еще недостаточно теоретически разработанными. До сих пор не определены направления развития, организации и повышения эффективности торговли по этому методу. В частности, успешное развитие торговли по заказам требует решения прежде всего вопросов определения типов магазинов и отделов заказов, порядка их размещения и организации работы, механизации работ по оформлению и комплектованию заказов, подготовки специалистов для рациональной организации труда в условиях новой технологии торговли. Необходимость решения этих вопросов настоятельно диктуется практикой работы торговых предприятий и организаций.

По нашему мнению, в городах Белорусской ССР наиболее приемлемыми типами предприятий торговли по заказам могут служить:

1) крупные высокомеханизированные магазины заказов - мощностью по 500 и 1000, а для г.Минска по 5000 выполняемых заказов в день;

2) отделы заказов по 200-300;

3) столы заказов по 100 - 150 выполняемых заказов в день. Сеть таких магазинов, отделов и столов по количеству должна быть не столько многочисленной, сколько удобной по расположению и достаточно совершенной по уровню организации торговли.

Торговлю по заказам в базовых магазинах следует сочетать с одновременной торговлей методом самообслуживания. Причем 60 - 70% общего товарооборота должно выполняться за счет торговли по заказам и 30 - 40% - по методу самообслуживания. При этом 2/3 общемагазинного оборота по заказам должен составлять оборот пунктов заказов, организуемых на предприятиях, стройках и в учреждениях и 1/3 - обо-

рот от торговли по заказам, полученный непосредственно в самом магазине.

Сочетание в одном предприятии двух взаимодополняющих друг друга методов торговли – по заказам и на основе самообслуживания – будет иметь особенно важное значение в начальный период развития торговли по заказам. Это необходимо прежде всего для того, чтобы добиться популярности среди покупателей торговли по заказам и ее широкого развития, а также накопить опыт работы по ее организации и повышению рентабельности.

Для создания базовых магазинов заказов рекомендуются универсальные продовольственные магазины с общей площадью 1500, 2400 м<sup>2</sup> ( в том числе с торговой площадью 650, 1000 м<sup>2</sup>), которые по своему месторасположению, наличию транспортных связей имеют общегородское или районное ( жилого района) значение. Организация продовольственных магазинов мощностью на 500 и 1000 выполняемых заказов в день наиболее приемлема для больших и средних городов республики с численностью населения свыше 100 тыс. человек; Минск, Брест, Барановичи, Витебск, Орша, Гомель, Гродно, Могилев, Борисов.

На каждый район Минска, областной центр или город областного подчинения с числом жителей на 100 – 150 тыс. человек надо иметь по 1 – 2 таких магазина. В городах с числом жителей до 100 тыс. человек торговля по заказам должна осуществляться в основном через отделы, организуемые при крупных магазинах. Базовые магазины и отделы заказов должны иметь высокий уровень механизации процессов погрузки, разгрузки, внутримагазинной транспортировки товаров, комплектации и упаковки заказов, оформления документов.

По нашим подсчетам, для облегчения нормального обслуживания населения продовольственными товарами по заказам на ближайшую перспективу в городах республики надо иметь:

– 15 базовых магазинов заказов, каждый мощностью по 1000 заказов в день (Минск – 7, Витебская и Гомельская области – по 2, Могилевская – 3, Гродненская – 1) и 9 по 500 (Минск – 4, Брестская обл. – 4, Витебская – 1);

– 86 отделов заказов при магазинах на 200 – 300 заказов в день (Минск – 22, Брестская область – 9, Гродненская – 10, Витебская – 12, Гомельская – 16, Минская – 9, Могилевская – 8);

- 60 столов заказов при магазинах по 100 - 150 заказов в день. Это позволит обеспечить продажу около 50 тыс. заказов в день и получить дополнительный товарооборот в сумме 60 млн. руб. в год.

Базовый магазин должен располагать наиболее широким ассортиментом товаров и принимать заказы как в самом предприятии, так и через сеть пунктов, столов и бюро заказов, организуемых на промышленных предприятиях, стройках, учреждениях и др.

Другие имеющиеся в данном городе (районе) магазины, отделы и столы заказов должны играть как самостоятельную роль, так и вспомогательную - пунктов (бюро) приема заказов на товары отсутствующего ассортимента с передачей на исполнение базовому магазину (в тех случаях, когда они не могут быть выполнены самим пунктом - столом, бюро). Такая передача должна производиться только по заказам, подлежащим исполнению с доставкой на дом покупателям. Выдача их непосредственно в базовом предприятии, как правило, не предусматривается. В противном случае товары отдаются территориально от покупателей. Прием таких заказов с выдачей непосредственно в базовом магазине должен производиться лишь в исключительных случаях и только с предварительного согласия на это покупателей.

На наш взгляд, базовые магазины (отделы) заказов должны продавать практически все продовольственные товары преимущественно достаточного ассортимента и повышенного спроса. Последние, как показывает практика, играют, особенно в период становления торговли по заказам, немаловажную роль в популяризации этого прогрессивного метода торговли. В ассортимент этих магазинов должны входить: мясо и птица, колбасные и балычные изделия, консервы, животные и растительные жиры, творог, сыры, сырковая масса, молоко и другие молочные продукты, яйца, сахар, кондитерские изделия, варенье, джем, повидло, мед, винно-водочные изделия, пиво и безалкогольные напитки, чай, соль, различного рода специи и приправы, крупа, мука, макаронные изделия, хлеб, и хлебопродукты, лук репчатый, корнеплоды, цитрусовые и другие товары.

В ассортимент отделов, столов и пунктов заказов должны включаться товары наиболее частого спроса: мясо, птица, колбасные изделия, консервы, сахар, крупа, масло животное и растительное, рыба, сельдь, творог, сыры, кондитерские и винно-

водочные изделия, а также другие товары из номенклатуры данного магазина.

В качестве основных организационных форм торговли по заказам в БССР могут стать объединения магазинов заказов (в более крупных городах, районах); головные магазины (отделы) заказов.

В небольших городах головными должны являться наиболее крупные магазины или отделы заказов, располагающие широким ассортиментом товаров.

На объединение и головной магазин заказов возлагаются следующие функции:

- планирование (перспективное и текущее) развития сети и обеспечение организации торговли по заказам в городе (районе) в целом;

- развитие сети пунктов заказов на промышленных предприятиях, стройках, учреждениях;

- контроль за выполнением планов и заданий по развитию торговли по заказам всеми торговыми предприятиями независимо от их ведомственной подчиненности.

Свою работу объединение и головной магазин заказов строят на основе специального положения, утверждаемого директором торга или начальником управления торговли облисполкома, Минского горисполкома.

В организации торговли по заказам первостепенное внимание должно уделяться приему заказов непосредственно на промышленных предприятиях, стройках, в учреждениях, дачных поселках и других многолюдных местах. Открытие здесь пунктов по приему заказов является важнейшим средством повышения эффективности этого метода торговли. Но прежде всего эта работа должна проводиться на тех предприятиях, где работает много женщин, которые, придя на завод или фабрику, смогут заказать, а, уходя с работы - забрать скомплектованные и упакованные продукты.

Важным резервом сокращения времени на оформление, выполнение, выдачу заказов и снижения на этой основе издержек обращения являются изготовление и продажа заранее подготовленных наборов продуктов, скомплектованных с учетом выявленного разнообразия покупательского спроса.

Поэтому надо, чтобы магазины с учетом специфики спроса обслуживаемого контингента организовали ежедневное комплектование 3 - 4 видов стандартных наборов, состоящих из товаров, наиболее часто заказываемых покупателями (мясо и

мясопродукты; гастрономические, кондитерские, вино-водочные и макаронные изделия; крупа, консервы, фрукты, соки и др.). Такие наборы по комплектам товаров должны различаться в зависимости от намеченного места их реализации (жилой район, дачный поселок, пригородный вокзал, пристань и т.п.).

Успех торговли по заказам зависит от строгого соблюдения двух важных требований: выполнения заказов в полном объеме заказанного ассортимента и своевременности исполнения принятого заказа.

Несоблюдение в процессе исполнения заказов указанных требований вызывает у покупателей нежелание пользоваться этой формой обслуживания.

Задача дальнейшего улучшения обслуживания советских покупателей требует самого пристального внимания к вопросам развития и совершенствования такой перспективной формы обслуживания, как торговля по предварительным заказам населения.

В.С.Коршун

#### НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ ПЛОДООВОЩАМИ В Г.МИНСКЕ

Торговля плодоовощами в наибольшей степени нуждается в сокращении радиусов обслуживания, обеспечении пешеходной доступности всех ее звеньев, так как значительный физический вес и высокая частота спроса требуют от покупателя больших затрат не только силы, но и времени на приобретение этих товаров.

Рациональное построение розничной торговой сети является одним из важнейших условий успешного обслуживания населения, оказывая существенное влияние на повышение экономической и социальной эффективности торговли. Не случайно в Постановлении ЦК КПСС и Совета Министров СССР "О мерах по дальнейшему развитию торговли" от 5 июля 1977 г. предусматривается разработка перспективных планов и схем размещения сети предприятий розничной торговли для всех городов страны. В первую очередь ожидается построение образцовой розничной сети в столицах союзных республик.

Наряду с новым строительством указанным постановлением предусматривается расширение площади торговых залов в существующих магазинах. Предлагается расширение использо-