

б) закупку для торговых организаций только столовых сортов картофеля;

в) концентрацию посевов раннего картофеля в основном в природной зоне. Необходимо отводить под нее такое количество посевных площадей, чтобы обеспечить поставку раннего картофеля на душу городского населения в пределах физиологической нормы – не менее 21 кг;

г) увеличение производства и заготовок овощей и фруктов с хорошими вкусовыми качествами и способных к длительному хранению в свежем и переработанном виде;

д) открытие специальных пунктов по приемке-сдаче овощей в местах производства;

е) использование ступенчатых графиков посадки, а значит, и поставки в торговую сеть овощных культур в течение длительного периода;

ж) более широкое внедрение завоза овощей по схеме поле-магазин;

з) использование для поставки в розничную сеть ранней зелени в специализированном автотранспорте, позволяющем лучше сохранить качество продукции;

и) расширение практики длительного хранения картофеля и плодоовощей в местах производства, с тем чтобы в перспективе довести его до 50%.

Решение всех этих задач позволит поднять товароснабжение розничной сети на более высокую ступень.

В.Н.Платонов

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЦЕНТРАЛИЗОВАННОГО СНАБЖЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ

Поставка товаров народного потребления в одногороднем обороте, согласно Положению о поставках товаров народного потребления, должна осуществляться путем централизованной доставки в розничную торговую сеть. В этом случае обязанности по перевозке товаров народного потребления возлагаются на поставщиков, которые должны завозить товары в розничную торговую сеть своим транспортом или транспортом общего пользования. Централизованная доставка является наиболее рациональной формой снабжения розничной торговой сети товарами, так как при этом значительно сокращаются транспортные расходы, наиболее эффективно используется автотранспорт, улуч-

шается весь процесс товароснабжения. Именно поэтому метод централизованной доставки является основным в работе оптовых баз и других поставщиков при поставке товаров. Например, во II Минской оптовой базе "Бакалея" удельный вес централизованной доставки составил в 1978г. свыше 75%.

Одним из важных моментов централизованной доставки является правильное составление графиков доставки товаров, которые поставщики и покупатели согласовывают обычно на каждый квартал. Ответственность за составление графиков завоза возлагается на предприятие-покупателя, так как оно более объективно может определить необходимый ассортимент и сроки завоза.

Следует отметить, что поставщики систематически нарушают графики доставки, в особенности пива и безалкогольных напитков, тем не менее торговые предприятия не используют своих прав по предъявлению штрафных санкций. Ленинский РПП г.Минска, например, не предъявил за 1978г. ни одной претензии поставщикам за нарушение графиков доставки товаров, равно как и за нарушение их ассортимента и качества.

Для улучшения снабжения пивом и безалкогольными напитками необходимо разработать единые для всей розничной сети г.Минска графики завоза и решить вопрос доставки этих товаров в розничную сеть летом с 8 до 22ч.

Важной мерой укрепления хозяйственного расчета и улучшения товароснабжения розничной сети является разработка наиболее экономичных маршрутов доставки и их систематический пересмотр при изменении дислокации пунктов отправления и назначения.

Для разработки наиболее оптимальных маршрутов в настоящее время начинают все шире применять ЭВМ. Опыт показывает, что только за счет установления оптимальных маршрутов доставки торговые организации экономят до 10 - 15% транспортных расходов [1] .

Следует отметить, что как розничные торговые организации, так и поставщики не уделяют достаточного внимания этому вопросу. Маршруты длительное время не пересматриваются. Так, на базе "Бакалея" маршруты не пересматривались более 5 лет. Поставщики - промышленные предприятия - также не разрабатывают рациональные кольцевые маршруты, которые наиболее приемлемы для розничной торговли. Именно по этой причине поставщики при заключении договоров поставки с розничными торговыми организациями предусматривают макси

мальные нормы отгрузки, что противоречит особым условиям поставки. Так, согласно договорам, заключенным Ленинским РПТ с поставщиками, минимальная норма отгрузки вина составляет 100 – 120 ящиков, согласно же особым условиям поставки, эта норма равна 5 ящикам; соков – соответственно 10 и 5 ящикам и т.д.

В этом случае отпадает необходимость разработки поставщиками наиболее оптимальных кольцевых маршрутов. Поэтому они небольшие заявки на завоз товаров выполняют с нарушением графиков.

В связи с тем, что в последние годы изменилось месторасположение отдельных поставщиков, возникла необходимость разработки новых, более оптимальных маршрутов завоза товаров, и в первую очередь кольцевого. Эту задачу должны решить созданные в розничной и оптовой торговле информационно-диспетчерские службы, а в целом по городу – информационная диспетчерская служба Управления торговли Мингорисполкома. Карты со схемами кольцевых маршрутов следует вывесить у поставщиков на видном месте, чтобы водители могли быстро ориентироваться в маршрутах. В настоящее время такими картами фактически не пользуются, что во многих случаях приводит к нерациональному использованию автотранспорта.

В целях улучшения товароснабжения розничной сети, в особенности централизованной доставки, назрела необходимость создания ИДС не только в розничной и оптовой торговле, но и при отделах сбыта основных поставщиков, обеспечивающих товароснабжение всей розничной сети г.Минска. В эти ИДС, по нашему мнению, следует включить специалистов торговли, промышленности и автокомбинатов и возложить на них ответственность за ритмичность подачи заявок и своевременность их выполнения. Это обеспечило бы реализацию более тесных деловых контактов розничной торговли с заводами-поставщиками, координацию доставки продовольственных товаров в розничную торговую сеть и бесперебойность торговли ими.

Важное значение при централизованной доставке имеет правильное определение величины транспортных расходов. Розничные торговые организации этому вопросу не уделяют достаточного внимания именно потому, что удельный вес этих расходов в издержках обращения незначителен. Так, в издержках обращения Ленинского РПТ г.Минска в 1977 – 1978 гг. транспортные расходы занимали 0,63 – 0,64%.

Абсолютные величины транспортных расходов при доставке пива и безалкогольных напитков, винно-водочных изделий, соков определяются автотранспортными предприятиями на основе прејскуранта 13-01-03. Величина этих расходов в основном устанавливается правильно, так как поставщики осуществляют систематический контроль счетов, предъявляемых автотранспортными предприятиями. Наиболее часты случаи неправильного определения стоимости погрузочно-разгрузочных работ. Обычно автобазы рассчитывают их стоимость согласно пункту 42 прејскуранта №13-01-03, по 39 коп. за 1 т тарно-упаковочных грузов. При этом не учитывается положение пункта 43 того же прејскуранта, где сказано, что за подачу грузов к борту автомобиля силами и средствами заказчика (что обычно и делают поставщики) плата за погрузочно-разгрузочные работы снижается на 30%. Получается, что в целом стоимость погрузочных работ завышается автобазами на 30%, и в конечном счете оплачивают организации и предприятия розничной торговли (так как при однородном обороте цены на товары установлены, франко-склад поставщика и транспортные расходы относятся на покупателя). О том, какова величина этих расходов, можно судить по следующим данным. За 1977 г. II базой "Бакалея" доставлено в розничную сеть 22792 т товаров. Если определить стоимость погрузки по пункту 42, то это составит 8887,9 руб.

Фактически за погрузку на автомашины при подаче груза к борту следовало уплатить автобазе 6222,2 руб. Таким образом, за 1977 г. только базой "Бакалея", переплачено автобазам за погрузочные работы 2,7 тыс.руб.

Следует отметить, что при поставке винно-водочных изделий, пива и безалкогольных напитков заводами-поставщиками транспортные расходы, определенные автобазами, оплачивают поставщики и эти же счета предъявляют для оплаты розничным торговым организациям и предприятиям. Этим обеспечивается единство в определении величины транспортных расходов для поставщиков и для покупателей, так как расчеты здесь производятся путем подсчета стоимости каждой доставки.

Различные принципы расчета лежат в основе централизованной доставки между оптовыми базами "Бакалея", автобазами и розничными организациями. При расчетах с автобазами стоимость каждой доставки определяется достаточно точно, как и в предыдущем случае.

Таблица 1. Расчет стоимости перевозки при доставке некоторых видов товаров со II Минской базы "Бакалея"

Товары	Номер мага- зина	Дата	Стои- мость товара руб.	%тран- спорт- ных расхо- дов	Стои- мость пере- возки по сче- ту "Белба- калей", руб.	Стои- мость пере- возки по сче- ту ав- тобазы руб.	Откло- нение, +, -
Сок яб- лочный	32	6.10 1978	1152	0,48	5,53	6,00	-0,07
Сок яб- лочный стол.							
Сок то- матный	81	4.10 1978	760	0,48	3,65	3,99	-0,34
Сок яб- лочный стол.							
Сок бе- рез.	122	4.10 1978	1180	0,48	5,53	4,09	+1,44
Вино яблочн.	15	4.10 1978					
	Окт.РПТ		2928	0,35	10,25	5,35	+4,90
Коньяк	1	16.10 1978					
	Сов.РПТ		19488	0,35	68,21	5,37	+62,84
Коньяк	19	24.10 1978					
	Окт.РПТ		6833	0,35	23,92	7,84	+16,08
Коньяк	12	24.10 1978					
	Окт.РПТ		13824	0,35	48,33	5,38	+42,95

По-иному производятся расчеты оптовых баз с розничными торговыми организациями и предприятиями. В этом случае величина транспортных расходов определяется в процентах от стоимости доставленных товаров. Нормативы устанавливаются без достаточного экономического обоснования, так как факти-

ческие расходы по перевозке значительно отличаются от расходов, определенных в процентах к стоимости товаров табл.1.

Из таблицы видно, что при поставке фруктовых соков отклонения стоимости перевозки, определенной автобазой и оптовой базой, незначительны. Это говорит о том, что транспортные расходы за перевозку 0,48% установлены в основном на уровне действительных расходов по перевозке.

При определении же стоимости перевозки по винно-водочным изделиям дело обстоит по-другому. Данные таблицы показывают, что при поставке вина яблочного Октябрьский РПТ уплатил "Бакалее" на 4,90 руб. больше, чем это требуется по калькуляции автобазы.

Совершенно нетерпимое положение в определении стоимости перевозки имеет место по коньякам и водочным изделиям. Так, при поставке магазину №1 Советского РПТ "Бакалее" было уплачено 68,21 руб. за перевозку. "Бакалея" же уплатила автобазе всего 5,37 руб. Как видим, "Бакалее" уплачено в 13 раз больше, чем требовалось. Аналогичное положение и в других случаях.

Таким образом, стоимость перевозки винно-водочных изделий и коньяка резко завышена для розничного звена по сравнению с фактическими расходами. Это приносит оптовому звену неоправданно завышенную по сравнению с фактической прибыль.

За 9 месяцев 1978 г. базой "Бакалея" оставлено в розничную сеть г. Минска 79158 тыс. дл водки на сумму 6310 тыс.руб. Транспортные расходы составили при этом 22085 руб.

В действительности же перевозка такого количества водки (если взять минимальную норму доставки согласно договорам поставки) обойдется оптовому звену около 5тыс.руб. Таким образом, только по водке с розничной торговли взыскано примерно на 17 тыс.руб. больше, чем это положено.

Расчеты показывают, что и по другим винно-водочным изделиям оптовая торговля завышает рознице счета на перевозку (табл.2).

Из таблицы видно, что только за 9 месяцев 1978г. розничная торговля переплатила оптовой базе за доставку более 50 тыс. руб.

Иное положение наблюдается при доставке минеральной воды с I Минской базы "Бакалея". Установленный здесь норматив транспортных расходов 0,25% к стоимости товара,

наоборот, не покрывает действительных расходов. Так, при поставке маг. №3 Партизанского РПТ 100 ящиков минеральной воды стоимостью 200 руб. базе уплачено только 50 коп. за доставку (200 руб. x 0,25 = 0,50). Фактические же затраты при перевозке минеральной воды, как показывают расчеты по преискуранту 13-01-03, примерно в 7 - 12 раз выше, чем определенные в процентах к стоимости товаров.

Таким образом, чем выше объем перевозок минеральной воды, тем выше потери I "Бакалей". Это, конечно, сказывается на финансовых результатах базы и приводит к нарушениям ритмичности поставки минеральной воды розничной торговле.

Следует отметить также, что норматив 0,25% установлен к чистой стоимости минеральной воды, т.е. без стоимости стеклотары. При определении же стоимости перевозки вино-водочных изделий и соков со II базы "Бакалея" стоимость стеклотары включается в стоимость товара и 0,48% берется от общей стоимости товара с тарой.

Таблица 2. Расчет стоимости перевозки вино-водочных изделий в розничную сеть г.Минска с базы "Бакалея"

Товары	дл	Стоимость тыс.руб.	Транспортные расходы 0,35%, руб.	Транспортные расходы исходя из максимальной загрузки автомобилей*	Переплачено розничной торговлей,руб.	
Водка	79158	6310	22085	4606	17479	
Вино виноградное	374569	10357	36249	21847	14402	
Вино плодо- во- ягодное	118135	2670	9345	6888	2457	
Коньяк	29411	5000	17500	4116	13384	
Шампанское	80153	4424	15484	5607	9877	
Итого:		681426	28761	100663	43054	57609

* Рассчитано исходя из максимального расстояния и на основании счетов автобаз.

По нашему мнению, транспортные расходы по товарам в стеклотаре следует определять к общей стоимости, т.е. с учетом стоимости стеклотары, так как последняя занимает определенный объем и вес и поэтому ее перевозку также следует оплачивать.

Таким образом, методика определения транспортно-экспедиционных расходов по средним расстояниям перевозки в процентах к стоимости товаров и уменьшения на этот процент торговой скидки в счете на каждую партию товара является экономически не обоснованной.

Ошибкой многих торговых организаций является и то, что при заключении договоров они годами не пересматривают эти калькуляции, хотя условия доставки товаров (уровень транспортных тарифов, розничные цены на товары, расстояния перевозки и т.п.) зачастую изменяются.

Тем самым нарушаются принципы хозрасчета в торговле: одни базы за счет розничной торговли получают необоснованную прибыль, другие производят убыточную поставку.

Наиболее правильным при решении этой проблемы был бы подсчет стоимости транспортных расходов по каждой накладной и предъявление этого счета розничной организации. Решить эту задачу не представляет особых трудностей, так как оптовые базы имеют счета автобаз, в которых точно определена стоимость перевозки. Оптовые базы должны только сделать выборку этих счетов и их копии отправлять конкретным розничным торговым организациям, т.е. расчеты за перевозку сделать аналогичными расчетам между поставщиками — промышленными предприятиями и розничной торговлей.

В целях улучшения централизованной доставки товаров в розничную сеть необходимо разработать единые для всей розничной сети г. Минска графики и маршруты завоза; создать информационно-диспетчерские службы при промышленных предприятиях — основных поставщиках; изменить методику определения транспортных расходов при централизованной доставке.

Л и т е р а т у р а

1. Язев В. Централизованная доставка товаров. — Советская торговля, 1976, №5.