

ем проблемы рентабельности этого типа предприятий могут служить, на наш взгляд, научно обоснованная система торговых скидок, значительный вывод фасовки за пределы магазина, улучшение организации торговли, строгий режим экономии. Только при этих условиях универсамы будут давать не только социальный, но и экономический эффект.

Л и т е р а т у р а

1. Технический прогресс в обращении: Сб. науч. тр.— М., 1976, вып. 1, с. 79.
2. Там же, с. 80.

А. Г. С в и р и д о в и ч, асп.
(БГИНХ)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ФАСОВКИ И ТРАНСПОРТИРОВКИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

В «Основных направлениях экономического и социального развития СССР на 1981—1985 годы и на период до 1990 года» предусмотрено в XI пятилетке «увеличить розничный товарооборот государственной и кооперативной торговли на 22—25 процентов» [1]. Рост товарооборота при сложившихся формах товароснабжения розничной торговли потребует соответствующего увеличения затрат на погрузочно-разгрузочные работы в различных отраслях народного хозяйства.

Изучение показывает, что товар от поставщика до потребителя нередко перегружается 6—10 раз и доля погрузочно-разгрузочных работ в отраслях пищевой промышленности составляет от 30 до 50% трудовых затрат основного производства данного товара [2]. В торговле Белорусской ССР около 35 тыс. работников заняты на погрузочно-разгрузочных работах. В продовольственных магазинах одному рабочему за смену приходится перемещать до 7 т груза, а весь грузооборот продовольственных товаров составляет в целом по стране свыше 100 млн. т в год. О крупных затратах на тару говорят следующие факты.

Ежегодные совокупные затраты на тару и упаковку составляют по стране 10 млрд. руб. Только деловой древесины расходуется на транспортную тару свыше 30 млн. м³ [3].

Кроме того, упаковка продовольственных товаров в ящики требует от розничных торговых предприятий, помимо площадей для распаковки, очистки, фасовки и выкладки товаров на стационарно установленное в магазинах оборудование, изыскивать дополнительные складские площади, что приводит к соответствующему уменьшению площадей торговых залов.

По мере роста товарооборота соответственно увеличивались затраты, связанные с упаковкой, перемещением и реализацией товаров. В связи с этим в 1965 г. начали переходить на загрузку товаров не в обычные ящики, а в тару-оборудование на самих

промышленных предприятиях и доставлять ее в торговые залы магазинов. Основное преимущество такой формы доставки заключается в том, что товар непосредственно с конвейера укладывается в тару-оборудование, которая специальным автотранспортом доставляется в торговый зал магазина, где сами покупатели отбирают товар. В результате магазины освободились от многих процессов, которые теперь производятся непосредственно на предприятиях. Не загромождаются многочисленной тарой дворы магазинов.

В Клайпеде подсчитали, что после внедрения тары-оборудования в три раза уменьшилось в магазинах число подсобных рабочих, а на автотранспорте, занятом доставкой товаров, высвободилось 300 грузчиков. Экономическая эффективность новой системы доставки составила 1 млн. руб. в год.

Применение контейнеров вытесняет из торговли тяжелый и малопродуктивный ручной труд, способствуя тем самым решению социальных проблем. Исследования, проведенные в Ленинграде, показали, что внедрение 14 тыс. металлических колесных контейнеров, а также 3,5 тыс. емкостей других типов тары-оборудования и транспортировка их автомашинами с подъемными бортами позволили сократить трудоемкость погрузочно-разгрузочных работ в 7 раз, простой автотранспорта — в 3 раза. Общие эксплуатационные расходы промышленных предприятий на тонну продукции снизились на 41%, автотранспортных — на 38, торгующих — на 31% [3].

Определенная работа по переходу на контейнерные перевозки проводится и в Белорусской ССР. При Министерстве торговли БССР организовано проектно-конструкторское бюро с опытным производством, которое занимается разработкой типов контейнеров. В 1976 г. им была разработана, изготовлена и испытана серия контейнеров универсального назначения для бакалейных товаров, овощей и минеральной воды. Некоторые из разработок бюро признаны изобретениями.

Массовое производство контейнеров организовано на Гомельском опытно-механическом заводе Минторга БССР.

Рациональное распределение контейнеров по конкретным торговым и магазинам способствует значительному повышению эффективности процесса доставки товаров в тару-оборудованию. Так, две минские базы «Бакалея» ежедневно отправляют в 135 минских магазинов 55—60 автомашин с контейнерами. Если для загрузки автомобиля товарами в традиционной упаковке требуется 30—45 мин, то в контейнерах — 10—12 мин. Возрастает средний пробег автомобиля — в 1,5 раза, отпадает необходимость в операциях по распаковке, очистке, фасовке, выкладке товаров, сокращается потребность во многих видах стационарного оборудования и увеличиваются площади торговых залов магазинов в 1,5—2 раза [4].

Группа рационализаторов минской фасовочной фабрики базы «Бакалея» на основе полуавтомата Воронежского завода торго-

вого оборудования изготовила экспериментальную рабочую модель автоматического укладчика расфасованного сахара непосредственно в контейнеры. При соответствующей доработке он может заполнять контейнеры бутылками с безалкогольными напитками, пивом, молоком и кефиром. Однако ни Министерство пищевой промышленности, ни Министерство мясо-молочной промышленности БССР к внедрению этого укладчика еще не приступили. В результате эти товары перегружаются в контейнеры из ящиков на оптовых базах вручную, что требует дополнительных трудовых затрат.

Не все местные торги в одинаковой степени положительно относятся к перевозкам товаров в таре-оборудовании. Если, например, Гродненский плодоовощторг с 1978 г. регулярно доставляет в 17 магазинов в контейнерах со своих баз картофель, лук, капусту, морковь, то Брестский плодоовощторг такую форму доставки использует от случая к случаю. Предварительная фасовка овощей здесь практически не организована, контейнеры разбросаны по многим магазинам, что снижает эффективность их использования.

Практически не организовали такой доставки, хотя имеют достаточное количество контейнеров и специально оборудованные магазины, Витебский и Могилевский пищеторги.

В управлении «Минплодоовощ» товары в контейнерах доставляются только в 12 магазинов из 80, и то в небольших количествах. В г. Минске доставка хлеба в контейнерах из нержавеющей стали производится только в 47 магазинов из 231. Этого явно недостаточно. Несмотря на очевидное преимущество тары-оборудования, развитие этой формы доставки явно отстает от существующих требований, что объясняется рядом причин.

Прежде всего мешают разобщенность проводимых работ, отсутствие централизованного производства тары-оборудования по единым ГОСТам. Это приводит к тому, что в Клайпеде используется один тип контейнера (на ползьях), в Ленинграде — другой (на колесах), в Белоруссии третий (на колесах с боковыми открывающимися дверками) и т. д.

Это требует разных систем упаковки, укладки и транспортировки, что приводит к росту затрат на транспортировку товаров. Следовательно, необходимы единые типы контейнеров, средства упаковки продукции в них, средства механизации работ — погрузочно-разгрузочных и транспортных, а также экономическая заинтересованность сторон в такой форме доставки.

Анализ показывает, что оптовые базы, которые довели удельный вес перевозок грузов в контейнерах до 40—50% общего объема, снизили свою рентабельность в 1,3—1,5 раза, так как при этом изменилась организационная структура, были созданы новые хозрасчетные товарные группы, службы по ремонту контейнеров без выделения дополнительных средств и увеличения торговых скидок. По данным МТ БССР, трудоемкость погрузочно-разгрузочных работ на оптовых базах в расчете на одну тонну товара при их доставке в контейнерах повысилась по макарон-

ным изделиям на 1,66 руб., продукции в банках — на 0,92, минеральной воды — на 1,67 руб. И лишь по сыпучим бакалейным товарам она снизилась на 1,39 руб.

В то же время затраты магазинов на погрузочно-разгрузочные работы в расчете на одну тонну продукции уменьшились по макаронным изделиям на 4,64 руб., продукции в банках — на 4,12, минеральной воды — на 3,05 и сыпучим товарам — на 3,32 руб. Следовательно, общая сумма экономии должна быть перераспределена за счет соответствующего уменьшения торговых скидок на товары, доставляемые в магазины в таре-оборудовании. В результате рентабельность оптовых баз и розничных торговых организаций будет приближаться к оптимальной.

Для заинтересованности промышленных предприятий в организации поставок продукции в контейнерах в расфасованном виде необходимо установить размер скидок меньший, чем на продукцию, поставляемую в традиционной расфасовке (ящиках, мешках и т. д.). При этом до 50% дополнительной прибыли, полученной за счет уменьшения торговых скидок, следует оставлять предприятию для материального стимулирования работников, а за счет оставшейся части — покрывать расходы, связанные с переоборудованием линий фасовки. В дальнейшем эта часть представляла бы чистый доход государства, что позволило ликвидировать в торговых организациях собственную фасовку и связанные с ней дополнительные ручные перевозки товаров.

Нуждаются в совершенствовании организация перевозок товаров и оплата транспортных услуг. Безусловно, существующая почасовая оплата труда водителей при контейнерных перевозках товаров не стимулирует роста производительности их труда, так как за одну и ту же плату водителю приходится находиться на рабочем месте в среднем в 1,5 раза больше, чем при перевозках товаров в обычной упаковке в связи с большим простоем автомобиля под погрузкой и выгрузкой.

Не решен также вопрос ответственности за поставку тары-оборудования товаропроизводителем. При обычных поставках товаров ответственность за тару несли сами товаропроизводители и поставщики. Теперь же назрела необходимость в разработке соответствующих правовых норм и определении владельцев тары-оборудования. Представляется, что автотранспортные организации за поставку тары-оборудования должны нести такую же ответственность, как и железнодорожные органы за поставку товаров в железнодорожных контейнерах.

Только тогда, когда доставка товаров в таре-оборудовании будет подкреплена государственными актами, включая планирование ее производства, создание необходимой материально-технической базы, соответствующее стимулирование работников организаций, связанных с новой формой доставки товаров, использование контейнеров станут по-настоящему действенным средством повышения эффективности производства как в отраслях, производящих товары народного потребления, так и в торговле.

Не менее важную роль играет организация упаковки товара в самом контейнере.

С развитием самообслуживания в магазинах упаковка стала выполнять основную часть задачи по реализации товара, которую раньше выполнял продавец за прилавком. Именно поэтому на нее возлагается задача информации покупателя о потребительских свойствах товара, его отличиях от аналогичных изделий, способах обработки, потребления и других признаках.

Основной функцией любой упаковки является защита товара при его транспортировке, хранении и потреблении. Кроме того, потребителя удовлетворяет более совершенная с технической и эстетической точки зрения упаковка.

Наличие упаковки разных размеров позволяет полнее удовлетворять спрос различных по величине семей и учитывать скорость потребления продукта. Повышение удельного веса малых семей и семей пенсионеров вызывает необходимость увеличения доли меньших упаковок товаров, особенно по скоропортящимся продуктам.

В розничной торговле должен быть представлен довольно широкий выбор товаров по размеру их расфасовки, так как в результате проведенных наблюдений установлено, что около 30% покупателей, не найдя нужной им расфасовки, воздерживаются от покупки.

Многие продукты не потребляются сразу после вскрытия упаковки, а используются постепенно (кофе, чай и др.). Для их сохранности необходима упаковка, которая вновь может быть плотно закрыта. Между тем у нас крайне мало выпускается пакетов, упакованных в банки с завинчивающимися крышками. Такая упаковка особенно необходима для джемов, повидла, варенья, томатных паст и ряда других товаров, которые в процессе потребления и хранения в домашних условиях покрываются плесенью и не используются полностью.

Важным требованием к любой упаковке является ее информативность. Определенные сведения предусмотрены стандартами (вес, состав, цена), однако в ряде случаев этой информации для покупателя недостаточно, особенно в отношении использования продуктов и сроков их хранения.

Реализовать товар — это значит выставить его для продажи, используя такую выкладку, которая бы привлекла внимание покупателя.

Определяющим фактором в реализации товаров является правильная организация торгового процесса в магазине. Большинство взаимозаменяемых продовольственных товаров продаются только тогда, когда они выставлены на витринах. Хорошо обозреваемый товар может побудить покупателя к его приобретению. Тем самым будет достигнута конечная цель его производства.

Л и т е р а т у р а

1. Правда, 1980, 2 дек.
2. Правда, 1980, 25 авг.
3. Известия, 1980, 24 авг.
4. Данные МТ БССР.