

республике не уделяется должного внимания: не созданы организационные основы продажи товаров через автоматы, вопросами оснащения, эксплуатации автоматов занимаются в основном торги, за которыми закреплены механики. Непосредственную работу по эксплуатации автоматов осуществляют магазины. Фактически же ни в магазинах, ни в торгах нет ответственных лиц за работу автоматов. Поэтому они часто выходят из строя.

В последние годы широкое развитие получило открытие кафе-териев при магазинах, павильонов, киосков, в которых организована продажа соков, кваса, пива, минеральной воды и т. п. Значительно возрастает объем товарооборота. Достаточно сказать, что товарооборот кафе-териев в магазинах за 1981 г. составил почти 25 млн. руб.; через изотермические емкости при магазинах продано пива и кваса более чем на 15 млн. руб. и т. п. В объеме товарооборота эти формы продажи продтоваров занимают значительное место. Неплохо налажена продажа мороженого через киоски при магазинах. Организуют продажу в этих случаях магазины. Руководство же занимается не столько основной работой — организацией в них продажи, сколько выдачей товаров, приемом выручки, контролем за работой данных пунктов и т. д. Все это вызывает необходимость централизации мелкой розницы в масштабах города или района путем создания объединений или объединенных дирекций мелкой розницы.

Опыт функционирования подобного объединения в Клайпеде показал его высокую эффективность. Такая форма организации розничной сети способствует единому проектированию, размещению, эксплуатации предприятий мелкой розницы, осуществлению единой технической политики, более полному изучению и удовлетворению спроса покупателей и в конечном итоге — повышению культуры торгового обслуживания.

Литература

1. Струев А. И. Торговля в одиннадцатой пятилетке.— М., 1981, с. 35, 36.
2. Самообслуживание в розничной торговле / Под ред. Андрийчука.— М., 1976, с. 18.
3. Бурмистров В. К. Вопросы повышения эффективности торговли по заказам.— В сб.: Торговля. Минск, 1980, вып. 7, с. 43.

*А. С. Артемьев, д-р экон. наук, Н. Н. Быков,
А. Г. Свиридович (БГИНХ)*

СОСТОЯНИЕ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПРОДУКТАМИ ПИТАНИЯ ПО ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫМ ЗАКАЗАМ

На современном этапе коммунистического строительства партия и Советское государство принимали и принимают необходимые меры по повышению жизненного уровня трудящихся, в том числе по улучшению питания советского народа. На это указыва-

ется в Продовольственной программе, утвержденной майским (1982 г.) Пленумом ЦК КПСС: «Используя возросший экономический потенциал страны, обеспечить в возможно сжатые сроки устойчивое снабжение населения всеми видами продовольствия, существенно улучшить структуру питания советских людей за счет наиболее ценных продуктов» [1].

В решении этой задачи возрастает роль розничной торговли продовольственными товарами и общественного питания, на долю которых приходится подавляющая часть общего фонда личного потребления продуктов питания.

При этом надо учитывать, что из всей совокупности личных потребностей — духовных, материальных и социальных — потребности в пище являются первоочередными, ибо посредством их обеспечиваются жизнедеятельность человека, его работоспособность. Высокая частота потребления продуктов питания вызывает большие затраты труда и времени, связанные с покупкой продуктов и приготовлением из них пищи. Эти затраты занимают наибольший удельный вес во всех расходах нерабочего времени на удовлетворение социально-бытовых нужд населения. Доля общественного питания в общем объеме потребляемых продуктов все еще невысока; она не превышает 25 % (с учетом общественного питания социально-культурных учреждений). Поэтому совершенно очевидно, что дальнейшее сокращение затрат нерабочего времени трудящихся, связанного с питанием, должно осуществляться за счет совершенствования розничной торговли, повышения в общем фонде потребляемых продуктов доли полуфабрикатов, кулинарных и кондитерских изделий, расширения общественного питания, улучшения техники и технологии приготовления пищи в домашних условиях. Эти наиболее важные направления находят свое воплощение в действующей Продовольственной программе СССР.

В последние годы благодаря интенсивному расширению материально-технической базы, совершенствованию товароснабжения, форм и методов обслуживания, повышению доли штучных и фасованных товаров покупатели значительно сократили затраты времени на приобретение продуктов, возросло количество торговых услуг.

Особый интерес представляет продажа продуктов питания по предварительным заказам, главным образом по месту работы и учебы трудящихся.

Розничная торговля продуктами по предварительным заказам развивается в городах страны по следующим направлениям:

- 1) на промышленных предприятиях (заводах, фабриках, производственных объединениях);
- 2) в строительных организациях;
- 3) в других организациях, учреждениях и учебных заведениях;
- 4) через продовольственные магазины;
- 5) многодетным семьям, инвалидам и ветеранам Великой Отечественной войны, инвалидам труда, семьям погибших, престарелым гражданам.

Продажа продуктов питания по предварительным заказам в

виде комплектованных товаров помогает решению важных социально-экономических задач в условиях развитого социализма.

Розничная торговля продуктами питания по предварительным заказам способствует более полному удовлетворению потребностей трудящихся в пище. При этом эффективнее и целенаправленнее используются ресурсы продовольствия, направленные для снабжения. Особенно важно развивать и совершенствовать эту торговлю в современных условиях, при необходимости более рационального использования таких важных продуктов, как мясо, рыба, изделия из них и некоторые другие.

Организация продажи данных продуктов питания по предварительным заказам позволяет обеспечивать первоочередное снабжение указанных социальных групп трудящихся, а также инвалидов и участников Великой Отечественной войны, инвалидов труда, многодетные семьи.

Правильная организация этого вида торговли значительно экономит нерабочее время трудящихся, сокращает нагрузку на продовольственные магазины, особенно в часы «пик».

Высокая социальная эффективность продажи продуктов питания по предварительным заказам выражается в сокращении затрат времени на покупки продуктов, труда и времени на приготовление пищи в домашних условиях. Дело в том, что по предварительным заказам все больше реализуется продуктов в виде полуфабрикатов, кулинарных изделий; причем активное участие в этой деятельности принимает общественное питание. Для трудящихся реализация продуктов по этой форме экономически выгодна, так как за оказываемые торговые услуги (прием заказов, комплектование набора продуктов, их доставка и вручение) взимается весьма низкая тарифная ставка — один процент от стоимости заказанного набора изделий. Некоторые категории населения (инвалиды войны, труда и др.) вовсе освобождены от такой платы.

Вместе с тем анализ показывает, что еще недостаточно продовольственных магазинов, которые реализуют продукты питания на дому и по предварительным заказам, низка их доля в общем товарообороте, хотя за 1976—1980 гг. товарооборот этих товаров в государственной торговле страны удвоился, а на промышленных предприятиях — утроился. К началу 1982 г. в госторговле СССР 11 тыс. продовольственных магазинов реализовали продукты по предварительным заказам и на дому; на предприятиях и стройках функционировало 6 тыс. столов и отделов заказов.

Недостаточно интенсивно развивается этот вид розничной торговли и в городах Белорусской ССР. Так, по данным ЦСУ БССР, в государственной торговле республики число магазинов, реализующих товары на дому, возросло с 440 единиц в первом квартале 1976 г. до 450 за соответствующий период 1981 г.; их удельный вес в общей массе магазинов увеличился с 18,8 до 18,9 %. За этот же период доля товарооборота по изделиям, реализованным на дому, в общем товарообороте сократилась с 0,09 до 0,05 %, причем наблюдаются значительные колебания по областям республики.

Значительный интерес представляет изучение состояния и путей развития розничной торговли продуктами питания по предварительным заказам в г. Минске — крупном промышленном, научном, культурном и административном центре. За годы десятой пятилетки здесь существенно возросли число отделов заказов и их товарооборот. Так, за 1976—1980 гг. число отделов заказов увеличилось с 49 до 70, а сумма реализации продуктов по предварительным заказам с 8 до 25,7 млн. руб., или более чем в 3 раза. Только за 1981 г. в г. Минске прирост оборота по продуктам питания, проданным таким образом, составил почти 4 млн. руб. и достиг 30,6 млн. руб.

За девять месяцев 1982 г. райпищеторгами г. Минска было реализовано продуктов питания по предварительным заказам почти на 27 млн. руб. Изучение показывает, что большое внимание этому вопросу уделяется Партизанским и Первомайским райпищеторгами, которыми в 1981 г. было реализовано продуктов, соответственно, на 6,6 и 4,6 млн. руб., что составило 37,9 % всего товарооборота по райпищеторгам г. Минска. Хуже обстоит дело в Заводском, Октябрьском, Московском, Фрунзенском райпищеторгах.

В начале 1982 г. в г. Минске торговлю продуктами питания по предварительным заказам осуществляли 84 отдела и стола заказов (торговой площадью 11,6 тыс. м²), к концу года — 87.

С целью расширения и улучшения торговли продуктами питания по предварительным заказам Минским исполкомом горсовета в 1981 г. принято решение об упорядочении этой формы торговли. Выполняя данное решение, райисполкомы, управление торговли горисполкома, промышленные предприятия, стройорганизации и учреждения провели определенную работу по расширению материально-технической базы торговли по предварительным заказам. Если в начале 1981 г. средний размер торговой площади одного отдела или стола заказов составлял 97 м², то к началу 1982 г. — уже 138 м². В 1982 г. эту торговлю осуществляли на 108 промышленных предприятиях города, в 207 стройорганизациях и объектах строительства, 76 организациях и учреждениях. Более 8 тыс. человек обслуживалось на льготных условиях.

Вместе с тем вряд ли оправдано расширение столов заказов для предприятий и организаций с небольшой численностью рабочих и служащих. Это приводит к неоптимальным затратам торговых организаций, низкой производительности труда отделов, способствует распылению производственных ресурсов, затрудняет проведение надлежащего контроля за распределением.

Несмотря на расширение торговых площадей, занятых под отделы и столы заказов, все же следует отметить, что предоставляемые промышленными предприятиями, стройорганизациями и учреждениями помещения не рассчитаны на использование типового торгового оборудования; трудно применить механизацию труда из-за разных конфигураций помещений и т. д. В связи с тем, что предприятия, организации и учреждения предоставляют райпищеторгам разные по размерам, конфигурации и качеству помещения, от-

дела и столы заказов в г. Минске оказываются в неодинаковых условиях работы (табл. 1).

Табл. 1. Размеры торговых площадей столов и отделов заказов по состоянию на 1 июля 1982 г.

Райпищеторги г. Минска	Количество отделов и столов заказов, ед.	Их общая торговая площадь, м ²	Средний размер одного отдела и стола заказов, м ²
Заводской	6	970	161
Ленинский	14	970	69
Московский	8	890	111
Октябрьский	6	415	69
Партизанский	14	2050	146
Первомайский	10	2600	260
Советский	11	850	77
Фрунзенский	3	1170	390
Центральный	12	1675	140
Итого	84	11590	138

Розничная торговля продуктами по предварительным заказам имеет большое будущее. Для успешного ее развития необходимо прежде всего ускорить строительство специальных торговых предприятий — магазинов заказов, предназначенных исключительно для формирования и отпуска комплектов продуктов по заказам. Развитие магазинов заказов позволит коренным образом улучшить организацию реализации продуктов питания по предварительным заказам, освободить продовольственные магазины от выполнения не свойственных им функций, механизировать трудоемкие процессы и повысить степень обеспеченности заказами большинства трудящихся. Важно, чтобы новые магазины заказов были размещены вблизи покупательских потоков — заводов, фабрик, строительных организаций, учреждений, учебных заведений.

Уже имеется опыт разработки новых типов магазинов, рассчитанных на реализацию товаров по предварительным заказам. Так, специалисты ЦНИИЭП торгово-бытовых зданий и туристских комплексов совместно с ВНИИторгмашем разработали технико-экономическое обоснование магазина заказов. Такой продовольственный магазин рассчитан на механизированную комплектацию 15 тыс. заказов в день. Особенность магазина заказов состоит в высоком уровне технической оснащенности, позволяющем резко сократить штат обслуживающего персонала. Проектировщики предусмотрели поточность технологических процессов, высокую степень использования каждого квадратного метра площади. Прямо с машин, прибывающих к специальным дебаркадерам, товары тран-

спортируются в секции хранения продуктов. В каждой секции оборудуются кладовые, охлаждающие камеры, фасовочные. Зал комплектации связан с экспедицией. Отсюда товары поступают в салон приема и реализации. Подвесная дорога, подъемно-спусковые устройства, конвейерные линии, автоматы и машины — вот элементы механизации трудоемких процессов. Для расчетов будут использованы ЭВМ. Этот тип магазина заказов одобрен градостроительным советом Москвы и будет здесь широко внедрен [2].

Вместе с тем необходимо расширять производство и поставку торговле штучных и фасованных продуктов питания. В настоящее время большая масса продуктов питания фасуется и дозируется в столах и отделах заказов продовольственных магазинов преимущественно вручную. Вызывает нарекания низкое качество упаковочных материалов, которых к тому же и недостаточно.

Важно расширять продажу продуктов по предварительным заказам более высокой степени готовности — полуфабрикатов, кулинарных изделий, кондитерских, белобулочных продуктов.

В настоящее время на промышленных предприятиях, в организациях и учреждениях торговлю продуктами питания по предварительным заказам осуществляют тресты столовых и райпищеторги. Изучение этого вопроса говорит о том, что между трестами и райпищеторгами отсутствует должная связь.

Фабрично-заводские столовые в последние годы заметно расширились и укрупнились. Массовое внедрение механизированных линий комплектации и раздачи обедов позволило резко сократить время, затрачиваемое рабочими и служащими на обед. Расширились возможности столовых по выпуску полуфабрикатов, кулинарных и кондитерских изделий. Вместе с тем выделяемые общественному питанию рыночные фонды мяса и рыбы недостаточны для расширения выпуска из них полуфабрикатов и кулинарных изделий. Поэтому важно, чтобы тресты столовых и райпищеторги г. Минска установили между собой тесные хозяйственные контакты по расширению производства и торговли кулинарной продукцией. Райпищеторгам целесообразно заключать договоры с трестами столовых своего района и выделять им часть своих рыночных фондов мяса и рыбы для промышленной переработки. Тресты в данном случае могли бы возвращать райпищеторгам мясные и рыбные полуфабрикаты и кулинарные изделия для реализации в продовольственных магазинах.

Для совершенствования розничной торговли продуктами питания по предварительным заказам целесообразно разработать обоснованную систему наценок и тарифов за комплектацию и доставку заказанных продуктов. В настоящее время наценка установлена в размере 1 % от стоимости заказанного комплекта продуктов. Она не учитывает веса набора продуктов, места, времени и расстояния доставки, сезонности. Эта наценка должна быть дифференцированной в зависимости от указанных выше факторов и экономически стимулировать дальнейшее расширение продажи продуктов по предварительным заказам.

Нуждается в улучшении и расширении выпуск упаковочных и рекламных материалов, пропагандирующих торговлю продуктами по предварительным заказам.

Серьезного внимания требует изучение покупательского спроса на продукты по заказам. Необходимо определить возможности расширения реализации стандартных наборов, что позволит шире механизировать процессы комплектования заказов, сбор и обработку информационных материалов.

Расширение продажи продуктов питания по заказам невозможно без активного участия в этой работе администрации и общественности заводов, фабрик, строїорганizations, учреждений и учебных заведений. При их активной помощи необходимо благоустраивать помещения и оборудование для размещения отделов и столов заказов, активизировать деятельность общественных уполномоченных по сбору заказов на продукты питания.

Литература

1. Продовольственная программа СССР.— Общественное питание, 1982, с. 30.
2. Правда, 1982, 31 марта.

Е. С. Моисеенко, канд. экон. наук (БГИНХ)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДОСТАВКИ ТОВАРОВ В ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ МАГАЗИНЫ САМООБСЛУЖИВАНИЯ

Дальнейшее развитие торговли и улучшение обслуживания населения, ускорение внедрения достижений науки и техники требуют программно-целевого решения на основе комплексной рационализации торговли, когда каждый компонент увязан в единой схеме, исходя из имеющихся материальных, финансовых и трудовых ресурсов.

Из всех организационных и технических процессов товародвижения наиболее сложным является снабжение розничной сети товарами, которое ныне является тормозом в развитии самообслуживания, повышении эффективности торговли.

Среди процессов товароснабжения наиболее трудоемка доставка товаров — до 20 % от издержек обращения.

Высокие непроизводительные затраты по перемещению товарной массы, задачи повышения эффективного использования материально-технической базы торговли, качества торгового обслуживания требуют нового подхода к организации доставки товаров и на этой основе — совершенствования технологии магазинов самообслуживания. Этим и вызвана необходимость внедрения прогрессивной технологии товародвижения, сущность которой заключается в том, что товар на конечной стадии производства или на торговых складах фасуется в потребительскую упаковку, укладывается