

той к уровню восьмой — по лекарственно-техническому сырью на 19,3 %, в десятой к девятой — плодам и ягодам на 27,1 %, грибам сухим в 2,2 раза.

Вместе с тем значительно сократились заготовки 1980 г. (к уровню 1960 г.): плодов и ягод — в 2,8 раза, клюквы и брусники — в 12,9, грибов сухих — в 2,8, грибов свежих — в 2,5 раза.

Основными причинами снижения объемов заготовок дикорастущих являются не только недостатки в организации заготовок, но и широкое применение ядохимикатов, вырубок леса, односторонняя мелиорация, неблагоприятные погодные условия.

В целях активного вовлечения населения в процесс заготовок дикорастущих необходимо повсеместно распространить практику заключения трудовых соглашений с пенсионерами, студентами, школами, средними специальными учебными заведениями, создавать лагеря отдыха на период отпусков для организации сбора дикорастущих, составлять технологические карты освоения их ресурсов.

Более широкое вовлечение в товарооборот дополнительных ресурсов за счет заготовок дикорастущих плодов, ягод, грибов, лекарственных растений имеет большое народнохозяйственное значение.

#### Литература

1. Алгазин В. С. Полезные растения Западной Сибири / Под ред. Г. В. Крылова.— Новосибирск, 1950, с. 22. 2. Людковский В. С. Заготовка, переработка и хранение дикорастущих организациями потребительской кооперации РСФСР.— М., 1963, с. 6. 3. Ткаченко М. Е. Общее лесоводство.— М.— Л., 1955, с. 25. 4. Материалы XXVI съезда КПСС.— М., 1981, с. 180.

*В. Н. Платонов*, канд. экон. наук (БГИНХ)

### СОСТОЯНИЕ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОДАЖИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ В БССР

В условиях быстрого роста товарооборота продовольственных товаров, значительного увеличения их потребления усложняются задачи, стоящие перед торговлей, по доведению этих товаров до потребителей с наименьшими потерями и при высоком уровне обслуживания покупателей.

Одним из важнейших вопросов является дальнейшее внедрение и качественное улучшение таких методов продажи, как самообслуживание, по предварительным заказам, через автоматы и т. п. К концу десятой пятилетки удельный вес продажи товаров методом самообслуживания в общем товарообороте страны достиг 55 %, а по Белоруссии — 68 % [1]. К 1982 г. в системе МТ БССР насчитывалось свыше 1000 магазинов самообслуживания (63,2 % общего количества продовольственных магазинов и 80 % их торговой площади).

Быстрый рост сети магазинов самообслуживания объясняется

прежде всего высоким социальным эффектом — значительным снижением затрат времени покупателей на приобретение покупок.

Это подтвердили расчеты, проведенные по методике УкрНИИ-ТОПа на кафедре организации торговли БГИНХ им. В. В. Куйбышева по магазинам Заводского РПТ г. Минска. По большинству обследованных магазинов самообслуживания коэффициенты социально-экономической эффективности выше единицы, в то время как магазинов с обычными формами продажи — ниже.

Вместе с тем экономическая эффективность работы магазинов самообслуживания как по стране, так и по республике еще недостаточно высока. Например, если за IV квартал 1981 г. розничный товарооборот на 1 м<sup>2</sup> торговой площади продовольственных магазинов в среднем по МТ БССР составил 1955 руб., с обычными формами продажи — 3068 руб., то с самообслуживанием — всего 1677 руб. Имеют место существенные колебания в товарообороте на 1 м<sup>2</sup> магазинов самообслуживания по районам республики: по Минскому горторгуправлению он составляет свыше 2000, Витебскому областному управлению торговли — только 1230 руб.

Основные пути роста экономической эффективности магазинов самообслуживания: 1) повышение внимания к использованию резервов; 2) развитие сети универсамов, на что указывалось в решениях XXVI съезда КПСС. Только за 1981 г. сеть универсамов Белоруссии увеличилась на 13 % и к 1982 г. составила 44 магазина; 3) повышение эффективности работы универсамов, как и в целом магазинов самообслуживания; 4) укрупнение универсамов (здесь наибольший удельный вес — до 85 % — занимают относительно мелкие предприятия площадью до 700 м<sup>2</sup>); 5) рост удельного веса торговой площади в общей площади (сейчас всего около 40 %, хотя по рекомендациям УкрНИИТОПа он может быть доведен до 60—70 %) [2]; 6) снижение уровня издержек обращения; 7) увеличение уровня механизации труда. Анализ структуры рабочего времени работников продовольственных магазинов самообслуживания г. Минска показывает, что затраты труда на выполнение операций, связанных с приемкой, внутримагазинной транспортировкой, размещением, подготовкой к продаже, составляют 72—85 %. По обследованным продовольственным магазинам самообслуживания г. Минска уровень механизации колеблется от 5,9 до 20 %. В связи с этим одним из действенных факторов повышения эффективности магазинов самообслуживания является внедрение тары-оборудования.

Однако, к сожалению, в системе Минторга БССР к началу 1982 г. применяли тару-оборудование всего 417 магазинов. Удельный вес поступления товаров в таре-оборудовании по многим товарам незначителен. В ряде магазинов она используется как оборудование для продажи товаров. Операции же по распаковке, фасовке, загрузке в контейнеры выполняются непосредственно в залах магазинов.

Слабо подключается к поставке продтоваров в таре-оборудовании пищевая промышленность. Кроме того, имеет место недоста-

точный уровень поставки промышленностью большей части продовольственных товаров в расфасованном виде (всего 35 %). Обеспеченность магазинов фасовочным оборудованием крайне низкая, условия труда фасовщиков не отвечают нормам, вследствие чего затраты труда на этот процесс в магазинах крайне высоки.

Необходимо дальнейшее развитие фасовки в промышленности, ее централизация в оптовой торговле, что, с точки зрения интересов народного хозяйства, экономически более целесообразно.

Важной проблемой является правильное формирование ассортимента товаров, в особенности непродовольственных.

В одиннадцатой пятилетке перед торговлей поставлена задача довести удельный вес непродовольственных товаров в универсамах до 10 %, в магазинах самообслуживания торговой площадью 250 м<sup>2</sup> и выше — до 5 % в товарообороте.

В 1981 г. удельный вес непродовольственных товаров в продовольственных магазинах республики составил 1,36 % по сравнению с 0,77 % в 1980 г. (особенно низки показатели по Минскому городскому (0,5 %) и Могилевскому областному управлениям торговли (0,9 %)). Наблюдаются значительные колебания в товарообороте непродовольственными товарами в расчете на один магазин самообслуживания. Если по Минскому горторгуправлению он составил за 1981 г. 69 тыс. руб., то по Могилевскому — 28,7 тыс. руб. Одной из причин является неполное использование торговых площадей под непродовольственные товары. Согласно номенклатуре, под них в магазинах самообслуживания типа «Универсам» должно отводиться до 30 % торговой площади. В универсамах же г. Минска эта цифра колеблется от 1,6 % — в магазине № 29 Ленинского РПТ до 17,8 % — в магазине № 26 Советского РПТ. Примеры свидетельствуют о том, что работники продовольственных торгов не уделяют достаточного внимания вопросам оптимального формирования ассортимента непродовольственных товаров в магазинах. В связи с этим назрела необходимость выделения специального структурного подразделения при Минском городском и областных управлениях торговли, на которые следует возложить функции по организации товароснабжения, формированию ассортимента, контролю за выполнением ассортиментных перечней, использованию торговых площадей и т. п.

Другим, не менее эффективным методом является продажа продовольственных товаров по предварительным заказам.

По данным ЦСУ БССР на 1.01.82 г., в системе государственной торговли БССР насчитывалось 456 магазинов, осуществляющих продажу товаров по предварительным заказам, по сравнению с 1976 г. рост составил только 16 магазинов. Доля же продажи продовольственных товаров на дому сократилась с 0,09 до 0,05 %.

Наиболее быстрыми темпами растет число отделов заказов в г. Минске. Здесь товарооборот за 1976—1980 гг. увеличился более чем в 3 раза. В 1981 г. только на промышленных предприятиях и стройках города действовало 86 пунктов приема предварительных заказов с товарооборотом 25,5 млн. руб., а весь товарооборот со-

ставил 30,6 млн. руб. Всего этим видом обслуживания было охвачено в 1981 г. 346, в 1982 г. — 390 предприятий, строек и учреждений.

Вместе с тем в организации продажи по предварительным заказам в Белорусской ССР имеются существенные недостатки. В первую очередь это касается открытия отделов заказов на предприятиях. Дело в том, что в большинстве случаев для них представляются помещения, не приспособленные для организации продажи. В лучшем случае в отделах имеются 1—2 холодильные камеры, небольшой набор весового и кассового оборудования. Все операции по приемке товаров, комплектованию наборов, транспортировке осуществляются вручную. Здесь просто немыслимо применять элементарные средства механизации из-за небольшого размера помещений, несоответствующей их планировки, низкого качества и т. п. Так, в 1982 г. средний размер отдела заказов в Ленинском и Октябрьском РПТ г. Минска составил 69 м<sup>2</sup>, Советском РПТ — 77, а в среднем по г. Минску — 138 м<sup>2</sup>.

Поучительный опыт организации продажи по предварительным заказам уже накоплен в Ленинграде, Москве, где созданы крупные, технически оснащенные базовые предприятия по комплектованию и снабжению наборами продуктов работников многих промышленных предприятий.

Заслуживают внимания предложения по организации такой продажи продовольственных товаров в БССР через крупные механизированные магазины заказов, отделы и столы заказов [3]. Создание высокомеханизированных базовых магазинов заказов в крупнейших городах республики несомненно скажется положительно не только на производительности труда работников торговли, но и на экономии времени покупателей (в 2—3 раза ниже по сравнению с обычными формами).

В розничной торговле Белоруссии получили определенное развитие и другие формы торгового обслуживания населения: продажа через автоматы, кафетерии в магазинах, пивные бары, павильоны и т. п. Эти формы, дополняя самообслуживание и продажу продовольственных товаров по заказам, приобретают все более широкое распространение. Достаточно сказать, что к 1982 г. в системе МТ БССР имелось 1682 автомата по продаже газированной воды, 219 кафетериев в магазинах, 235 пивных баров и павильонов, 975 автоцистерн для продажи пива и кваса. И тем не менее возможности в этом направлении далеко не исчерпаны. Взять, например, автоматы по продаже продовольственных товаров. Разработан уже ряд автоматов по продаже соков, вин (АТ-251), пива (АТ-255), табачных изделий (АТ-606 м) и т. п. В продовольственной же торговле функционируют только автоматы по продаже газированной воды. Причем размещены они крайне неравномерно (в Минске примерно 50 % от имеющихся в республике). Слабо обеспечена ими торговля в Брестской и Гродненской областях. Эффективность использования автоматов также неодинакова.

Следует отметить, что этой важной форме продажи товаров в

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-