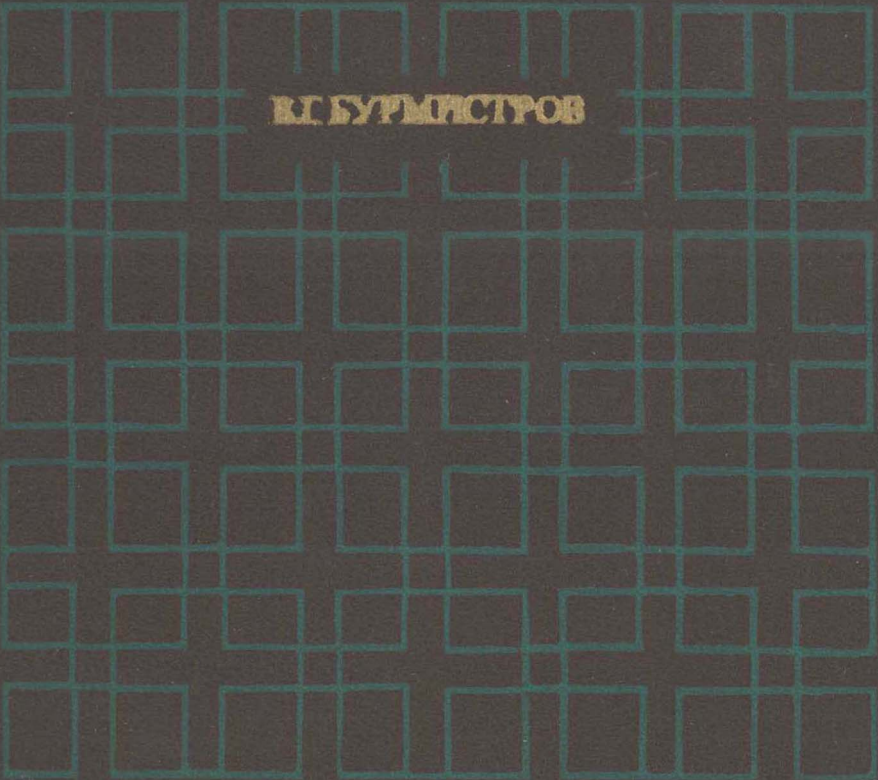
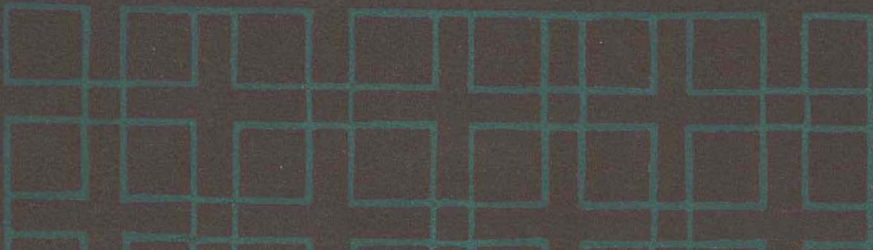




В. Г. БУРМИСТРОВ

ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ

**НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ
ТОВАРАМИ**



Бурмистров В. Г.

Б91 Организация торговли непродовольственными товарами: Учебник для товаровед. фак. торг. вузов. — 2-е изд., доп. — М.: Экономика, 1982. — 352 с.

В учебнике раскрыты организационные формы оптовой и розничной торговли, принципы построения и размещения торговой сети, методы продажи товаров, НОТ в торговле, показана работа оптовых баз по закупке товаров и снабжения магазинов. Отдельные главы посвящены изучению спроса, формированию товарного ассортимента, торговой рекламе, тарному хозяйству, транспорту

Во 2-м издании (1-е издание — 1977 г.) учтены изменения, которые произошли в торговле непродовольственными товарами за последние годы

Б 3503000000—060
011(01)—82 102—82

ББК 65.9(2)421
338Т8

Василий Георгиевич Бурмистров

**ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ
НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ**

Редактор Р. Н. Янбаев

Мл. редактор А. С. Абрамова

Худож. редактор А. Н. Михайлов

Техн. редактор Н. Ф. Сотникова

Корректоры: Е. А. Киселева, Э. И. Паскалова

Оформление художника А. Р. Косолапова

ИБ № 1665

Сдано в набор 26.10.81. Подписано к печати 07.05.82. А-04346.
Формат 60×90^{1/16}. Бумага типографская № 1. Литературная
гарнитура. Высокая печать. Усл. печ. л. 22,00/22,00 усл. кр.-отт.
Уч.-изд. л. 23,5. Тираж 50 000 экз. Зак. 753. Цена 1 р.
Изд. № 4939.

Издательство «Экономика», 121864,
Москва, Г-59, Бережковская наб., 6.

Ленинградская типография № 6
ордена Трудового Красного Знамени
Ленинградского объединения «Техническая книга»
им. Евгении Соколовой
Союзполиграфпрома при Государственном
комитете СССР
по делам издательств, полиграфии
и книжной торговли.
193144, г. Ленинград, ул. Моисеенко, 10.

Введение	3
Глава I. Организационно-хозяйственные звенья розничной торговли . .	9
§ 1. Виды розничных торговых предприятий и организаций	9
§ 2. Типы основных розничных торговых организаций	18
Глава II. Построение и размещение розничной торговой сети	23
§ 1. Задачи и основные направления развития торговой сети	23
§ 2. Классификация торговой сети	25
§ 3. Специализация розничной торговой сети	27
§ 4. Типизация торговых предприятий	32
§ 5. Принципы размещения розничной торговой сети	38
Глава III. Организация торгово-технологического процесса в непродовольственных магазинах	47
§ 1. Содержание торгово-технологического процесса в магазине	47
§ 2. Взаимосвязь торгово-технологического процесса с устройством и планировкой магазина	56
§ 3. Пути повышения эффективности использования торговых площадей магазинов	61
§ 4. Определение уровня механизации труда в розничной торговле . .	63
Глава IV. Прогрессивные методы продажи	69
§ 1. Классификация и характеристика прогрессивных методов продажи товаров	69
§ 2. Дополнительные услуги, оказываемые покупателям	78
§ 3. Показатели уровня культуры обслуживания покупателей	81
Глава V. Изучение спроса населения на непродовольственные товары и формирование товарного ассортимента	85
§ 1. Особенности спроса и принципы формирования ассортимента непродовольственных товаров на торговых предприятиях	85
§ 2. Система изучения спроса в торговле	92
§ 3. Методы изучения спроса в торговле непродовольственными товарами	97
§ 4. Методы краткосрочного прогнозирования спроса населения на предприятиях и в организациях розничной торговли	102
Глава VI. Организация снабжения торговой сети непродовольственными товарами	106
§ 1. Требования, предъявляемые к организации снабжения розничной сети товарами	106
§ 2. Содержание процесса товароснабжения. Закупка товаров на торговых предприятиях	109
§ 3. Формирование товарных запасов. Применение теории управления запасами в организации товароснабжения	112

Глава VII. Организация труда в розничной торговле	119
§ 1. Задачи научной организации труда в торговле	119
§ 2. Разработка и экономическое обоснование мероприятий по совершенствованию организации труда	125
§ 3. Формы разделения труда. Построение аппарата магазина . . .	129
§ 4. Эффективность труда торговых работников и методы исследования трудовых процессов	134
§ 5. Организация социального соревнования в торговле	139
Глава VIII. Организационно-хозяйственные звенья оптовой торговли непродовольственными товарами	142
§ 1. Роль и задачи оптовой торговли	142
§ 2. Организационное построение оптовой торговли непродовольственными товарами	146
§ 3. Организационные формы оптовой торговли потребительской кооперации	153
§ 4. Типы оптовых торговых предприятий	154
§ 5. Размещение оптовых баз	159
§ 6. Функции и структура аппарата оптовых баз	160
Глава IX. Система хозяйственных связей торговли с промышленностью и организация товародвижения	165
§ 1. Формы хозяйственных связей торговли с промышленностью . .	165
§ 2. Организация товародвижения	172
§ 3. Прикрепление оптовых покупателей к поставщикам товаров . . .	177
Глава X. Организация оптовых закупок непродовольственных товаров	182
§ 1. Деятельность оптовых баз по закупке товаров	182
§ 2. Организация закупок товаров на оптовых ярмарках	194
§ 3. Организация контроля за выполнением поставок и качеством товаров	195
Глава XI. Организация оптовой продажи товаров	199
§ 1. Формы оптовой продажи товаров	199
§ 2. Оперативные планы продажи товаров	202
§ 3. Организация продажи товаров со склада	203
§ 4. Организация транзитной поставки товаров	207
§ 5. Организация оперативного учета и контроля оптовой продажи товаров	208
Глава XII. Реклама в розничной и оптовой торговле	210
§ 1. Сущность и роль социалистической торговой рекламы	210
§ 2. Виды торговой рекламы	213
§ 3. Особенность рекламы в оптовой торговле	222
§ 4. Эффективность рекламы и рекламных мероприятий	224
§ 5. Организационное построение рекламы в СССР	230
Глава XIII. Склады непродовольственных товаров	232
§ 1. Роль и функции складов в сфере товарного обращения	232
§ 2. Виды складов непродовольственных товаров	235
§ 3. Задачи развития складского хозяйства государственной торговли непродовольственными товарами	238
Глава XIV. Организация оперативных и технологических процессов на складах	246
§ 1. Принципы организации оперативных и технологических процессов. Их связь с устройством и планировкой складов	246
§ 2. Приемка товаров на складе	252
§ 3. Хранение товаров на складе	260

§ 4. Отпуск товаров со склада	263
§ 5. Механизация и автоматизация технологических процессов на складах	265
Глава XV. Организация труда на складах	269
§ 1. Задачи научной организации труда на складах	269
§ 2. Структура аппарата склада и функции его работников	272
§ 3. Организация труда складских работников	275
Глава XVI. Основы проектирования магазинов и складов	282
§ 1. Общие требования к проектированию торговых предприятий	282
§ 2. Порядок разработки и согласования проектов магазинов и складов	284
§ 3. Техничко-экономические расчеты площадей магазинов и складов	289
§ 4. Выбор и обоснование проектов магазинов и складов	297
Глава XVII. Организация тарного хозяйства в торговле непродовольственными товарами	302
§ 1. Роль тары в перевозках и хранении непродовольственных товаров	302
§ 2. Классификация тары	304
§ 3. Организация обращения тары	309
Глава XVIII. Организация транспортно-экспедиционных операций	317
§ 1. Организация перевозок товаров железнодорожным транспортом	323
§ 2. Организация перевозок товаров водным и воздушным транспортом	330
§ 3. Организация перевозок товаров автомобильным транспортом	334
§ 4. Организация контейнерных и пакетных перевозок	338
§ 5. Транспортно-экспедиционное обслуживание торговых организаций	344
Предметный указатель	346

В.Г. БУРМИСТРОВ

ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ

Второе издание, дополненное

Допущено Министерством торговли СССР
в качестве учебника для студентов
товароведных факультетов торговых вузов

МОСКВА «ЭКОНОМИКА» 1982

ББК 65.9 (2) 421

Б91

Р е ц е н з е н т — заведующий кафедрой Организации торговли Ленинградского ордена Трудового Красного Знамени института советской торговли имени Ф. Энгельса доц. ГОНЧАРОВ П. Г.

Б $\frac{3503000000-060}{011(01)-82}$ 102—82.

© Издательство «Экономика», 1977

© Издательство «Экономика», 1982, с изменениями

ВВЕДЕНИЕ

В решениях XXVI съезда КПСС указано на необходимость повышать организованность и слаженность работы всех звеньев народного хозяйства. В решении этой задачи в сфере обращения большую роль играет глубокое знание теории и практики организации торговли товарами народного потребления.

Сущность организации состоит в упорядочении взаимодействий различных сторон и аспектов материальной деятельности людей, направленной на достижение определенных целей. Науку об организации обычно расчленяют на различные уровни, соответствующие исследуемому объекту. Верхний, или фундаментальный, уровень — это наиболее общие законы, применимые ко всем сферам материальной жизни общества, среднему уровню соответствует наука об организации народного хозяйства в целом, нижнему — законы, регулирующие отдельные отрасли экономики, в том числе торговлю.

Большой вклад в разработку теории организации внес В. И. Ленин. В его работах были впервые определены теоретические основы и наиболее важные принципы организации производства, труда и управления.

Отмечая значение данной науки при социализме, В. И. Ленин писал: «Социализм немыслим без ... планомерной государственной организации, подчиняющей десятки миллионов людей строжайшему соблюдению единой нормы в деле производства и распределения продуктов»¹. «Организация удесятеряет силы»².

Основные принципы организации как науки, разработанные В. И. Лениным, получили дальнейшее творческое развитие в решениях партии и правительства, направленных на совершенствование управления народным хозяйством.

В постановлении ЦК КПСС и Совета Министров СССР от 14 января 1982 г. «О мерах по дальнейшему развитию торговли и улучшению торгового обслуживания населения в одиннадцатой пятилетке» отмечено, что в настоящее время наиболее актуальными вопросами развития отрасли «Торговля» являются: дальнейшее повышение уровня культуры обслуживания покупателей, комплексная рационализация торговли во всех ее звеньях и совер-

¹ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 43, с. 210.

² Там же, т. 24, с. 34.

шенствование системы управления отраслью на всех этапах ее функционирования.

Развитие советской торговли в современных условиях, дальнейшее совершенствование обслуживания покупателей требуют повышения уровня подготовки специалистов высшей квалификации по вопросам организации торговли.

Работники торговли должны знать закономерности развития отрасли, основы научной организации торгово-технологического процесса в магазинах и на складах, резервы повышения эффективности работы торговых организаций и предприятий.

Организация торговли непродовольственными товарами является приложением основных положений теории организации к конкретным торгово-экономическим процессам и явлениям.

Организация торговли непродовольственными товарами изучает организационно-хозяйственные звенья торговли; материально-техническую базу торговли и основные принципы ее функционирования и развития; технологические процессы, связанные с доведением товарной массы от непосредственных производителей до населения; коммерческую деятельность в торговле; рекламу.

Важнейшим условием рациональной организации товаропроводящей сети является создание организационно-хозяйственных звеньев розничной и оптовой торговли, включая управления торговли, торги, торговые объединения, крупные универсальные и специализированные магазины, оптовые конторы, базы, склады.

Последовательность изучения конкретных проблем курса «Розничная торговля», «Оптовая торговля», «Складское и транспортное хозяйство» обусловлена тем, что розничная торговля является основным звеном советской торговли. Именно в розничной торговле осуществляется продажа товаров населению, изучается покупательский спрос, формируются заказы промышленности. В зависимости от состояния розничной торговли определяются задачи и функции оптовых организаций и предприятий, складского и транспортного хозяйства.

Необходимым условием дальнейшего совершенствования торговли является укрепление ее материально-технической базы. Закон планомерного развития народного хозяйства обуславливает необходимость разработки рациональных планов развития материально-технической базы торговли в соответствии с задачами повышения уровня обслуживания покупателей, ростом товарооборота и товарных запасов. Большое значение имеет соблюдение определенных пропорций при распределении капитальных вложений между отдельными звеньями торговли. В связи с этим первостепенное значение приобретают разработка типовых проектов современных магазинов и складов, оснащение их новейшими видами торгово-технологического оборудования, средствами механизации и автоматизации труда.

В организации торговли большую роль играет разработка оптимальных схем оперативных и технологических процессов, основанных на достижениях науки и торговой практики и направленных на улучшение обслуживания покупателей.

Совершенствование организации продажи товаров и обслуживания покупателей связано с внедрением прогрессивных методов продажи и дополнительных услуг, повышением культуры торговли.

Эффективность торговли и качество обслуживания покупателей в значительной степени зависят от степени внедрения научной организации труда на розничных торговых предприятиях. Являясь совокупностью социальных, организационных и технических мероприятий, основанных на достижениях науки и передового опыта, научная организация труда способствует рациональному использованию материальных и трудовых ресурсов, повышению производительности, труда, экономии времени покупателей на приобретение товаров.

Организация технологических процессов в розничной и оптовой торговле должна быть направлена на полное сохранение потребительной стоимости товаров, повышение эффективности затрат, связанных с продажей, обеспечение высокой эффективности труда торговых работников и его облегчение, сокращение времени покупателей на приобретение товаров.

Рост продажи товаров, расширение их ассортимента, увеличение потока информации обуславливают использование в торговле современной вычислительной техники и переход к автоматизированным системам управления. Применение экономико-математических методов и электронно-вычислительной техники в управлении торгово-технологическим процессом способствует ускорению продвижения товаров в розничную сеть, сокращению затрат общественного труда в сфере обслуживания.

Важнейшими проблемами организации торговли являются создание оптимальной системы движения товаров от производства до потребителей, правильное размещение товарных запасов в отдельных звеньях торговли, ускорение оборачиваемости товаров, улучшение коммерческой деятельности торговых предприятий и организаций. В современных условиях правильное установление хозяйственных связей с поставщиками, формирование товарного ассортимента на основе глубокого изучения покупательского спроса, совершенствование операций по оптовой закупке и продаже товаров приобретают первостепенное значение.

Велика роль рекламы в розничной и оптовой торговле непродовольственными товарами. Информирова население о потребительских свойствах, качестве товаров, пропагандируя новые товары, реклама способствует формированию вкусов населения и моды, повышению эффективности работы торговых организаций и предприятий, служит активным проводником научно-технического прогресса в сферу личного потребления.

Большое значение имеет повышение обоснованности прогнозов, в том числе и социально-экономических, и использования их данных при разработке планов. Долгосрочное прогнозирование развития торговли является необходимым условием улучшения структуры управления, совершенствования торгово-технологического прогресса.

Организация торговли на научной основе предполагает проведение экспериментов в целях проверки правильности прогнозов. Объектами экспериментов могут быть торгово-технологические процессы, проекты и оборудование торговых предприятий, структура торговых организаций и предприятий.

Исходными предпосылками научной организации торговли являются систематический рост объема товарооборота, повышение качества торгового обслуживания, сокращение издержек обращения.

В процессе изучения курса «Организация торговли непродовольственными товарами» предусматриваются анализ структуры организационно-хозяйственных звеньев торговли, разработка схем торгово-технологического процесса в магазинах и на складах, выполнение расчетных работ по проектированию торговых предприятий, разбор коммерческих ситуаций.

При изучении конкретных объектов исследования в организации торговли пользуются определенными методами как средствами познания изучаемого предмета. Основным из них является общенаучный диалектический метод. Помимо диалектического, в организации торговли непродовольственными товарами широко используется и целый ряд специальных методов исследования: системный анализ конкретных торгово-экономических процессов и явлений; моделирование отдельных процессов и явлений, которые поддаются формализации; балансовый метод, статистические методы.

Системный подход основан на комплексном изучении экономических явлений в отрасли как единого целого. Процесс функционирования сферы обращения характеризуется чрезвычайной сложностью, которая обусловлена многообразием потребностей населения в товарах народного потребления и нетоварных услугах, множеством альтернативных возможностей их удовлетворения, а также высоким динамизмом развития потребностей и возможностей их удовлетворения, возрастающих по мере развития научно-технического прогресса и роста материального благосостояния населения. Без представления торговли как отрасли в виде единой целостной системы невозможно достичь оптимальных значений параметров ее функционирования с точки зрения народного хозяйства в целом. Именно эту задачу позволяет решить системный подход как специальный метод исследования экономико-организационных проблем в торговле.

Системный анализ представляет собой методологию исследования любых торгово-экономических систем. Основными ситуа-

циями в сфере обращения, требующими применения приемов системного анализа, являются выявление и четкое формулирование конкретной проблемы в условиях большой неопределенности; выбор оптимальной стратегии организации и планирования в отрасли; точное выявление составных частей исследуемой проблемы, целей развития и функционирования изучаемых объектов для создания новых торгово-экономических систем.

Моделирование отдельных процессов, протекающих в торговле, представляет собой отображение изучаемого явления в виде математических формул или методом тезауруса¹. Такое моделирование позволяет проводить эксперименты не с реальным объектом, что во многих случаях в торговле просто невозможно или крайне затруднительно, а с его формальным отображением, что позволяет экономить материальные, финансовые и трудовые ресурсы отрасли при большой достоверности получаемых результатов.

Математику как орудие научного познания высоко ценил К. Маркс. П. Лафарг в воспоминаниях о К. Марксе писал: «Он считал ... что наука только тогда достигает совершенства, когда ей удастся пользоваться математикой»².

Внедрение в курс элементов математики, статистики позволяет повысить научный уровень дисциплин, обеспечить неразрывность учебного процесса, преемственность дисциплин.

Балансовый метод служит в организации торговли непродовольственными товарами для взаимосвязи тех или иных аспектов изучаемого явления в целях согласования возможностей с выявленными потребностями.

Статистические методы позволяют определить количественно степень взаимодействия различных торгово-экономических явлений. В организации торговли непродовольственными товарами широкое применение получили такие статистические методы, как выборочный, дисперсионный, факторный, регрессионный и корреляционный анализ, метод группировок и др.

Методы исследования, применяемые в организации торговли непродовольственными товарами, широко изучаются в таких дисциплинах, как математическая статистика, экономико-математическое моделирование и др.

Курс организации торговли непродовольственными товарами является научной дисциплиной. Теоретической основой курса являются диалектический и исторический материализм и марксистско-ленинская политическая экономия.

Курс организации торговли непродовольственными товарами тесно увязан с другими дисциплинами, изучаемыми на товароведных факультетах торговых вузов.

¹ Тезаурус — упорядоченная совокупность понятий и их обозначений, используемых в процессах управления и предназначенных для алгоритмизации и автоматизации операций по логической переработке информации.

² Воспоминания о К. Марксе и Ф. Энгельсе. М.: Госполитиздат, 1965, с. 66.

В курсе товароведения промышленных товаров студенты изучают потребительские свойства предмета труда в торговле, а в курсе организации торговли — торгово-технологический процесс, связанный с реализацией товаров народного потребления.

Отдельные вопросы курса организации торговли непродовольственными товарами рассматриваются и в такой учебной дисциплине, как советское право. Однако если в этой дисциплине основное внимание акцентируется на юридических аспектах изучаемых проблем, то наша дисциплина делает основной свой упор на их экономико-организационные стороны.

Наиболее родственной дисциплиной организации торговли непродовольственными товарами является экономика торговли. Различие между ними заключается прежде всего в том, что если в курсе экономики торговли изучаются приемы и методы определения параметров, которых должна достичь за определенный период конкретная торгово-экономическая система, то курс организации торговли непродовольственными товарами дает ответ на вопрос, как это сделать, т. е. раскрывает сущность конкретных мероприятий, которые следует осуществить, чтобы достичь заданных параметров внутреннего состояния системы.

В процессе развития курса организации торговли из него выделились в самостоятельные дисциплины такие предметы, как торговая техника и управление торговлей. В отдельных случаях как самостоятельные учебные дисциплины изучаются такие разделы курса организации торговли непродовольственными товарами, как реклама в торговле и технология торгового процесса.

Выделение его разделов в самостоятельные дисциплины — явление закономерное, это позволит глубже изучать проблемы организации торговли непродовольственными товарами, внутренне расширить тематику курса, поднять его значение на качественно новую ступень.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ЗВЕНЬЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

§ 1. Виды розничных торговых предприятий и организаций

В выполнении решений XXVI съезда КПСС, направленных на последовательное претворение в жизнь экономической политики партии, в основе которой лежит курс на подъем материального и культурного уровня жизни народа, важная роль отводится торговле.

Осуществляя планомерное перемещение товаров народного потребления от производства до потребителей, торговля обеспечивает непрерывность процесса расширенного воспроизводства.

В решениях XXVI съезда КПСС предусмотрено увеличить розничный товароборот государственной и кооперативной торговли на 22—25 %, полнее удовлетворять спрос на предметы культурно-бытового и хозяйственного назначения и другие непродовольственные товары, значительно увеличить продажу населению строительных материалов, а также некондиционных материалов и изделий для обеспечения ремонтных и других нужд в домашнем хозяйстве; расширять и обновлять ассортимент, повышать качество товаров, увеличить продажу новых, модных, а также недорогих добротных товаров, пользующихся спросом.

В одиннадцатой пятилетке большое внимание будет уделено совершенствованию организации управления, так как одним из условий осуществления основной функции торговли, связанной с доведением товаров широкого ассортимента и высокого качества до потребителей, является создание стройной системы управления торговлей, рациональная организация товаропроводящей сети, основными звеньями которой являются оптовая и розничная торговля.

Оптовая торговля, обеспечивая формирование широкого ассортимента большинства непродовольственных товаров для розничной торговли, является посредником между промышленными предприятиями и розничной торговлей. Необходимость оптовой торговли обусловлена неравномерным размещением производственных предприятий по экономическим районам страны, их специализацией и другими факторами.

Розничная торговля представляет собой завершающую стадию товарного обращения. Именно в розничных торговых предприятиях трудящиеся приобретают товары, т. е. ту основную долю общественного продукта, которая распределяется в зависимости от количества и качества затраченного ими труда. В процессе розничной продажи товары переходят из сферы товарного обращения в сферу личного потребления. Розничная продажа непродовольственных товаров осуществляется предприятиями и организациями государственной и кооперативной торговли. Оптовая торговля осуществляется в основном государственными торговыми предприятиями.

Первичным организационно-хозяйственным звеном розничной торговли являлось торговое предприятие. На торговые предприятия распространено Положение о социалистическом государственном производственном предприятии. Предприятия розничной и оптовой торговли — это первичные и хозяйственные звенья, которые осуществляют продажу товаров на основе хозяйственного расчета, выполняют обязанности и пользуются правами, связанными с этой деятельностью, имеют самостоятельный баланс, счет в банке и являются юридическими лицами.

К государственным розничным торговым предприятиям относятся торги, универмаги, крупные специализированные магазины, универсамы, если они не имеют в своем подчинении хозрасчетных магазинов.

Таким образом, торговым предприятием, пользующимся правами социалистического производственного предприятия, может быть далеко не каждый магазин. Например, в системе Министерства торговли РСФСР на 1.I 1981 г. насчитывалось более 695 тыс. магазинов и палаток. Однако на хозяйственном расчете состоит менее $\frac{1}{3}$ торговых предприятий розничной торговли.

В экономической литературе употребляется термин «торговое предприятие» в широком значении, когда к торговым предприятиям относят все торговые единицы — магазины, палатки, базары. Однако следует иметь в виду, что этот термин применяется по традиции вне связи с Положением о социалистическом производственном предприятии.

При характеристике организационно-хозяйственных звеньев обычно различают понятия государственного торгового предприятия и организации.

К розничным организациям относят торги, объединения или другие учреждения, которые имеют в своем подчинении торговые предприятия, пользующиеся правами социалистического производственного предприятия. По отношению к ним торги, объединения действуют как орган хозяйственного руководства, т. е. как хозяйственная организация.

Обычно торги действуют как государственные торговые предприятия по отношению к несамостоятельным предприятиям тор-

говли и как организации по отношению к самостоятельным, крупным торговым предприятиям.

Торги находятся в подчинении местных органов управления торговлей — областных (краевых), городских управлений торговли.

В крупнейших городах нашей страны — Москве, Ленинграде, Киеве имеются главные управления торговли.

Следующим организационно-хозяйственным звеном являются торговые системы, которые объединяют организации и крупные предприятия оптовой и розничной торговли. Торговые системы организуются с учетом форм социалистической собственности, особенностей продажи отдельных товаров и обслуживания населения.

К основным торговым системам, осуществляющим государственную розничную торговлю, относятся: система Министерства торговли СССР; система органов рабочего снабжения промышленных предприятий и транспорта; система торговых организаций непромышленных министерств, фирменные магазины промышленных министерств.

Розничную кооперативную торговлю осуществляет система потребительской кооперации через потребительские общества, райпотребсоюзы и коопторги.

Ведущую роль в товарообороте страны, около 70 %, занимают торговые системы государственной торговли. Важнейшая особенность торговых систем государственной торговли заключается в том, что их основные и оборотные фонды являются общенародной собственностью.

Основной торговой системой государственной торговли является система Министерства торговли СССР, через которую реализуется почти половина товаров народного потребления. Для этой системы характерным является высокий уровень технического оснащения, значительная концентрация и специализация торговой сети, сравнительно низкий уровень издержек обращения.

Министерства торговли союзных республик являются правительственными органами. Они несут ответственность за организацию и состояние торговли не только своей, но и других систем. Помимо непосредственного хозяйственного руководства подведомственными торговыми организациями и предприятиями, республиканские министерства торговли выполняют планово-регулирующие и контрольные функции в отношении всех торговых организаций независимо от их ведомственной подчиненности.

Для этой цели в аппарате министерства торговли республики созданы соответствующие структурные подразделения.

В составе аппарата, например, Министерства торговли РСФСР имеется управление торговли промтоварами, планово-экономическое управление, управление организации торговли и др. Кроме того, имеются:

Главкурторг — Главное управление по торговле в курортных местностях — через сеть контор, торгов, трестов столовых и ресторанов организует торговлю товарами народного потребления и общественное питание, снабжает продовольственными товарами санатории и дома отдыха. Организует выдачу напрокат радиотоваров, спортивного инвентаря, посуды и др.

Главювелирторг — Главное управление по торговле ювелирными изделиями — осуществляет через сеть межобластных контор розничную и оптовую торговлю ювелирными изделиями и часами. Открывает специализированные магазины и пункты по скупке у населения золотых и серебряных изделий и драгоценных камней.

Посылторг — Республиканская посылочная контора — путем почтово-посылочных операций осуществляет продажу населению непродовольственных товаров, перечень которых составляет несколько тысяч наименований.

Торговые организации республиканского подчинения имеются также в министерствах торговли других союзных республик. Так, в Министерстве торговли УССР имеется республиканская контора Укрювелирторг.

На правах отделов действуют такие подразделения Министерства торговли РСФСР, как финансовые, труда и заработной платы, транспортное, цен, центральная бухгалтерия, канцелярия, инспекция по качеству товаров и торговле, при Министерстве имеется также арбитраж, трест Росторгмонтаж и ряд других подразделений оптовых контор. В республиках, имеющих областное деление, организуются областные, краевые, городские и главные управления торговли исполкомов Советов народных депутатов, а также министерства торговли автономных республик.

Организационно-хозяйственные звенья торговли имеют двойное подчинение по линии Советов народных депутатов и органов министерства торговли республики. На местах организационно-хозяйственные звенья розничной торговли подчинены местным Советам народных депутатов, которые планируют развитие товарооборота, торговой сети, устанавливают режим работы торговых предприятий, контролируют выполнение решений и указаний директивных органов и правил торговли.

Большую роль в организации снабжения и обслуживания работников транспорта, а также ряда отраслей промышленности играет система рабочего снабжения. Наличие этой системы обусловлено спецификой деятельности лесозаготовительных предприятий, транспорта, геологических экспедиций, нефтяников, энергетиков и специалистов других отраслей, работающих в отдаленных районах.

Для обеспечения работников этих отраслей народного хозяйства товарами народного потребления при промышленных, транспортных и других предприятиях создаются отделы рабочего снабжения (орсы) и продснабы.