

М.А.Гарелин Л.А.Митина

# ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖИ

продовольственных  
товаров



М.А.Гарелин, Л.А.Митина

# **ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖИ продовольственных товаров**

Издание второе,  
переработанное и дополненное

Допущено Министерством торговли СССР  
в качестве учебного пособия  
для учащихся техникумов,  
обучающихся по специальности 1719  
«Товароведение и организация торговли  
продовольственными товарами»



МОСКВА «ЭКОНОМИКА» 1985

Введение, главы I—V написаны Л. А. Митиной,  
главы VI—XIII — М. А. Гареликом

Рецензенты:

кандидат экономических наук С. С. Шипилова,  
кандидат экономических наук Т. К. Идрисов

Г  $\frac{3503000000-145}{011(01)-85}$  82—85

© Издательство «Экономика», 1980  
© Издательство «Экономика», 1985,  
с изменениями

Основной целью экономической политики Коммунистической партии является последовательное повышение народного благосостояния, более полное удовлетворение материальных и культурных потребностей советских людей. В достижении этой цели большая роль отводится советской торговле, основной функцией которой является доведение до населения товаров народного потребления с наименьшими затратами и с наибольшими удобствами для покупателей.

Посредством торговли осуществляется реализация принципа распределения по труду, торговля участвует в создании национального дохода, оказывает существенное влияние на структуру внерабочего времени трудящихся, повышает степень использования трудовых ресурсов, обеспечивает рост производительности труда, способствует развитию социалистического воспроизводства.

Особенно повышается роль торговли в связи с Продовольственной программой, реализация которой является одной из основных задач, стоящих перед народным хозяйством нашей страны.

Комплексная программа развития сельского хозяйства, пищевой и перерабатывающей промышленности, транспорта и торговли позволит осуществить устойчивое снабжение населения всеми видами продовольствия, существенно улучшить структуру питания за счет увеличения потребления наиболее ценных продуктов. Продовольственная программа предусматривает расширение прямых связей крупных предприятий торговли с колхозами и совхозами, организацию доставки картофеля, плодов, ягод, овощей непосредственно в магазины, широкое применение контейнеров для хранения, перевозки и продажи товаров, увеличение объема выпуска пищевых продуктов в расфасованном виде.

В условиях увеличения объема производства и расширения ассортимента товаров народного потребления, и в первую очередь продуктов питания, большое значение имеют обеспечение высокой культуры торговли всеми видами товаров в необходимом ассортименте и высокого качества, усиление воздействия торговли на производство по соблюдению договорных обязательств.

Возрастает роль торговли в формировании разумных потребностей, воспитании эстетического вкуса советских людей.

Торговля в нашей стране осуществляется в трех формах: государственной, кооперативной и колхозной.

*Государственная* торговля основана на общественной (государственной) собственности и осуществляется государственными торговыми предприятиями и организациями.

*Кооперативная* торговля основана на кооперативной собственности и ведется торговыми организациями и предприятиями потребительской кооперации.

Посредством *колхозной* торговли осуществляется продажа излишков сельскохозяйственной продукции колхозов, совхозов и отдельных граждан.

Торговля является самостоятельной отраслью народного хозяйства, которая делится на подотрасли: розничную торговлю, оптовую и общественное питание.

Розничная торговля представляет собой конечную стадию товарного обращения. Через широкую сеть розничных торговых предприятий с использованием различных форм и методов продажи здесь осуществляется продажа товаров непосредственно населению.

Оптовая торговля выступает в роли организатора хозяйственных связей между производством и розничной торговлей. Предприятия и организации оптовой торговли, закупаая товары крупными партиями у промышленных предприятий, колхозов и совхозов в различных районах страны, продают их организациям и предприятиям розничной торговли, а также вне рыночным потребителям для дальнейшей продажи или переработки. Существование оптовой торговли обусловлено неравномерным размещением промышленных предприятий, спецификой производства отдельных товаров, необходимостью образования запасов товаров и их хранения в определенном режиме, преобразования производственного ассортимента в торговый.

Основным направлением развития торговли на современном этапе является значительное повышение уровня торгового обслуживания населения, эффективности и ка-

чества работы каждого торгового предприятия и отрасли в целом.

В постановлении ЦК КПСС и Совета Министров СССР от 14 января 1982 г. определены главные задачи торговли:

развивать и совершенствовать материально-техническую базу за счет строительства универсамов, универмагов, специализированных магазинов и крупных торговых центров;

расширять торговую сеть путем реконструкции и технического перевооружения действующих торговых предприятий;

увеличить сеть фирменных магазинов промышленных министерств (объединений), а также колхозов и совхозов;

повышать культуру обслуживания населения; развивать и совершенствовать продажу товаров путем самообслуживания, по образцам, по предварительным заказам; расширять дополнительные услуги покупателям;

проводить мероприятия по ускорению научно-технического прогресса в торговле; повышать уровень механизации и автоматизации трудовых процессов; внедрять современное высокопроизводительное торговое оборудование;

совершенствовать систему снабжения розничной торговой сети, широко применять тару-оборудование для хранения, транспортировки и продажи товаров;

укреплять и совершенствовать хозяйственные связи с промышленностью: на основе изучения и прогнозирования спроса усилить воздействие на производство по увеличению выпуска необходимых населению товаров;

развивать кооперативную торговлю, повышать роль потребительской кооперации не только в организации торговли в сельской местности, но и в заготовке, а также в производстве товаров, необходимых населению, из местного сырья;

совершенствовать колхозную торговлю; проводить мероприятия по значительному увеличению привоза на рынки сельскохозяйственной продукции колхозами, совхозами и населением, создавать необходимые условия для ее реализации;

совершенствовать управление торговлей, ее организационную структуру, улучшить стиль и методы руководства;

повышать уровень организации труда в торговле, укреплять хозяйственный расчет, обеспечивать сохранность социалистической собственности, способствовать развитию

социалистического соревнования, трудовой активности, повышению производительности труда.

Значительный экономический эффект будет получен при комплексном решении намеченных задач.

Основой развития и совершенствования торговли в настоящее время являются разработка и внедрение межотраслевых территориальных программ комплексной рационализации, которые рассчитаны на совершенствование торговли в конкретном городе, области, крае или республике с учетом местных условий и особенностей. Выполнение этих планов-программ предусматривается вместе с промышленностью, транспортными и строительными организациями, участвующими в товародвижении и создании материально-технической базы торговли. Планы содержат мероприятия по следующим основным разделам: развитие материально-технической базы торговли, общественного питания и складского хозяйства; повышение эффективности и качества торгового обслуживания населения; рационализация системы товароснабжения магазинов за счет широкого использования тары-оборудования; совершенствование структуры управления торговлей; внедрение передовых приемов и методов труда; подготовка кадров.

Подготовка и рациональное использование кадров являются необходимым условием совершенствования отрасли. Особое внимание необходимо уделять повышению квалификации, профессионального мастерства, улучшению идейно-политического, трудового и нравственного воспитания работников торговли.

Достижения торговли в нашей стране, передовой зарубежный опыт выдвигают большие требования к специалистам и руководителям торговых предприятий, повышают их ответственность за организацию торгово-технологического процесса, работу трудового коллектива, организацию хозяйственных связей с поставщиками.

Ленинский призыв «Учиться торговать» приобретает в современных условиях еще большее значение.

Изучение курса «Организация торговли продовольственными товарами» будет способствовать формированию у будущих специалистов знаний в области организации торговой сети, торгово-технологического процесса магазина, установления хозяйственных связей с поставщиками, организации работы с тарой, складских операций.

## ОРГАНИЗАЦИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ

**§ 1. Торговое предприятие — основное звено розничной торговли**

Основную функцию торговли — продажу товаров народного потребления населению — выполняют розничные торговые предприятия, которые осуществляют свою деятельность под руководством вышестоящего органа, в соответствии с народнохозяйственным планом, на основе хозяйственного расчета. На торговые предприятия распространено действие Положения о социалистическом государственном производственном предприятии.

Торговые предприятия обладают правами юридического лица, собственными основными и оборотными средствами, имеют самостоятельный баланс и расчетный счет в банке, состоят на полном хозяйственном расчете и осуществляют законченный торгово-оперативный процесс — от закупки товаров у поставщиков до их продажи населению.

К торговым предприятиям относятся розничные торговые объединения, местные торги<sup>1</sup>, орсы, крупные магазины (универсам, гастроном), находящиеся на полном хозяйственном расчете, оптовые базы, холодильники, оптово-розничные объединения.

Каждое торговое предприятие имеет свой устав или положение, в котором отражены его права, задачи и функции.

Основными предприятиями розничной торговли являются *торговые объединения*, которые сочетают торгово-оперативную деятельность с функциями хозяйственного

---

<sup>1</sup> Местные торги функционируют в основном в крупных городах. Розничное торговое объединение по построению аппарата, характеру своей деятельности не отличается от торга, поэтому допустимо употребление обоих названий.

управления. Торгово-оперативная деятельность включает изучение спроса покупателей, разработку и представление заказов поставщикам, заключение договоров поставки, снабжение магазинов, приемку товаров, их хранение и продажу. К функциям хозяйственного обслуживания относятся строительство и ремонт магазинов, их материально-техническое снабжение. Выполняя функции управления, торговые объединения осуществляют планирование, учет и контроль за хозяйственной деятельностью подчиненных им магазинов, проводят работу с кадрами, организуют социалистическое соревнование.

В состав розничных торговых объединений могут входить крупные магазины, которые находятся на полном хозяйственном расчете и обладают правами самостоятельного торгового предприятия. В таких случаях торг по отношению к ним выступает в роли органа хозяйственного управления, т. е. как хозяйственная организация. Однако число таких предприятий составляет менее 2% всего количества магазинов в стране.

Самостоятельными предприятиями являются и *фирменные магазины промышленных министерств*, которые осуществляют продажу продукции отдельной отрасли, фабрики, завода, производственного объединения, колхоза или совхоза.

Для совершенствования управления торговлей, повышения ее эффективности, улучшения торгового обслуживания населения в ряде городов страны организованы розничные и оптово-розничные объединения, являющиеся самостоятельными торговыми предприятиями. Например, по продаже продовольственных товаров созданы объединения «Продтовары», оптово-розничные объединения «Фруктоовощ». В отличие от розничного оптово-розничное объединение полностью концентрирует коммерческие и хозяйственные функции подведомственных магазинов и баз. Магазины, входящие в объединение, как правило, находятся на внутреннем хозяйственном расчете и не являются юридическими лицами.

Характерным для розничной торговли продовольственными товарами является преобладание в торговой сети мелких магазинов. Размер торговой площади таких магазинов в среднем по стране составляет немногим более 100 м<sup>2</sup>, а товарооборот на один магазин — 500 тыс. руб. в месяц. Большинство продовольственных магазинов не являются самостоятельными торговыми предприятиями и выполняют только функции, связанные с организацией

продажи товаров населению: приемку товаров, размещение их на хранение, подготовку к продаже и продаже, оказание покупателям дополнительных услуг. Остальные торгово-оперативные функции — закупка товаров, хранение, товароснабжение — осуществляют торги или объединения, в состав которых они входят.

Развитие и совершенствование материально-технической базы торговли, строительство крупных магазинов с универсальным ассортиментом и прогрессивной технологией доставки и продажи товаров, совершенствование планирования будут способствовать развитию самостоятельности продовольственных магазинов, повышению эффективности их работы, совершенствованию управления торговлей.

## **§ 2. Виды розничной торговой сети**

Главной составной частью планов комплексной рационализации торговли являются развитие и совершенствование розничной торговой сети. Розничная торговая сеть объединяет торговые предприятия и торговые единицы различных типов, расположенные на определенной территории.

В зависимости от устройства, особенностей организации торгово-технологического процесса, характера обслуживания покупателей торговую сеть делят на три вида: стационарную, передвижную и посылочную.

К *стационарной* торговой сети относятся магазины, мелкорозничная сеть (палатки, киоски, павильоны, базары), торговые автоматы.

Основу розничной торговой сети образуют *магазины*. Они располагаются в специальных зданиях, имеют торговый зал для продажи товаров и обслуживания покупателей, кладовые для хранения товаров, служебные, бытовые, технические и другие помещения. Магазины применяют различные формы продажи товаров в широком ассортименте, оказывают покупателям дополнительные услуги, обеспечивают высокую культуру торговли.

Мелкорозничная торговая сеть дополняет сеть магазинов по продаже товаров частого спроса: мороженого, кондитерских и табачных изделий, овощей, фруктов, соков, безалкогольных напитков и т. п. В отличие от магазинов киоски, палатки мелкой розницы не имеют торгового зала и дополнительных помещений, в ряде случаев отсутствуют удобства для покупателей в выборе

товара. Однако в летнее время, в период проведения массовых мероприятий, в местах большого сосредоточения населения, на ярмарках, в районах новостроек роль мелко-розничной торговли повышается.

Палатки, киоски представляют собой сооружения легкого типа и не требуют больших капитальных затрат. Некоторые из них являются полустационарными. В последнее время широко применяются сборно-разборные конструкции, обеспечивающие гибкость и мобильность их размещения. К устройству, оборудованию мелко-розничной сети необходимо предъявлять более высокие требования, обеспечивающие возможность соблюдения правил торговли, обеспечения высокой эффективности труда, сокращения издержек потребления.

Продажа товаров через мелко-розничную сеть позволяет увеличить объем товарооборота, улучшить обслуживание населения. Особенно возрастает значение мелко-розничной сети во время сезонной торговли овощами и фруктами.

В период массового поступления в города овощей, ягод, фруктов важную роль в организации их оперативной продажи играют овощные базары. При разворачивании базаров широко используют облегченные металлические конструкции, стекло, цветной пластик. Все большее распространение получают овощные базары, работающие на основе самообслуживания. На таких базарах организуют продажу фасованного картофеля, овощей, арбузов, дынь из специальных контейнеров, тары-оборудования.

В летне-осенний период через мелко-розничную сеть продается более половины свежих овощей и фруктов, в том числе до 90% арбузов и дынь.

Торговые автоматы применяются для продажи штучных товаров, пива, соков, газированной воды, табачных изделий, горячих и холодных напитков, хлебобулочных изделий и др. Организационные формы применения торговых автоматов различны: установка отдельных автоматов на улицах, в магазинах, организация магазинов-автоматов для продажи продовольственных товаров, кафе-автоматов, торговля через витрины-автоматы (витро-автоматы).

Увеличение парка торговых автоматов, их техническое совершенствование являются одним из важнейших направлений технического прогресса в торговле. Широкое применение автоматов позволит сократить численность работников, занятых торговым обслуживанием населения, даст

возможность населению приобретать товары в любое время суток с минимальными затратами времени, повысит культуру торговли.

Существенную роль в обеспечении населения картофелем, овощами, фруктами, молочными продуктами играет и колхозный рынок. В городах строятся крытые рынки, оснащенные новейшим торгово-технологическим оборудованием, овощехранилищами и гостиницами. Колхозные рынки являются самостоятельными торговыми предприятиями. Они заключают договоры с колхозами и совхозами, оказывают им помощь в доставке товаров на рынок, осуществляют контроль за качеством продуктов и выполнением правил торговли. Разовые сборы, плата за услуги и прочие доходы рынков используются на их строительство, расширение, благоустройство и на расходы по эксплуатации.

*Передвижная торговая сеть* включает развозную и разносную торговлю. Передвижные магазины организуют с помощью различных видов транспорта: автомобильного, железнодорожного, речного. Большое значение имеет развозная торговля для населения сельских местностей, малонаселенных пунктов, отдаленных районов. Правильная организация этого метода продажи требует рационального товароснабжения, соблюдения графиков и ритмичности завоза, формирования ассортимента товаров с учетом спроса и комплексности покупок.

Разносная торговля осуществляется с лотков, сборно-разборных столиков и других простейших устройств. Торговля кондитерскими, табачными изделиями, мороженым организуется во время массовых гуляний, на ярмарках, спортивных праздниках.

*Посылочную торговлю* в стране осуществляют республиканское объединение «Роспосылторг» Министерства торговли РСФСР, «Главкооппосылторг» Центросоюза, магазины «Книга — почтой», «Семена — почтой» и другие организации.

Посылочная торговля является важной дополнительной формой торгового обслуживания населения, проживающего в районах, удаленных от больших городов. В настоящее время расширяется строительство крупных баз, магазинов-баз, оснащенных современным технологическим оборудованием, электронно-вычислительной техникой и имеющих отделения связи.

Каталоги, прейскуранты баз «Роспосылторга» включают широкий ассортимент товаров народного потребления,

преимущественно непродовольственной группы. Посылочная торговля продовольственными товарами занимает незначительное место.

Мелкорозничная торговая сеть, посылочная, развозная торговля ввиду широкого развития сети магазинов носят дополнительный характер. Однако их рациональное развитие с учетом местных условий, контингента покупателей, особенностей спроса имеет большое значение для удовлетворения постоянно растущих потребностей населения в товарах народного потребления, повышения культуры торговли.

На развитие розничной торговой сети оказывают влияние экономические, социальные и организационные факторы: объем производства товаров народного потребления, жизненный уровень трудящихся, объем розничного товарооборота и его структура, численность населения, темпы жилищного строительства, структура свободного времени трудящихся и требования населения к уровню торгового обслуживания.

Основными направлениями комплексной рационализации торговой сети являются: ее расширение и укрупнение; реконструкция, техническое перевооружение и рациональная специализация действующих предприятий, более эффективное использование торговой площади; широкое применение прогрессивных форм и методов продажи; универсализация ассортимента продовольственных товаров; механизация и автоматизация операций торгово-технологического процесса.

Укрупнение и повышение уровня технической оснащенности торговой сети являются основой технического прогресса в розничной торговле. В больших современных магазинах выше экономические показатели, культура торговли, широко применяются современные формы продажи и дополнительные формы обслуживания покупателей, растет производительность труда торговых работников, создаются условия для более рационального использования трудовых ресурсов, внедрения средств механизации и автоматизации трудовых и управленческих процессов.

Однако укрупнение торговых предприятий должно быть рациональным, поскольку в результате увеличивается радиус обслуживания населения. Между тем для магазинов, торгующих продовольственными товарами, многие из которых являются товарами повседневного и вместе с тем комплексного спроса, важным фактором

является экономия времени покупателей на приобретение товаров.

Основным современным типом торгового предприятия в продовольственной торговле является универсам. Универсамы оснащаются новейшим торгово-технологическим оборудованием. Строительство таких торговых предприятий открывает путь к комплексной механизации и автоматизации операций торгово-технологического процесса в розничной торговле.

Совершенствование торговой сети, повышение культуры обслуживания населения связаны и с развитием торговых центров, а также специализированных магазинов по продаже плодоовощей, рыботоваров, хлеба, кондитерских изделий.

Размещение магазинов предусмотрено как в отдельно стоящих зданиях, так и в первых этажах жилых домов во встроенно-пристроенных помещениях.

Наряду со строительством новых торговых предприятий важное значение приобретает рациональное использование торговых и складских площадей за счет реконструкции, расширения и технического перевооружения действующих магазинов. Так, сеть универсамов должна расти не только за счет нового строительства, но и за счет реконструкции действующих магазинов самообслуживания с торговой площадью от 400 м<sup>2</sup>.

При реконструкции магазинов, а также при освоении торговой площади, занятой не по назначению, идут по пути специализации магазинов и создания комплекса близлежащих предприятий, соответствующих по набору товарных групп и ассортименту магазину типа универсам. Для этого на некоторых действующих предприятиях изменяют ассортиментный профиль или уменьшают количество товарных групп. Большое значение имеет и разработка рациональных технологических схем планировки торгового зала. Это позволяет при меньших затратах средств увеличить пропускную способность магазинов, эффективность использования торговой площади, внедрить современные формы продажи и дополнительные услуги, повысить культуру торговли.

Одним из основных направлений развития розничной торговой сети являются расширение и совершенствование продажи товаров на основе самообслуживания. Эффективному использованию торговой сети, повышению культуры торговли будет способствовать также увеличение числа магазинов и отделов заказов.

Рациональная организация торгового обслуживания населения, комплексное удовлетворение спроса на продовольственные товары определили широкое развитие сети продовольственных магазинов с универсальным ассортиментом товаров. Универсализация ассортимента продовольственных и непродовольственных товаров позволит значительно повысить эффективность использования сети магазинов самообслуживания. Наиболее оптимальным уровнем универсализации ассортимента продовольственных товаров является 70—80%, а непродовольственных — 40—50%.

Генеральной линией развития торговли являются механизация и автоматизация операций торгово-технологического процесса. Широкое применение тары-оборудования для доставки и продажи товаров, электронных кассовых машин, электронных и автоматических весов, совершенного холодильного и режущего оборудования, фасовочных машин способствует уменьшению затрат труда при подготовке товаров к продаже, хранении и продаже, рациональному использованию торговых кадров, позволяет сократить потери товарно-материальных ценностей, повысить качество торгового обслуживания населения при одновременном сокращении издержек потребления, облегчить труд работников торговли и создать необходимые гигиенические условия труда.

Дальнейшее совершенствование розничной торговой сети предполагает также повышение эффективности использования капитальных вложений, их полное освоение, совершенствование проектирования торговых предприятий и строительно-монтажных работ, сокращение сроков строительства. Важную роль в этом отношении играют межотраслевые комплексные программы рационализации торговли. Они представляют собой единую систему конкретных мероприятий и заданий, предусматривающую ресурсы, источники финансирования, исполнителей и сроки.

В государственной торговле различают три основных источника финансирования развития торговой сети:

средства, выделяемые в соответствии с народнохозяйственным планом по отрасли «Торговля» (централизованный источник);

5%-ные отчисления от капитальных вложений в жилищное строительство;

средства, поступающие по децентрализованным источникам финансирования (кредиты Госбанка СССР и Стройбанка СССР, средства, выделяемые на капитальный ре-

монт, средства республиканских промышленных министерств и их предприятий).

Основным источником развития розничной торговой сети являются средства, отчисляемые в размере 5% капитальных вложений в жилищное строительство. Удельный вес этих отчислений в общем объеме государственных капитальных вложений, выделяемых на развитие отрасли, составляет около 60%. Решение проблемы совершенствования материально-технической базы торговли, в том числе розничной торговой сети, требует полного и повсеместного освоения 5%-ных отчислений, усиления контроля за их использованием со стороны министерств торговли союзных республик и исполкомов краевых, областных и городских Советов народных депутатов.

### **§ 3. Типы торговых предприятий. Специализация розничной торговой сети**

Рациональная организация торгово-технологического процесса, высокая культура торгового обслуживания населения и эффективность работы магазина предполагают правильный и экономически обоснованный выбор типов торговых предприятий.

*Типизация* — это использование единых типов магазинов как для нового строительства, так и для реконструкции действующей торговой сети с учетом их специализации и величины торговой площади.

Типизация способствует созданию рациональных проектов торговых предприятий, снижению стоимости и сроков строительства, улучшению планирования, развития и размещения торговой сети в городах; создаются условия для разработки эффективной системы товароснабжения, оптимальных схем торгово-технологического процесса в магазинах, установления типовой номенклатуры товарных групп и структуры штатов. Типовое проектирование позволяет унифицировать торгово-технологическое оборудование.

Основная цель типизации — максимальное удовлетворение потребностей населения, повышение культуры обслуживания, сокращение времени на покупку.

Выбор типов торговых предприятий осуществляется на основе Номенклатуры типов магазинов, утвержденной Министерством торговли СССР и Государственным комитетом по гражданскому строительству и архитектуре при Госстрое СССР.

Номенклатура обеспечивает правильное соотношение между магазинами с универсальным ассортиментом товаров, комплексного спроса и специализированными; обоснованное распределение торговой площади между предприятиями городского и местного значения с учетом максимального приближения магазинов по торговле товарами повседневного спроса к месту жительства покупателей. Номенклатура типов используется при разработке перспективных планов (схем) развития и размещения сети предприятий торговли и общественного питания, а также при переспециализации действующей торговой сети в городах.

Номенклатура включает основные типы магазинов, предназначенные для нового строительства и реконструкции действующих предприятий с изменением при необходимости их ассортиментного профиля. Предусматриваются и дополнительные типы, которые используются только при реконструкции и переспециализации магазинов. Они дополняют и расширяют деятельность магазинов основных типов при их отсутствии или недостаточном развитии сети (табл. 1).

Признаками, характеризующими тип торгового предприятия, являются: его ассортиментный профиль, размер торговой площади, формы и методы обслуживания покупателей. На выбор типа торгового предприятия влияют численность населения, район его деятельности.

Основным типом магазина для продажи продовольственных товаров в широком ассортименте является универсам. Часть торговой площади универсама предназначена для продажи непродовольственных товаров повседневного спроса. Доля их в товарообороте должна составлять не менее 10%.

Постановлением ЦК КПСС и Совета Министров СССР от 14 января 1982 г. предусмотрено осуществить полную концентрацию товаров повседневного спроса в магазинах типа универсам, а технически сложных товаров культурно-бытового и хозяйственного назначения, тканей, одежды, обуви, а также товаров для детей — в специализированных и фирменных магазинах, универмагах, торговых центрах и других крупных предприятиях.

Универсамы строятся с торговой площадью от 400 до 2000 м<sup>2</sup>. Они размещаются в отдельно стоящих зданиях. Это самый перспективный тип торгового предприятия. Продажа товаров здесь ведется только на основе самообслуживания. Крупные магазины имеют отделы заказов,