

П. Д. КОНДРАШОВ
Л. А. ТАРИВЕРДИЕВ

СОВЕРШЕН СТВОВАНИЕ Организации торговли

К64

Кондрашов П. Д., Таривердиев Л. А.

Совершенствование организации торговли.—
М.: Экономика, 1982.— 232 с.

Авторы книги рассматривают экономические и социальные предпосылки улучшения организации торгового обслуживания населения, вопросы повышения эффективности использования розничной торговой сети, развития и совершенствования методов продажи товаров, организации складского хозяйства и др. В работе анализируется опыт разработки и содержание генеральных схем управления торговлей, показаны первые результаты проведения комплексной рационализации в государственной торговле.

Для руководителей торговых предприятий и организаций, работников органов управления торговлей.

К $\frac{3503000000-141}{011(01)-82}$ 95—82

ББК 65.9(2) 421

338Т8

Петр Дмитриевич Кондрашов,
Леонид Акопович Таривердиев

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ

Зав. редакцией
В. Г. ТИХОНОВСКИЙ

Редактор
Е. В. ПОЛИЕВКТОВА

Мл. редактор
А. А. ЛАЗАРЕВА

Худож. редактор
В. П. РАФАЛЬСКИЙ

Техн. редактор
Г. В. ПРИВЕЗЕНЦЕВА

Корректор
Л. Д. СЫСОВА

Оформление художника
А. Р. КОСОЛАПОВА

Сдано в набор 19.03.82. Подписано к печати 24.06.82. А04808. Формат 60×90^{1/16}. Бумага типографская № 1. Гарнитура обыкновенная новая. Высокая печать. Усл.-печ. л. 14,5/14,5 усл. кр.-отт. Уч.-изд. л. 16,55. Тираж 20 000 экз. Зак. 587. Цена 1 р. 20 к. Изд. № 5009.

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

Ленинградская типография № 4 ордена Трудового Красного Знамени Ленинградского объединения «Техническая книга» им. Евгении Соколовой Союзполиграфпрома при Государственном комитете СССР по делам издательств, полиграфии и книжной торговли. 191126, Ленинград, Социалистическая ул., 14.

ИБ № 1729

СОДЕРЖАНИЕ

1. Роль и основные направления совершенствования организации торговли	3
2. Резервы типизации и структуры розничной торговой сети	16
2.1. Проблема переспециализации торговой сети	16
2.2. Новая Номенклатура типов магазинов	36
2.3. Магазины по продаже товаров для детей	50
2.4. Фирменные магазины промышленности	56
3. Совершенствование форм продажи и технологических процессов в розничной торговле	68
3.1. Самообслуживание	74
3.2. Продажа по предварительным заказам	110
3.3. Продажа товаров по образцам	115
3.4. Новые формы управления совершенствованием технологических процессов в торговле	122
3.5. Услуги. Комиссионная торговля	126
4. Складское хозяйство в торговле. Управление товароснабжением . . .	133
5. Совершенствование организационной структуры и форм управления	170
6. Комплексная рационализация — универсальная система совершенствования организации торгового обслуживания населения	199

П. Д. КОНДРАШОВ
Л. А. ТАРИВЕРДИЕВ

СОВЕРШЕН ·
СТВОВАНИЕ
организации
торговли

ББК 65.9(2)421
К64

И 3503000000—141
011(01)—82 95—82

© Издательство «Экономика», 1982

РОЛЬ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ

В одиннадцатой пятилетке и в целом в 80-е годы, как это следует из решений XXVI съезда КПСС, будет все более возрастать роль советской торговли в достижении конечной цели социально-экономической политики партии — последовательного повышения благосостояния народа.

Торговлю часто называют зеркалом или барометром экономического развития страны. И действительно, в ней отражаются важнейшие народнохозяйственные пропорции, такие, например, как распределение национального дохода на фонд потребления и фонд накопления, рост денежных доходов населения и производство товаров народного потребления и другие. Вот почему развитие торговли является синтезированным следствием развития экономики.

В то же время торговля является неперенным условием развития производства. Это обусловлено тем, что все большая часть фонда личного потребления доводится до населения через торговлю: в 1965 г. — 82 %, в 1970 г. — 86, в 1975 г. — 89, в настоящее время — свыше 90 %.

Поэтому проблема увеличения производства товаров народного потребления, улучшения торговли и бытового обслуживания рассматривается партией как одна из узловых задач развития советской экономики.

Важная роль принадлежит торговле в решении такой социальной задачи, как дальнейшее сближение уровня благосостояния и культуры, условий труда и быта различных социальных групп советского общества, жителей города и деревни.

Торговля тесно связана с денежным обращением. От выполнения планов товарооборота зависит нормальное поступление в Государственный банк наличных денег для своевременной выдачи населению заработной платы и других денежных выплат. Она обеспечивает поступление значительной части средств в государственный бюджет, способствует укреплению финансовой системы СССР.

В нашей стране ежегодно совершается около 80 млрд. покупок. Этот факт сам по себе кажется обыденным. Между тем каж-

дая из покупок — это удовлетворенная через торговлю потребность.

Сегодня эта отрасль экономики насчитывает около 1 млн. предприятий, в ней трудится свыше 9 млн. работников. Доля торговли в национальном доходе составляет немногим менее 10 %.

В десятой пятилетке объем товарооборота государственной и кооперативной торговли возрос на 24,4 %. При этом если в 1970 г. 1 % товарооборота составлял 1,5 млрд. руб., в 1975 г. — 2,1 млрд., то в конце нынешней пятилетки он достигнет 2,7 млрд. руб.

Абсолютный прирост товарооборота за годы десятой пятилетки составил 51,1 млрд. руб. Увеличился товарооборот и в расчете на душу населения. Если в 1965 г. семья из четырех человек купила товаров в среднем на 1800 руб., а в 1975 г. — на 3300, то в 1980 г. — уже более чем на 4000 руб. (в неизменных ценах).

В расчете на одного сельского жителя товарооборот возрос за пятилетие на 22 % против 16 % на одного городского жителя, что свидетельствует о дальнейшем сближении уровней потребления городского и сельского населения. Опережающими темпами развивался товарооборот в районах Сибири и Дальнего Востока, республиках Средней Азии и Закавказья и в Молдавии.

Торговля участвует в решении задачи повышения уровня жизни народа не только посредством доведения до покупателей предметов потребления. Результаты ее усилий самым непосредственным образом отражаются также и на росте производительности труда во всем народном хозяйстве, на настроении людей, на моральном климате жизни общества, способствуют экономии свободного времени населения, увеличению его для гармоничного развития личности. По количеству и качеству обратных связей, возникающих на основе деятельности торговли, по значению их для экономического и социального развития страны торговлю можно отнести к числу важнейших отраслей социалистической экономики.

Наиболее точно, емко и выразительно охарактеризованы возрастающая роль и значение торговли товарищем Л. И. Брежневым в Отчетном докладе ЦК КПСС XXVI съезду партии: «Магазин, столовая, прачечная, химчистка — здесь люди бывают каждый день. Что они могут купить? Как их встречают? Как разговаривают с ними? Сколько они тратят времени на всякого рода бытовые хлопоты? По тому, как решаются эти вопросы, люди в большой мере судят о нашей работе. Судят строго, всыскательно. И это, товарищи, нужно помнить.

Конкретная забота о конкретном человеке, его нуждах и потребностях — начало и конечный пункт экономической политики партии. Я напоминаю об этом для того, чтобы еще раз подчеркнуть простую, но и очень важную мысль: производство товаров для населения, развитие сферы услуг — это первейшее партийное дело. Так и нужно к нему относиться»¹.

¹ Материалы XXVI съезда КПСС. М.: Политиздат, 1981, с. 49.

Предметом данной работы являются вопросы организации торговли, т. е. организационные структуры и организационные взаимосвязи как внутри самой торговой отрасли, так и в ее отношениях с другими отраслями народного хозяйства, а также непосредственно с населением, возникающие в процессе доведения товаров до конечного потребителя и удовлетворения его запросов.

В современных условиях значительного расширения географии производства товаров, развития торговой сети, усложнения покупательского спроса и растущей требовательности к качеству обслуживания задачи в области организации торговли не просто усложняются, а резко выдвигаются на передний план в практической деятельности органов управления этой отраслью.

Организация и управление торговлей, как и во всех других отраслях народного хозяйства, приобретают особое значение еще и потому, что являются важным фактором интенсификации всей торговой деятельности, средством достижения конечного результата (более полного удовлетворения спроса с максимальными удобствами для покупателя) ценой наименьших затрат: капиталовложений, материальных и трудовых ресурсов.

Насколько это важно, видно хотя бы из того, что в новой пятилетке товарооборот вновь возрастет на 23 % при сокращении капиталовложений по сравнению с прошлой более чем на $\frac{1}{3}$ и при лимитированном впервые за многие годы приросте численности работников торговли лишь на 1 % (в десятой пятилетке прирост численности составил около 8 %).

Область организации торговли в широком смысле этого слова охватывает: организационное построение торговли; типизацию и специализацию розничной торговой сети; систему изучения спроса населения и формирования ассортимента в розничной торговле; организацию товароснабжения; организацию розничной продажи и обслуживания покупателей; научную организацию труда в отрасли; правила розничной торговли; организацию оптовой торговли (ее организационные формы, системы оптовых закупок и поставок, формы и методы оптовой продажи); рекламу в торговле; организацию складского хозяйства; организацию перевозок и т. д.

Цель данной книги не в том, чтобы охватить вопросы совершенствования работы на всех этих участках. Авторы ставили перед собой более узкую задачу: осмыслить новые требования, подходы и методы, применяемые лишь на тех участках, которые в современных условиях, особенно после XXVI съезда КПСС, приобретают решающее значение и которым необходимо поэтому уделить первоочередное внимание как в научных разработках, так и в практической деятельности органов управления.

В книге сознательно не затрагиваются вопросы организации коммерческой деятельности (изучение спроса, связи торговли с производством, реклама) и организации оптовой торговли в целом, а также правил розничной торговли, так как они представляют собой обширные самостоятельные разделы, требующие

специальной проработки. Накопленный практический опыт организации торговли анализируется прежде всего с позиций управления этим процессом. Поэтому содержание отдельных нормативных актов в области организации торговли, в том числе и тех, которые базируются на результатах исследований научных и проектно-технологических институтов отрасли, раскрывается с одновременным показом их применения на практике, анализом конкретных форм организаторской работы органов управления. Эта составная и очень важная часть организации торговли — формы, средства и методы работы по внедрению прогрессивных нормативов, схем, моделей, типов, стандартов — является сейчас пока еще наиболее слабым, а подчас и просто недостающим звеном.

В значительной мере именно данным обстоятельством объясняется разрыв между правильными нормативами, инструкциями и приказами по вопросам организации торговли и фактическим положением дел в отдельных городах и республиках.

Взросшее значение внедренческой деятельности в области торговли обусловило необходимость оформить ее в более четкую организационную систему со своей специализированной системой разрабатывающих и внедренческих органов и служб. Только так можно обеспечить непрерывность, надежность и даже известный автоматизм совершенствования организации торговли, уменьшить ее зависимость от субъективных качеств тех или иных органов и даже отдельных лиц, превратить ее в процесс, который непрерывно и целеустремленно планируется. Необходимостью подобного подхода к проблемам организации торговли и обусловлено название книги.

Развернутая постановка задач в области организации торговли содержится 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».

Каких успехов удалось добиться в предшествующем пятилетии, что осталось незавершенным, над чем следует настойчиво работать дальше?

Торговая площадь магазинов за 1976—1980 гг. увеличилась более чем на 16 %, площадь общетоварных складов — на 15, емкость хранилищ для картофеля, овощей и фруктов — на 17 %. В 1980 г. в городах страны на 1 тыс. жителей приходилось 173 м² торговой площади магазинов при 160 м² в 1975 г.

Доля магазинов самообслуживания в общем товарообороте магазинов государственной торговли к 1981 г. достигла 55 % при 48 % в начале пятилетки. При этом в основном был завершен переход на самообслуживание универмагов. Магазины самообслуживания к началу одиннадцатой пятилетки занимали 90 % в товарообороте всех специализированных магазинов по продаже одежды, 85 — по продаже обуви, 73 % — в товарообороте магазинов посудохозяйственных товаров. На самообслуживание было

переведено более 70 % продовольственных магазинов с универсальным ассортиментом товаров.

Качественно изменилась в десятой пятилетке структура торговой сети: относительно ускоренными темпами развивалась сеть таких удобных для населения магазинов, как магазины типа «универсам». Если к 1976 г. в государственной торговле их насчитывалось (с учетом приравненных) 150, то к концу пятилетия функционировало уже 373. Однако доля универсамов в реализации продовольственных товаров (4 %) и теперь еще крайне недостаточна.

Как и было предусмотрено, в десятой пятилетке началось массовое внедрение современной индустриальной технологии товародвижения и продажи товаров с помощью тары-оборудования. Так, число плодоовощных магазинов самообслуживания, использующих тару-оборудование, за годы пятилетки возросло с 950 до 2000.

Однако в этой области предстоит еще многое сделать: большинство предприятий промышленности и многие магазины пока не готовы к использованию тары-оборудования в единой технологической цепи.

Поскольку в промышленности еще в крайне недостаточных объемах фасуются продовольственные товары, в торговле в порядке временной меры приходилось развивать собственную фасовку.

В целях создания наилучших условий покупателям для выбора и приобретения интересующих их товаров ускоренными темпами развивалась специализация торговли технически сложными товарами культурно-бытового и хозяйственного назначения, изделиями легкой промышленности.

Одновременно начала осуществляться работа по концентрации в специализированных магазинах товаров для детей.

В десятой пятилетке получила быстрое развитие сеть фирменных магазинов промышленных министерств: к началу 1981 г. их стало 574.

Проводилась работа по улучшению организации товароснабжения путем создания в торговых организациях, при оптовых базах и управлениях торговли диспетчерских служб.

В целях расширения и улучшения качества услуг Министерством торговли СССР был разработан примерный их перечень в соответствии с типами магазинов и размерами торговой площади. Однако в организации дополнительных услуг имеется еще много недостатков, в первую очередь вызванных недостаточной кооперацией торговли с ведомствами бытового обслуживания и транспорта.

За последние годы широкое распространение получила торговля продовольственными товарами по предварительным заказам. Продажу товаров по предварительным заказам покупателей в конце пятилетки осуществляло более 10 тыс. магазинов. Многие из них имели пункты приема заказов на промышленных пред-

приятных и стройках. Однако это далеко не предел, так как степень охвата населения заказами все еще недостаточна.

Серьезным и пока еще слабо используемым резервом повышения культуры торгового обслуживания населения при наименьших издержках обращения является продажа крупногабаритных и технически сложных товаров по образцам с доставкой их на дом покупателям непосредственно со складов предприятий-изготовителей, баз оптовых и розничных торговых организаций.

В 1978—1980 гг. во всех союзных республиках была проведена работа по преодолению многоступенчатости управления, сокращению числа параллельно действующих торговых организаций, укрупнению торговых организаций и созданию торговых объединений. Хотя и не все в этой области удалось сделать на первом этапе, важно, что началась непрерывная и массовая деятельность по совершенствованию организационных форм управления торговлей.

В годы пятилетки дальнейшее развитие получила колхозная торговля. Доля колхозного рынка в общем объеме продажи продовольственных товаров (по сопоставимому кругу товаров) в 1979 г. составила 9,5 % против 8,1 % в 1975 г. Увеличилось количество крытых рынков, продолжался процесс ликвидации старых, ветхих и неблагоустроенных рынков. Однако планы строительства и реконструкции рынков не всегда выполнялись: за четыре года пятилетки план капитальных вложений в строительство колхозных рынков был выполнен лишь на 70 %. По-прежнему колхозные рынки не обеспечивались в достаточной степени автотранспортом для доставки сельхозпродуктов. Поэтому задачи значительного улучшения материально-технической базы колхозных рынков, активизации привоза сельхозпродуктов, закупки и продажи их через комиссионные магазины потребкооперации и бюро торговых услуг сохраняют свою актуальность и на одиннадцатую пятилетку, особенно в свете требований постановления ЦК КПСС и Совета Министров СССР «О дополнительных мерах по увеличению производства сельскохозяйственной продукции в личных подсобных хозяйствах граждан».

Продолжало совершенствоваться проектное дело в отрасли, в значительной мере предопределяющее технологический и технический уровень вновь вводимых предприятий торговли, создание покупателям максимальных удобств. Было обновлено более половины действующих типовых проектов предприятий торговли и общественного питания.

Строительство многих предприятий торговли теперь осуществляется по типовым, а крупных — по индивидуальным проектам (рис. 1). На этой основе построено много универсамов, универмагов и специализированных магазинов. Создан проект механизированного магазина заказов продовольственных товаров.

В десятой пятилетке было начато строительство складов с повышенной высотой складирования (до 16 м), с применением современных средств механизации и АСУ. При строительстве пло-

доовощных баз и хранилищ применялась прогрессивная технология хранения продукции в контейнерах и таре на поддонах в условиях активного вентилирования и искусственного охлаждения. Получило развитие хранение фруктов и овощей в регулируемой газовой среде. Кроме того, на этих предприятиях предусматриваются цехи фасовки и переработки плодоовощной продукции, прогрессивные способы квашения капусты под вакуумом и в контейнерах, механизация погрузочно-разгрузочных складских работ и технологических процессов.

Применялись индустриальные способы возведения торговых объектов. По целому ряду новых проектов строительство осуществлялось из облегченных элементов заводской готовности, что позволило значительно сократить трудовые затраты и сроки строительства.

Широко развернулась работа по реконструкции и техническому перевооружению действующих объектов отрасли, открывающая возможность использования дополнительных резервов за счет внедрения прогрессивной технологии, оборудования, тары-оборудования, механизации трудоемких процессов, расширения торговых и складских площадей и т. д.

Однако складывавшееся в течение многих лет отставание в развитии материально-технической базы торговли преодолеть не удалось.

При установленном нормативе 185 м² торговой площади магазинов на 1000 городских жителей уровень обеспеченности его составил лишь около 90 %.

Все еще резко отстает от современных требований качественный уровень действующей торговой сети. Прежде всего это касается величины торговых предприятий, определяющей возможности применения прогрессивных методов обслуживания.

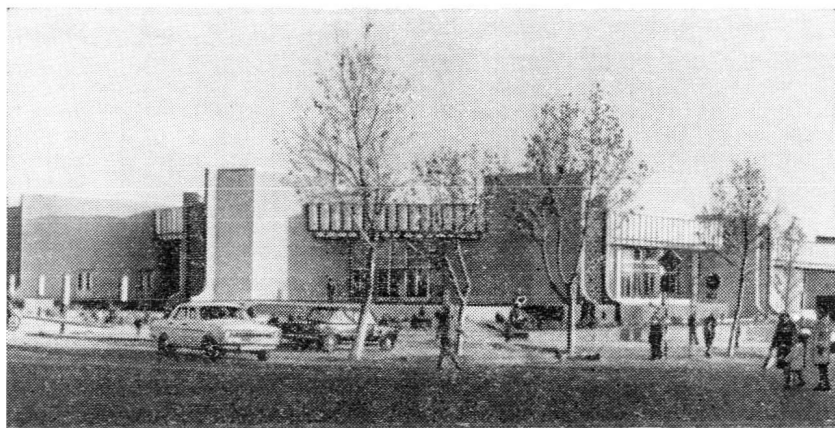


Рис. 1. Дом мебели в г. Намангане (Узбекская ССР)

При строительстве жилых массивов в существующих и новых городах, в том числе при возведении крупных промышленных комплексов, ввод в действие предприятий торговли и общественного питания пока еще значительно отстает от ввода в эксплуатацию жилых домов. Допускается заселение целых микрорайонов при отсутствии торговых предприятий или размещение их в непригодных помещениях и автолавках. Там, где не реализуется требование о выделении единого заказчика по строительству торговых объектов, многочисленные застройщики вместо крупных строят мелкие однотипные предприятия торговли.

Вот, например, как выглядит динамика среднего размера магазина в 1975 и 1979 гг. в целом по стране и союзным республикам:

ТАБЛИЦА 1

Средний размер магазина (в наличии и в новом строительстве)

	1975 г.				1980 г.			
	В новом строительстве и первых этажах новостроек	В наличии			В новом строительстве и первых этажах новостроек	В наличии		
		непродуктивная сеть	продуктивная сеть	плодоовощи		непродуктивная сеть	продуктивная сеть	плодоовощи
СССР	184	111	97	74	172	124	107	81
РСФСР	214	126	105	81	186	141	116	88
Украинская ССР	175	104	88	66	162	118	97	77
Белорусская ССР	207	109	123	92	250	131	140	98
Узбекская ССР	88	85	70	59	119	93	81	84
Казахская ССР	208	101	90	59	202	116	104	61
Грузинская ССР	109	78	62	71	127	72	73	68
Азербайджанская ССР	114	81	58	41	167	90	72	56
Литовская ССР	225	101	98	65	197	108	117	65
Молдавская ССР	81	74	86	68	202	83	101	85
Латвийская ССР	204	80	84	57	130	84	91	59
Киргизская ССР	143	79	70	66	103	87	86	72
Таджикская ССР	171	86	79	61	118	93	89	58
Армянская ССР	162	82	77	86	141	102	92	97
Туркменская ССР	160	75	76	80	136	90	88	102
Эстонская ССР	271	82	91	51	267	93	108	49

Как видно, между союзными республиками имеются большие различия в средних площадях магазинов, за которыми — немалые резервы, так как чем крупнее магазин, тем более современная может быть технология его работы.

Или другой вопрос — различия в среднеквартальном товарообороте на 1 м² площади товарного зала в магазинах самообслуживания и торгующих по традиционному методу.

ТАБЛИЦА 2

(в руб.)

	Хлебные магазины		Фруктоовощные магазины		Молочные магазины	
	самообслуживания	по традиционному методу	самообслуживания	по традиционному методу	самообслуживания	по традиционному методу
СССР	1053	1081	974	982	1817	1814
РСФСР	1037	1060	1104	1096	1912	1880
Украинская ССР	1045	1016	790	795	1582	1703
Белорусская ССР	1236	1704	938	827	2385	2089
Молдавская ССР	1287	1685	477	1131	1191	2159
Киргизская ССР	1606	1568	163	1501	757	2459
Таджикская ССР	866	364	414	1009	—	705
Эстонская ССР	1921	1733	1014	441	3378	2756

Контрасты даже среди указанных типов магазинов, где различия по ассортименту между отдельными республиками незначительны, заставляют искать причину опять-таки в качестве работы по организации торговли: широте и глубине ассортимента, ритмичности товароснабжения и т. п.

Подобное же положение и в торговле непродовольственными товарами, хотя здесь различия в ассортименте и средних ценах могут быть гораздо большими. Так, в магазинах хозяйственных товаров, торгующих методом самообслуживания, на 1 м² торговой площади приходится товарооборот больше, чем в таких же магазинах, торгующих через прилавок: в Латвийской ССР — на 1251 руб., Армянской ССР — на 207, Эстонской ССР — на 277 руб. В то же время оборот в магазинах этой специализации, торгующих по традиционному методу, выше, чем в магазинах самообслуживания, на 1 м² площади: в Киргизской ССР — на 400 руб., в Таджикской ССР — на 597 руб. Такая же картина наблюдается по обуви и одежде, не говоря уже о магазинах с более универсальным ассортиментом.

Это свидетельствует о том, что торговые площади в разных республиках используются по-разному, причем во многих республиках эффект самообслуживания ниже ожидаемого.

Большая дифференциация наблюдается и в структуре торговой сети, особенно в ее динамике за годы десятой пятилетки. Продовольственные магазины с универсальным ассортиментом товаров являются, как известно, наиболее прогрессивным, удобным для населения типом предприятия этого товарного профиля. Однако если в 1980 г. их доля в товарообороте составляла в Белорусской ССР — 49 %, Литовской ССР — 48, РСФСР — 40 и Эстонской ССР — 43, то в Грузинской ССР только 18 %.

Или, к примеру, такой вопрос, как использование оборудования. Предприятия розничной торговли сейчас оснащены более 2 тыс. единиц фасовочного оборудования, не считая электронных весов. В условиях разбросанности по магазинам, когда оно неизбежно используется далеко не весь рабочий день, удается расфасовать около 2 млн. т сахара-песка и крупы, в то время как при более полном использовании этого оборудования в условиях концентрации его в централизованных фасовочных цехах торгов и объединений можно фасовать примерно около 4 млн. т названных продуктов.

Подавляющее число магазинов в стране было построено по проектам, не соответствующим требованиям современной технологии. За последние 10 лет действующая сеть магазинов государственной торговли обновлена лишь примерно на 25 % несмотря на высокие темпы строительства.

Таким образом, отрасль располагает торговой сетью, $\frac{3}{4}$ которой так или иначе требует реконструкции и перестройки, укрупнения, более рациональной специализации.

Реконструкция, расширение и технологическое перевооружение действующих предприятий при тех же затратах дают больший эффект, чем новое строительство. Поэтому нужно шире использовать кредиты банка и средства на капитальный ремонт, а также материальные ресурсы, концентрируя их в масштабах торгов и городов, чтобы постепенно, объект за объектом, перевооружать в технологическом отношении действующие предприятия.

За счет реконструкции в течение 1971—1978 гг. торговая площадь магазинов увеличилась на 436 тыс. м². На это было израсходовано примерно 167 млн. руб. Новое строительство магазинов такой площади потребовало бы в 1,5 раза больше капиталовложений.

Расчеты показывают, что расширение действующих холодильников также обходится дешевле, чем строительство их на новых площадях, в среднем на 30 %. Реконструкция и техническое перевооружение общетоварных складов и баз создают условия для более эффективного использования складских объемов и увеличения товароемкости на 10—20 %.

Если представить себе, что эти рычаги не используются, то для ускоренного развития материально-технической базы торговли и ее технической оснащенности, предусмотренного на одиннадцатую пятилетку, потребовались бы капитальные вложения в объеме около 12 млрд. руб., а на двенадцатую пятилетку — соответственно 14,6 млрд. руб., т. е. в двух предстоящих пятилетках капиталовложения надо было бы увеличить в 1,7 и 2,2 раза по сравнению с десятой пятилеткой. Разумеется, это не реально.

Поэтому нужны решительные меры по резкому повышению эффективности торговли, и в первую очередь интенсификации в использовании материально-технической базы отрасли, как роз-

ничной, так и оптовой. Но не только реконструкция является средством этой интенсификации.

Резервы повышения культуры торгового обслуживания нужно искать также на путях перераспределения и переспециализации действующих торговых и складских площадей, массового внедрения новой технологии товароснабжения, хранения и продажи товаров, перераспределения функций между оптовыми и розничными звеньями, лучшей организации их взаимодействия и более тесного переплетения их экономических интересов. В этих целях необходимо также ускорить критический пересмотр нормативных документов и практики типизации розничных и оптовых предприятий, принципы размещения ассортимента товаров на территории городов и экономических районов.

Иначе говоря, нынешнее состояние материально-технической базы советской торговли, уровень ее развития и объективные экономические возможности на будущее показывают, что в ближайшие десять лет наряду с необходимым наращиванием новых мощностей должен быть осуществлен серьезный поворот к интенсивному использованию имеющегося потенциала, причем такая интенсификация должна охватить не только торговлю, но и всех ее смежников, а именно: отрасли, производящие и поставляющие товары народного потребления, транспорт, систему материально-технического снабжения, машиностроение. Комплексный подход в масштабах народного хозяйства должен быть дополнен комплексным межотраслевым подходом и в территориальном разрезе, т. е. в масштабах отдельных союзных и автономных республик, областей (краев) и некоторых крупных городов.

Одной из форм реализации такого подхода к развитию торговли является комплексное использование средств взаимосвязанных отраслей, а также средств, выделяемых на социально-бытовые нужды трудовых коллективов, которыми располагают предприятия всех отраслей промышленности и стройки, шефская помощь с их стороны.

С правовой и организационной стороны для этого теперь созданы самые благоприятные предпосылки в виде территориальных межотраслевых программ комплексной рационализации торговли. Значительно расширены права и обязанности местных Советов народных депутатов по координации усилий предприятий разной ведомственной подчиненности, расположенных на территории области (края, автономной республики), в деле торгового обслуживания населения. Кроме того, во всех регионах страны разрабатываются территориальные комплексные программы социально-экономического развития, в рамках которых могут решаться и межотраслевые вопросы, связанные с улучшением торговли.

Таким образом, к основным направлениям совершенствования организации торговли на ближайшую перспективу следует отнести:

совершенствование типизации и специализации розничной торговой сети, а также ее размещения на территории городов, с тем чтобы, создавая новые дополнительные удобства покупателям, в то же время более эффективно использовать капиталовложения на новое строительство и укрепление действующей материально-технической базы отрасли;

совершенствование организации и технологии процессов продажи путем применения современных прогрессивных систем доставки и показа товаров, организации расчета с покупателями и предоставления им дополнительных услуг. При этом решающее значение имеет прежде всего совершенствование таких систем, как самообслуживание, торговля по предварительным заказам и торговля по образцам;

совершенствование складского хозяйства и систем товароснабжения в целях более эффективного использования объемов складов и площадей магазинов, ускорения товарооборачиваемости и сокращения издержек обращения, обеспечения бесперебойности снабжения магазинов товарами в полном ассортименте, сокращения затрат ручного труда;

создание наиболее эффективных организационных структур управления предприятиями розничной и оптовой торговли, обеспечивающих достижение высокой культуры обслуживания населения;

создание постоянно действующего эффективного механизма внедрения в торговлю достижений науки и техники в областях, относящихся к сфере организации торговли, которая отличается сложной многоплановой структурой.

Отличительной особенностью перечисленных направлений является то, что они, как правило, затрагивают объекты и области хозяйственных отношений, которым ранее уделялось меньшее внимание, например складское хозяйство, системы товароснабжения, организационные формы управления, т. е. отношения, возникающие, как правило, на стыке промышленности и торговли, а также разных подотраслей и звеньев самой торговли. В связи с этим и к научным разработкам данных проблем и к методам организаторской работы органов управления предъявляются специфические требования. Суть их состоит прежде всего в том, чтобы при решении вопросов совершенствования организации торговли рассматривать эту область отношений как единый комплекс, включающий все стадии товародвижения, все операции с товарами — от производства до расчета с покупателями и послепродажного их обслуживания.

Соответственно возрастает необходимость перестройки и методологии научных исследований по проблемам организации торговли. Все научные рекомендации в данной области должны обязательно содержать элементы привязки их к механизму внедрения — к системам планирования и управления, не ограничиваясь только характеристикой оптимального результата, к которому следует стремиться.