

Организация торговли



О Р Г А Н И З А Ц И Я Т О Р Г О В Л И

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

Рецензенты:

**Начальник центра по научной организации труда
и управления Министерства торговли РСФСР
Л. И. Артамонова**

**Кафедра организации торговли Ленинградского
ордена Трудового Красного Знамени
института советской торговли имени Ф. Энгельса**

О $\frac{3503000000-091}{011(01)-84}$ 102—84

В решении задач дальнейшего подъема жизненного уровня советских людей важная роль, как подчеркивается в Материалах XXVI съезда КПСС, принадлежит торговле.

От работы этой крупной отрасли народного хозяйства в значительной степени зависит удовлетворение спроса населения на товары народного потребления.

Повышение качества торгового обслуживания положительно влияет на настроение людей, способствует экономии их свободного времени, благодаря чему трудящимся создаются дополнительные возможности для повышения своего общеобразовательного, профессионального и культурного уровня, организации досуга и отдыха.

Работники торговли призваны изучать реальные потребности людей, хорошо знать перспективы спроса и на этой основе активно влиять на структуру производства товаров для населения, способствовать формированию и развитию разумных потребностей, повышению культуры потребления.

Процесс товарного обращения должен быть организован таким образом, чтобы товары требуемого ассортимента и качества быстро и без потерь доходили до потребителя.

Для успешного выполнения стоящих перед отраслью задач существенное значение имеет рациональная организация ее деятельности.

В современных условиях требования к организации торговли возрастают в связи с увеличением объема производства товаров народного потребления, расширением географии их производства, ростом товарооборота, усложнением связей торговли с другими отраслями народного хозяйства, широким внедрением в торговлю достижений научно-технического прогресса, расширением розничной торговой сети, развитием материально-технической базы торговли на основе строительства современных крупных универсальных и фирменных магазинов, а в оптовой торговле — крупных механизированных складских комплексов. Все это требует усиления научного подхода в области организации торговли.

Как научная дисциплина организация торговли изучает: проблемы организационного построения розничных и оптовых звеньев торговли, специализации и типизации предприятий, организации процесса товародвижения, развития и размещения розничной торговой сети и складского хозяйства;

вопросы организации торгово-технологического процесса в магазинах и на складах, методы изучения спроса населения и формирования ассортимента товаров, рекламу в торговле; проблемы научной организации труда торговых работников; вопросы организации хозяйственных связей торговли с промышленными, сельскохозяйственными и заготовительными организациями и предприятиями.

Курс «Организация торговли», изучаемый в торговых вузах, предназначен для подготовки высококвалифицированных специалистов торговли, умеющих решать организационно-хозяйственные и коммерческие задачи в увязке с деятельностью предприятий-поставщиков, отраслей агропромышленного комплекса, транспортных организаций.

Данный учебник по курсу «Организация торговли» написан в соответствии с новой программой.

Авторы учебника:

проф. Ю. А. Аванесов — вводная часть, гл. X, XI, § 4 гл. XII и изложение экономико-математических методов и моделей в гл. IV, IX, XIV, XVIII;

проф. Б. Е. Полетаев — гл. XVII, XVIII;

доц. Е. В. Васькин — гл. IV;

доц. В. В. Глазунова — гл. XIII;

доц. М. Я. Иоффе — гл. XIV, XV, XVI;

доц. Т. К. Идрисов — гл. I, III, V, IX;

доц. А. Н. Клочко — гл. VII, VIII;

доц. Г. Н. Сапрохин — гл. II, VI, XII.

Руководитель авторского коллектива — проф. Ю. А. Аванесов

Раздел первый

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ОСНОВЫ ТОРГОВЛИ

Глава I

ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОСТРОЕНИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

§ 1. Организационное построение государственной розничной торговли

Организационно-хозяйственную основу государственной розничной торговли составляют торговые предприятия и организации.

Розничное торговое предприятие представляет собой пункт розничной продажи товаров, на который распространяется действие Положения о социалистическом государственном производственном предприятии¹.

Торговая организация — это орган хозяйственного управления, объединяющий под своим руководством торговые единицы и самостоятельные торговые предприятия.

Торговая единица — это пункт розничной продажи (отпуска) товаров, на который не распространяется действие Положения о социалистическом государственном производственном предприятии. Объединяют торговые предприятия и организации торговые системы.

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

К розничным торговым организациям относятся торги, объединения или другие учреждения, которые имеют в своем подчинении торговые единицы и торговые предприятия, пользующиеся правами государственного социалистического производственного предприятия. Обычно торги действуют как государственные торговые предприятия по отношению к несамостоятельным предприятиям торговли и как организации по отношению к самостоятельным, крупным торговым предприятиям.

¹ Термины и определения приведены по отраслевому стандарту (ОСТ 28-11—81).

Государственную розничную торговлю, которая занимает основное место в товарообороте страны, осуществляют следующие системы: Министерства торговли СССР; органов рабочего снабжения предприятий промышленности и транспорта; торговых организаций непромышленных министерств и ведомств; фирменная сеть промышленных предприятий.

Ведущей системой государственной розничной торговли является система Министерства торговли СССР, через которую реализуется до 50 % товаров народного потребления. Эта система характеризуется высоким уровнем технического оснащения, значительной концентрацией и специализацией торговой сети, сравнительно низким уровнем издержек обращения. Она объединяет торговые организации и предприятия всех союзных республик.

Министерство торговли СССР координирует и направляет деятельность торговых (как государственных, так и кооперативных) организаций в стране, обеспечивает претворение в жизнь решений партии и правительства в области торговли, общественного питания и принимает участие в формировании плана производства товаров народного потребления.

Система Министерства торговли СССР с учетом административно-территориального деления союзных республик имеет следующее организационное построение розничной торговли:

Союзные республики с областным делением

* * *

Министерство торговли СССР
 Министерство торговли союзной республики
 Министерство торговли АССР, управление торговли исполкома (обл., край) Совета народных депутатов, управление торговли исполкома городского Совета народных депутатов
 Управление торговли исполкома городского Совета народных депутатов, не имеющее торгов, торг, объединение
 Розничное торговое предприятие

Союзные республики, не имеющие областного деления

* * *

Министерство торговли СССР
 Министерство торговли союзной республики
 Управление торговли исполкома городского Совета народных депутатов, управление торговли исполкома городского Совета народных депутатов, не имеющее торгов, торг, объединение
 Розничное торговое предприятие

Министерства торговли союзных республик осуществляют планово-регулирующее руководство и контроль за работой всех торговых организаций, находящихся на территории республики независимо от ведомственной подчиненности. Эти министерства объединяют торговые организации и предприятия республиканского и местного подчинения. Например, Министерство торговли РСФСР осуществляет общее руководство торговлей в 71 области, краях и автономных республиках. Для этой цели

в аппарате министерства созданы соответствующие структурные подразделения.

К организациям республиканского подчинения Министерства торговли РСФСР относятся:

Главкурортторг — Главное управление по торговле в курортных местностях. Ему подчинены курортторги, конторы, тресты столовых и ресторанов, функционирующие в курортных зонах и зонах отдыха трудящихся. На это управление возложено также снабжение продовольственными товарами санаториев и домов отдыха, находящихся на курортах.

Главювелирторг — Главное управление по торговле ювелирными изделиями, ведущее через сеть межобластных контор оптовую и розничную торговлю ювелирными изделиями и часами. В городах этому управлению подчинены специализированные магазины по скупке у населения золотых, серебряных изделий и драгоценных камней.

Посылторг — Республиканская посылочная контора, осуществляющая путем почтово-посылочных операций розничную продажу населению непродовольственных товаров. Посылочная торговля особенно удобна для населения отдаленных районов. Например, в районы Сибири, Дальнего Востока отправляется свыше 60 % всего количества посылок. Посылочную торговлю ведут базы Посылторга Министерства торговли РСФСР, базы книготоргов, а также крупные розничные торговые предприятия (универмаги, специализированные магазины и др.).

Росинвалютторг — Республиканское оптово-розничное объединение по торговле на иностранную валюту. Располагает розничной сетью магазинов «Березка».

Торговые организации республиканского подчинения имеются также в министерствах торговли других союзных республик. Ювелирторги имеют почти все республиканские министерства торговли. Курортторги имеются на Украине, в Грузии, Азербайджане, Киргизии. К торговым организациям местного подчинения относятся местные торги.

В настоящее время во всех союзных республиках утверждены согласно Методическим рекомендациям Министерства торговли СССР и Госплана СССР генеральные схемы управления торговлей.

Генеральная схема управления торговлей в союзной республике представляет собой экономическое обоснование комплексной программы совершенствования управления торговлей всех систем с учетом специфики их хозяйственной деятельности. Генеральная схема предусматривает мероприятия по укрупнению, необходимой универсализации и специализации торговых организаций и предприятий, рациональному размещению магазинов, совершенствованию системы товароснабжения, установлению оптимальных хозяйственных связей с другими отраслями народного хозяйства. В генеральных схемах преду-

смачивается поэтапное совершенствование звеньев управления торговлей. На 1981—1990 гг. намечены мероприятия по более глубокой перестройке управления торговлей, связанные с созданием торговых объединений.

В генеральной схеме к организационным звеньям торговли отнесены:

основное (первичное) звено — управления торговли горисполкомов, не имеющие торгов, торги, розничные и оптовые объединения, тресты, конторы и объединения общественного питания, орсы, продснабы, потребительские общества (кроме райпо), универмаги, универсамы и другие предприятия, действующие в соответствии с Положением о социалистическом государственном производственном предприятии применительно к торговле;

срединное звено — министерства торговли союзных республик, министерства торговли АССР, управления торговли, управления общественного питания краевых, областных, городских исполкомов Советов народных депутатов, главурсы (урсы) отраслевых министерств, республиканские, краевые, областные, районные союзы потребительских обществ, районные потребительские общества (райпо) и другие республиканские, краевые, областные органы управления розничной торговлей и общественным питанием;

высшее звено — Министерство торговли СССР, министерства (ведомства) СССР, имеющие розничную торговую сеть, Центральный союз потребительских обществ.

Основное место в системе розничной торговли Министерства торговли СССР занимают торговые организации местного подчинения.

В основе организационного построения местных торгов лежат два признака: административно-территориальный и товарно-отраслевой.

Применение административно-территориального признака при построении торговых организаций позволяет успешно сочетать хозяйственное управление с общим руководством торговлей со стороны местных органов власти — Советов народных депутатов и отделов торговли их исполкомов. Товарно-отраслевой признак характеризует товарный профиль торга. По административно-территориальному признаку торги бывают общегородскими (горторги), районными (райторги), межрайонными (межрайторги).

По товарно-отраслевому признаку различают смешанные торги, торгующие продовольственными и непродовольственными товарами (горторги), продовольственные — неспециализированные торги (продторги), универсальные торги (универсам-торги), специализированные торги (хлебторг, торг «Гастроном»).

Непродовольственные торги: неспециализированные торги (промторги); специализированные торги (хозторг, спорткульт-

торг, торг «Одежда» и др.). Удельный вес торгов в общем количестве торговых организаций составляет около 24 %.

В продовольственной торговле наметилась тенденция к универсализации. Возросла численность универсальных продторгов за счет сокращения хлебторгов, молокоторгов, плодоовощторгов. В группе непродовольственных торгов, напротив, возросло число специализированных торгов — хозмебельторгов, культторгов и др. Это отражает общую тенденцию к специализации торговли непродовольственными товарами.

За последние годы в крупных городах получили известное развитие общегородские специализированные торговые организации, получившие названия фирм. Функции управления в них выполняет специальный аппарат головного магазина (универмага) через руководителей объединяемых магазинов. Например, фирма по торговле товарами для детей «Детский мир» в Москве имеет 26 магазинов, она поддерживает хозяйственные связи с 200 поставщиками. Ежегодно магазины фирмы реализуют до 70 тыс. швейных изделий, 50 тыс. пар обуви, 12—13 вагонов игрушек. В объединении трудится свыше 8 тыс. человек, торговая площадь магазинов превышает 42 тыс. м².

Создание фирм позволяет концентрировать коммерческие функции, улучшать торговое обслуживание населения.

Наряду с фирмами создаются и оптово-розничные объединения. Они действуют в Казахстане, Белоруссии, на Украине, в Липецкой области и др. В системе Министерства торговли УССР функционируют республиканские оптово-розничные объединения «Одежда», «Обувь», «Мебель», «Спорттовары», «Укрстройматериалы».

Возникновение оптово-розничных объединений позволяет улучшить изучение покупательского спроса и повысить эффективность воздействия на промышленность с целью выпуска товаров, соответствующих спросу населения, усовершенствовать управление торговой деятельностью в направлении повышения производительности труда управленческих работников и снизить затраты на содержание аппарата управления.

В отличие от торгового оптово-розничное объединение полностью концентрирует коммерческие и хозяйственные функции подведомственных магазинов и оптовой базы. Магазины, входящие в объединение, находятся на внутреннем хозрасчете. Например, в состав республиканского оптово-розничного объединения «Мебель» на Украине входят 25 областных, 2 городских хозрасчетных объединения, имеющие связи со 193 мебельными промышленными предприятиями.

Получат также дальнейшее развитие городские розничные объединения по торговле продовольственными и непродовольственными товарами по опыту объединений, действующих в Костроме, Гомеле. Розничные торговые объединения создаются на базе нескольких торгов и имеют ряд новых структурных подразделений. В их числе отделы: новой техники и капитального

строительства; организации торговли; труда и заработной платы; юридический; санитарный; имеются диспетчерские службы. Городские розничные объединения организованы в Липецке, Курске, Тамбове, Йошкар-Оле, Кирове, Магадане, Целинограде, Ужгороде и др. Сами объединения и входящие в их состав торговые предприятия находятся на полном хозрасчете.

Широкое распространение получают созданные по типу г. Клайпеды (Литовская ССР) городские хозрасчетные управления торговли горисполкомов. Они создаются взамен торгов в городах при объеме товарооборота розничной сети от 50 до 200 млн. руб. в год и сочетают функции руководства, координации и контроля за торговой деятельностью в отношении всех торговых систем города с функциями непосредственно хозяйственного управления и обслуживания подведомственных торговых предприятий. Хозрасчетные управления торговли горисполкомов созданы в ряде городов Прибалтики и Молдавии.

В крупных торгах, управлениях торговли горисполкомов для более оперативного управления торговой сетью, улучшения обслуживания населения организуются объединенные дирекции магазинов.

Объединенные дирекции продовольственных магазинов организуются по территориальному признаку в пределах пешеходной доступности (до 500 м) и объединяют в зависимости от местных условий три — пять и более магазинов. Эти магазины в совокупности составляют магазин с универсальным ассортиментом товаров.

Объединенная дирекция непродовольственных магазинов создается по принципу специализации и объединяет магазины товарного профиля или комплексного спроса.

Объединенная дирекция магазинов не является торговой организацией, функции управления в ней выполняет специальный аппарат головного магазина через руководителей объединенных магазинов.

Специализированную розничную торговлю плодами, овощами и фруктами осуществляет Министерство плодоовощного хозяйства СССР. На это министерство возложены производство, заготовки, хранение, транспортировка, переработка плодоовощей, а также розничная и оптовая торговля ими. В центральном аппарате министерства организовано Главное управление торговли плодоовощами с соответствующими подразделениями на местах. В Москве и Ленинграде созданы главки (Главмосплодоовощпром и Главленплодоовощпром), организующие торговлю плодоовощами в этих городах.

Большую роль в организации снабжения и обслуживания работников нефтяной, металлургической, угольной, горнодобывающей промышленности, а также железнодорожного и водного транспорта, крупных новостроек и т. п. играет система

рабочего снабжения. Наличие этой системы обусловлено спецификой деятельности определенных отраслей промышленности. Для обеспечения работников таких отраслей товарами народного потребления, питанием и бытовым обслуживанием при промышленных предприятиях создаются отделы рабочего снабжения (орсы) и продснабы.

Орсы и продснабы — это хозрасчетные розничные торговые организации, действующие на правах самостоятельного отдела предприятия (завода, фабрики, железной дороги и др.). Общее руководство орсами и продснабами осуществляет управление рабочего снабжения (урс). Организационная структура системы орсра зависит от особенностей обслуживаемого контингента. Она может быть двух- и трехзвенной. Так, на железнодорожном транспорте существует трехзвенная система управления, в нефтяной промышленности — двухзвенная.

Орсы располагают разветвленной сетью предприятий розничной торговли, общественного питания, имеют в своем составе склады и базы, подсобные хозяйства. На систему орсров и продснабов приходится до 20 % всего розничного товарооборота государственной торговли страны.

В некоторых отраслях промышленности (например, цветной металлургии) вместо орсров создаются продснабы, образованные при трестах, комбинатах и управлениях промышленности.

Определенное место в государственной розничной торговле принадлежит системам непромышленных министерств и ведомств. Так, обслуживание военнослужащих и их семей в районах размещения воинских частей осуществляют военторги, которыми руководят управления торговли военных округов, подчиненные Главному управлению торговли Министерства обороны СССР (ГУТМО). Главное управление торговли и продовольственного снабжения Министерства морского флота СССР (Главторгмортранс) обслуживает и обеспечивает работников морского транспорта и пассажиров на морских судах и в портах.

Государственную розничную торговлю ведет также система Главного аптечного управления Министерства здравоохранения СССР. Торговля медикаментами, предметами санитарии и гигиены, оптическими приборами, инструментами осуществляется через сеть аптек, аптечных палаток, киосков.

Государственный комитет СССР по делам издательств, полиграфии и книжной торговли через Всесоюзное объединение книжной торговли Союзкнига, в которую входят оптово-розничные конторы по торговле книгами (книготорги), осуществляет продажу книг, нот, продукции изобразительного искусства, наглядных учебных пособий, канцелярских и школьно-письменных принадлежностей.

Главное управление распространения и экспедирования печати (Союзпечать) Министерства связи СССР через свои отделения на местах организует широкую сеть газетно-журнальных

киосков и отдельных магазинов по торговле газетами, журналами, почтовыми марками, конвертами, открытками и др.

Розничную торговлю лесными и строительными материалами ведет Главное управление по производству и повторному использованию тары (Союзглавтара) Государственного комитета СССР по материально-техническому снабжению.

Продажу учебно-наглядных пособий организуют министерства просвещения союзных республик. Конторы снабжения министерств просвещения (Снабпрос) имеют специализированные магазины.

Тресты зеленого строительства городских Советов народных депутатов открывают магазины и киоски по продаже садовых и комнатных цветов.

За последние годы широкое распространение получила фирменная сеть магазинов промышленных министерств. Фирменные магазины находятся в ведении промышленности и предназначены для изучения спроса на выпускаемые товары и для рекламы новых изделий. На начало одиннадцатой пятилетки в стране насчитывалось 574 фирменных магазина 15 промышленных министерств. Министерством рыбного хозяйства СССР организовано Всесоюзное объединение Союзпромсбыт с филиалами в союзных республиках. В Москве и Ленинграде функционируют объединения «Мосрыба» и «Ленрыба». Все указанные объединения имеют в городах разветвленную сеть фирменных магазинов «Океан» по продаже рыбы и рыбопродуктов.

Свои фирменные магазины имеют и производственные предприятия Министерства легкой промышленности СССР, Министерства мясомолочной промышленности СССР.

§ 2. Организационное построение розничной торговли потребительской кооперации

Кооперативная торговля — это форма социалистической торговли товарами народного потребления, основанная на кооперативной собственности и осуществляемая кооперативными торговыми предприятиями и организациями.

Первичной кооперативной организацией является потребительское общество, представляющее собой добровольное объединение граждан, проживающих в данной местности.

Потребительское общество осуществляет свою деятельность в соответствии с планом социально-экономического развития на основе хозяйственного расчета. Оно является юридическим лицом.

Потребительское общество организует торговлю, общественное питание, хлебопечение; ведет заготовительную деятельность, содействует населению и колхозам в сбыте излишков сельскохозяйственных продуктов.

Членами-пайщиками потребительского общества могут быть все граждане, достигшие 16-летнего возраста, уплатившие вступительный и паевые взносы. Члены-пайщики имеют права и обязанности, предусмотренные уставом. Они несут ответственность по обязательствам кооператива в пределах паявого взноса. Высшим органом управления потребительского общества является общее собрание его членов.

Потребительские общества создаются по территориально-административному и производственному признакам. Территориальный признак означает увязку деятельности потребительских обществ с местными Советами народных депутатов. На территории данного Совета может быть организовано одно-два и более потребительских общества в зависимости от размера территории и численности населения. Потребительское общество может объединять также население, проживающее на территории двух и более сельских Советов.

Производственный признак учитывает функциональность населенных пунктов, где создаются потребительские общества. Деятельность таких обществ направляется на удовлетворение потребностей, обуславливаемых производственной направленностью населенного пункта или родом занятий населения. В соответствии с этими признаками сложились следующие виды потребительских обществ: сельское потребительское общество (сельпо), объединяющее в основном сельское население небольшого населенного пункта; потребительское общество, организуемое на территории совхозов, объединяющее их рабочих и служащих (совхоз-рабкооп); потребительское общество в рыболовецких районах, объединяющее рабочих рыбной промышленности и рыбаков-колхозников (рыбкооп); потребительские общества рабочих и служащих отдельных промышленных предприятий, находящихся в сельской местности (рабкоопы); потребительские общества, организуемые в рабочих, пригородных поселках, относимых к сельской местности (поспо); потребительские общества, организуемые на территории всего данного сельского административного района (райпо).

В небольших городах, где государственные торговые организации создавать нецелесообразно, организуют городские потребительские общества.

Потребительские общества объединяются в союзы. Низовым союзом потребительской кооперации являются районные союзы потребительских обществ (райпотребсоюзы). Они создаются в тех сельских административных районах, где не созданы райпо, и объединяют входящие в их состав на правах членов потребительские общества.

В настоящее время взят курс на широкую организацию райпо и сокращение других видов потребительских обществ. Это даст возможность повысить уровень обобществления кооперативной социалистической собственности, что имеет важное значение для сближения ее с государственной общенародной

собственностью, укрупнить кооперативные организации, а следовательно, снизить у них уровень издержек обращения и повысить рентабельность.

Укрупнение кооперативных организаций позволяет создать отраслевые объединения. Например, в составе райпо и райпотребсоюзов возникли торговые объединения, включающие районный универсальный магазин (в качестве головного), специализированные магазины по торговле непродовольственными товарами в районных центрах, отдельные магазины и др.

Отраслевые объединения самостоятельны и ведут свою деятельность на началах хозрасчета. В зависимости от конкретных условий работы в райпо действуют универсальные или специализированные отраслевые торговые объединения. К последним можно отнести торговые объединения «Авторозница», основные задачи которых состоят в рациональной организации торгового обслуживания жителей населенных пунктов, где отсутствует стационарная розничная сеть, а также населения в районах отгонного животноводства. Для обслуживания мелких населенных пунктов розничной сетью в райпо создаются кооппредприятия (объединенные дирекции магазинов) при годовом товарообороте от 1 до 3 млн. руб., включающие центральные магазины и их филиалы в близлежащих населенных пунктах. В районных административных центрах создаются объединения «Коопунивермаг» и «Кооппродукты». Эти объединения действуют на началах внутреннего хозрасчета и входят в состав отраслевого торгового объединения или подчиняются правлению райпо.

Райпотребсоюзы и райпо объединяются в областные, краевые или республиканские (автономных и союзных республик, не имеющих областного деления) союзы потребительских обществ (потребсоюзы). Объединение основано на принципе добровольности.

Руководящим центром потребительской кооперации в стране являются Центральный союз потребительских обществ (Центросоюз СССР), объединяющий потребсоюзы союзных республик. Центросоюз осуществляет общее руководство торговой, заготовительной и производственной деятельностью потребительской кооперации страны.

Центросоюз устанавливает и развивает торговые, научно-технические и другие связи с кооперативными организациями зарубежных стран, участвует в деятельности Международного кооперативного альянса.

Высшим органом управления Центросоюза является съезд потребительской кооперации, созываемый один раз в пять лет. В период между съездами руководство деятельностью Центросоюза осуществляет Совет Центросоюза, избираемый съездом. Совет избирает правление и председателя Центросоюза.

В городах и рабочих поселках потребительская кооперация организует торговлю сельскохозяйственными продуктами, что

способствует росту производительности колхозного труда за счет экономии времени от сокращения выездов колхозников на рынки, стимулирует производство сельскохозяйственной продукции в личных подсобных хозяйствах колхозников, работников совхозов и других граждан; обеспечивает городское население сельхозпродуктами в дополнение к государственной торговле. Торговля сельскохозяйственными продуктами в городах по ценам согласно договоренности воздействует на цены колхозных рынков в сторону их стабилизации и снижения. Потребительская кооперация в розничной сети городской кооперативной торговли продает продукты сельскохозяйственного производства по ценам в среднем на 20—24 % ниже цен местных колхозных рынков.

В Центросоюзе создано Главное управление по организации закупок излишков сельскохозяйственных продуктов и кооперативной торговли — Главкоопзаготторг, осуществляющее общее руководство городской кооперативной торговлей сельскохозяйственными продуктами. При значительном объеме товарооборота в городах создаются кооперативные организации — горкоопторги. Они функционируют при союзах потребителей и представляют собой хозрасчетные торговые организации. Горкоопторги имеют магазины и другие единицы городской розничной торговли (палатки, павильоны), а также собственные предприятия по выработке консервов, колбасных и кондитерских изделий, цехи по выработке полуфабрикатов, соков, безалкогольных напитков, вин, холодильники, склады для хранения сельскохозяйственных продуктов.

Капитальные вложения на строительство, приобретение оборудования и транспортных средств осуществляются за счет специального фонда, который образуется путем 3 % -ных отчислений от суммы оборота по реализации закупаемых сельскохозяйственных продуктов.

§ 3. Колхозная торговля

Колхозная торговля — это торговля излишками сельскохозяйственной продукции собственного производства, осуществляемая колхозами, совхозами, колхозниками и другими гражданами. Министерством торговли СССР утверждены Типовые правила торговли на колхозных рынках.

Материальной базой колхозной торговли является сельскохозяйственное производство колхозов, совхозов, личное подсобное хозяйство колхозников, рабочих и служащих.

Колхозная торговля составляет так называемый неорганизованный рынок. Оборот колхозной торговли не планируется государством. Вышестоящие организации, осуществляющие руководство рынками, утверждают для них плановые задания по доходам (разовый сбор, плата за услуги и др.) и расходам (административно-управленческие, эксплуатационные, на развитие

материально-технической базы). Она не обеспечивается государственными ресурсами. Товары продаются по ценам, складывающимся на рынке под влиянием спроса и предложения. Спрос и цены на колхозном рынке зависят от предложения товаров на организованном рынке — в государственной и кооперативной торговле.

Колхозная торговля представляет собой важный дополнительный канал снабжения населения городов продуктами питания. Например, в Москве открыто 28 колхозных рынков на 19 тыс. торговых мест, где ежегодно торгуют около 2,5 млн. человек. Каждый год на рынки города завозят около 300 тыс. т сельхозпродуктов. Государство поддерживает колхозную торговлю, так как она дает возможность колхозам сбывать часть своей товарной продукции на рынке без посреднического товарного аппарата, а колхозникам, рабочим совхозов и других предприятий, имеющим приусадебные участки (сады, огороды), — продавать излишки продукции и получать дополнительный доход.

Колхозная торговля позволяет обеспечить население продуктами питания, особенно там, где организованный рынок нуждается в значительном пополнении продукцией сельского хозяйства. Кроме того, товаропроизводители всегда вывозят на рынок высококачественную продукцию, которая может конкурировать в ряде случаев с продукцией организованного рынка. Это способствует улучшению торговли и организованного рынка.

Однако по мере совершенствования государственной и кооперативной торговли продовольственными товарами, увеличения объема товарных ресурсов удельный вес колхозной торговли в общем розничном товарообороте сокращается.

Вместе с тем абсолютный товарооборот на колхозных рынках растет.

Местные Советы народных депутатов уделяют большое внимание развитию колхозной торговли, расширяют и совершенствуют материально-техническую базу колхозных рынков: строят гостиницы для приезжающих колхозников, организуют подвоз продуктов по договорам, обеспечивают холодильным и другим оборудованием для хранения продуктов. На крупных рынках созданы бюро торговых услуг. Они оказывают помощь колхозникам в подвозе и реализации продуктов.

Общее руководство колхозными рынками осуществляют управления колхозными рынками при городских, областных, краевых исполкомах Советов народных депутатов (в РСФСР управления колхозными рынками входят в состав министерств торговли АССР, краевых, областных управлений торговли).

Для управления работой рынков управления колхозными рынками назначают дирекцию рынка. Аппарат колхозных рынков не является торговым аппаратом, поскольку не участвует в актах купли-продажи. Он является только организационным аппаратом.