

Торговать культурно, учитывать запросы трудящихся

В 1956 году город обогатился новым универсальным магазином. Это значительно улучшило обслуживание покупателей. Товарооборот нового магазина в прошлом году составил 91,4 млн. рублей — 104,3 процента к плану. Было продано товаров в 2 раза больше, чем в 1955 году.

Металлурги, уловщики, строители, алюминщики купили в новом магазине шерстяных тканей на 6,7 млн. рублей — почти в 2 с половиной раза больше, чем в 1955 году. Швейных изделий продано на 18,9 млн. рублей — в 3 раза больше. Спрос на радиоприемники увеличился в 4 раза — их было продано более чем на 3 млн. рублей.

Эти цифры говорят не только о росте товарооборота магазина. Они свидетельствуют о росте материального благосостояния трудящихся, о непрерывно возрастающих культурных запросах масс.

С каждым годом увеличивается спрос населения на первоклассные товары. Покупатель требует, чтобы в продаже были бостон, трико «Ударника», драпы, костюмы из высших сортов шерстяных тканей, импортные радиоприемники «Беларусь», «Мир», радиолы «Урал», «Даугава».

Наш универсам должен быть предприятием передовых методов торговли, с высокой культурой обслуживания.

Лучшие работники коллектива — тов. Плетнева из секции дамского готового платья, тов. Дунаевская и тов. Солезнаева из отдела мужского готового платья, тов. Ткачела из обувной секции, тт. Машинен и Полякова из секции парфюмерии и многие другие внесли много передовых методов в систему торговли.

В прошлом году введен ряд новых, передовых форм. Производители продаж на основе самообслуживания и открытой выкладки товаров на прилавки. Шестнадцать продавцов продаж без касс — деньги получает продавец. Покупатель не тратит теперь лишнее время на ожидание в очередях у касс. В скором времени будут переведены на эту форму обслуживания секции из парной и ватром полушубков — поздравить весь магазин.

Организованные выставки шерстяных тканей, хлопчатобумажных и меховых изделий, кожгалантерей

дается большая воспитательная работа. Введены специальные приемы поведения продавца и обращения его с покупателем. Проведен ряд практических занятий. Прочитаны лекции на темы: «О культуре обращения», «Культуре речи» и другие.

По факты грубого обращения наших работников с покупателем еще не зафиксированы, о чем свидетельствуют записи в книгах жалоб. До сих пор наблюдаются случаи, вызванные неправильной организацией продаж. Это вызывает вполне законное недовольство покупателей.

Большим недостатком в обслуживании населения работниками нашего магазина является то обстоятельство, что продавцы иногда являются людьми, механически отпускающими товары. Продавец должен быть советчиком покупателя. Нужно, чтобы человек, стоящий за прилавком, мог рассказать о достоинствах предлагаемого товара, где и из чего изготовлен товар.

Одним из крупных недостатков в работе является некоторая ограниченность ассортимента. Это объясняется плохой работой местной промышленности, неправильным планированием и составлением заказов и заявок промышленности, отсутствием оперативности у руководителей торговых предприятий. Особенно вызывает нарекания торговля мебелью. В городе трудно купить хороший стул, стол, шкаф. Покупка стула является проблемой. А ведь мы живем в таком месте, где леса сколько угодно в откула трессына вывозятся в большом количестве за пределы области.

Мебельное производство в городе налаживается плохо. Пролужинский завод выпускает мебель (директор тов. Баркин) и производственным кооперативом Южвостспецлес (т. Выползов), такого высокого качества, что ее стыдно показывать покупателям. В 1956 году мы были вынуждены трижды брать продукцию мебельной фабрики и отказались принимать ее в магазин.

Очень плохо поставлены в городе планирование завоза товаров и лача заказов поставщиками и изготовителями. Этот недостаток отражается на работе торговых предприятий. В городе насчитывается около двадцати организаций, продающих промышленные товары. Это требует, чтобы в вопросах завоза были какие-то го-

го завоза товаров. В 1954 году на складах торгующих организаций города было затоварено большое количество товаров. Пришлось их проложить за пределы области. Одновременно заказы на этот вид продукции были сведены до минимума. А в 1955 году и даже в 1956 году в магазинах нельзя было уже достать этого товара. В результате подобного планирования на базах торгующих организаций не было некоторых хлопчатобумажных тканей, выпускающихся промышленностью в большом количестве.

Таких недостатков много. В начале 1956 года в городе не было отдельных видов ламенового трикотажа. При поступлении трикотажа в магазин создавались очереди. Чтобы ликвидировать это, все торгующие организации закупили трикотаж, который лежит сейчас на складах в количестве, обеспечивающем торговую сеть на 3—4 года.

Планирование завоза товаров как по ассортименту, так и по количеству, распределение заказов по поставщикам должны кем-то контролироваться и обобщаться с учетом потребностей населения. Таким органом должен, наконец, стать городской отдел торговли.

В городе имеется обувная фабрика, выпускающая хорошие образцы обуви. Но в нашу торговую сеть она почти не поступает. Мы вынуждены ввозить обувь из других городов. Шляпы, изготавливаемые в Сталинске, вывозятся в другие города, а мы ввозим этот товар из других республик.

Торговые организации недовольны работой местной промышленности. К сожалению, она никакой роли в городе не играет. Лично в городе никто не делает, и мы завозим их из Риги. Завоз металлических выпускает кровати и легкие велосипеды. Кровати в магазинах не видны, а велосипеды лежат на складе завода, как явный брак.

Мы имеем право рассчитывать различные ткани на промышленную переработку, чтобы торговать готовыми изделиями. Обращения в чертеж «Возрождение», «1-е Мая», «Металлурга» ни к чему не приводят. Руководители этих заводов считают заказы торгующих организаций не выгодными для них, что влияет на ход торговли.

В плохой работе местной промышленности по обеспечению торгов-

пом этажах, а в течение первого полугодия — полностью весь магазин.

Организованные выставки широким вывоз тканей, хлопчатобумажных и швейных изделий, кожгалантерей дали возможность не только увеличить товарооборот, но и изучить спрос покупателя, что очень важно при лаче заказов промышленности. В универсаме покупатель может приобрести раскрой шелковых и хлопчатобумажных тканей по любым фасонам.

Для внедрения методов культурного обращения работников универсамы с покупателем в коллективе ве-

лич. Этот недостаток отражается на работе торговых предприятий. В городе насчитывается около двадцати организаций, производящих промышленные товары. Это требует, чтобы в вопросах запоза были какие-то согласованные действия, что даст возможность не допускать затоваривания или отсутствия требуемых товаров в магазинах.

Городской отдел торговли (тов. Боротких) вопросам планирования и заказа не занимается. Не находит это отражения и в работе госплана. В результате каждая организация действует по своему усмотрению, исходя из фактических потребностей прошлого периода и требований сегодняшнего дня. При этом никто не учитывает общего положения в городе.

Вот несколько примеров, являющихся последствием такого порочного планирования и неправиль-

лит. Руководители этих артелей считают заказы торговых организаций не выгодными для них, что наносит на ход торговли.

В плохой работе местной промышленности по обеспечению торговых организаций повинен и горисполком. Заместитель председателя горисполкома тов. Глуховцова яв раз за последние пять лет не оказала помощи руководителям торговых организаций в ликвидации недостатков, не зависящих от них.

Изучая опыт передовых торговых предприятий, коллектив универсамы в 1957 году принимает меры к улучшению своей работы, к расширению ассортимента товаров.

Торговать культурно, с учетом запросов покупателей — вот наша важнейшая задача.

В. БЕРЗЕВИЧ,
директор Сталинского универсамы.