155
1839
801-17
1496
П 1
548
13

К. И. Шемитовъ.



Организація Торговли

въ

Потребительныхъ Обществахъ.

820.

2-ое изданіе.



ПЕТРОГРАДЪ
1918.

Типография «Копейка». Петроградъ, Сайкинъ пер., 6, соб. домъ.

ф3599-34

2012401492

I. Общія основанія кооперативной торговли.

Очень часто учредители п-ныхъ обществъ не уясняютъ себѣ тѣхъ основныхъ цѣлей, которыя должно преслѣдовать въ потребительномъ обществѣ. Ставятъ только тѣ обычныя задачи, о которыхъ говорится въ уставѣ общества—«продажу по доступнымъ цѣнамъ» или продажу «по возможно болѣе дешевымъ цѣнамъ». И вотъ этими задачами начинаютъ руководиться учредители общества и, только имѣя ихъ въ виду, привлекаютъ въ составъ общества новыхъ членовъ. Отсюда происходятъ въ скоромъ времени по открытіи дѣйствій п-аго общества много недоразумѣній между членами общества и его правленіемъ, такъ какъ, обычно, послѣ первыхъ моментовъ дѣйствительнаго пониженія цѣнъ мѣстные торговцы тоже начинаютъ прививать у себя такія же цѣны и видимая разница между обществомъ потребителей и частной торговлей исчезаетъ.

Чтобы такія явленія не повторялись, необходимо постигнуть внутреннюю основу кооперативной торговли, которая должна обнимать собой не утилитарныя цѣли даннаго момента, не видимость внѣшняго различія между п-ымъ обществомъ и частной торговлей, а реорганизацію всей торговли на началахъ справедливости, дающихъ надежду на преобразованіе общихъ экономическихъ взаимоотношеній. Поэтому въ кооперативныхъ предпріятіяхъ торговля является не цѣлью его, а лишь средствомъ къ достиженію значительно болѣе широкихъ задачъ.

Такой именно взглядъ на кооперативъ былъ уста-

новленъ рочдэльскими піонерами, и потому ихъ кооперативъ удержался, несмотря на всѣ невзгоды и тяжелыя затрудненія, перенесенныя имъ за періодъ своего строительства. И всѣ кооперативы, которые будутъ создаваться на правильныхъ рочдэльскихъ принципахъ для широкихъ цѣлей будущаго, а не только для преслѣдованія узкихъ цѣлей ближайшаго момента, будутъ прочны и выйдутъ побѣдителями изъ всѣхъ затрудненій.

Въ связи съ установленіемъ такого общаго взгляда на задачи кооператива и торговля должна быть поставлена на началахъ достиженія реорганизаціи общихъ экономическихъ взаимоотношеній, а потому нельзя ставить для п-аго общества только продажу по «возможно болѣе низкимъ цѣнамъ». Вотъ почему никогда не слѣдуетъ привлекать въ составъ новаго общества п-ей людей, мало понимающихъ общія задачи кооператива, ибо они не дадутъ прочной основы самому п-ому обществу, да и сами они себя будутъ считать не удовлетворенными.

Развитіе и углубленіе правильнаго взгляда на кооперативъ должно быть поставлено на первую очередь, а потому и вся организація торговаго предпріятія п-аго общества должна содѣйствовать этому.

Пропагандой въ этомъ дѣлѣ будутъ служить всѣ способы, которые будутъ уничтожать всякую тайну вокругъ торговли, какъ таковой. Самая широкая освѣдомленность своихъ членовъ объ условіяхъ покупки, покупныхъ цѣнахъ, способахъ расцѣнки, будетъ содѣйствовать установленію довѣрія къ кооперативу; а точность учета товаровъ, сообщеніе возможно наиболѣе часто свѣдѣній объ общемъ положеніи дѣлъ кооператива будутъ укрѣплять кооперативъ въ цѣломъ.

Только тогда, когда учредители принимаютъ мѣры къ примѣненію въ жизни этихъ основныхъ началъ кооперативной торговли, можно быть увѣреннымъ, что

организованное дѣло будетъ прочно и достигнетъ своей основной цѣли.

1. ОРГАНИЗАЦІЯ ЛАВКИ.

а) Мѣстонахожденіе лавки.

Гдѣ открывать лавку? Вотъ вопросъ, который встаетъ предъ учредителями и первымъ правленіемъ въ своихъ начальныхъ дѣйствіяхъ. Уяснивъ себѣ истинныя цѣли кооператива, мы и въ выборѣ мѣста для лавки должны руководиться ими. Общество потребителей открываетъ торговлю не для развитія самой торговли, а для объединенія покупательной силы своихъ членовъ и для служенія имъ же и въ другихъ своихъ дѣйствіяхъ, а потому выборъ мѣста долженъ быть подчиненъ интересамъ членовъ потр-ныхъ обществъ. Такъ какъ въ организаціи потр-наго общества всегда участвуютъ и постоянно въ немъ нуждаются бѣднѣйшіе и средніе демократическіе классы населенія, то прежде всего является излишнимъ устраивать лавку на главныхъ улицахъ; лучше всего въ городахъ открывать торговлю или въ районѣ жительства большинства членовъ общества, если же жители живутъ разбросанно, то въ провинціальныхъ не только уѣздныхъ, но и въ большинствѣ губернскихъ городахъ слѣдуетъ открывать первую лавку на базарныхъ площадяхъ или близъ нихъ; въ крупныхъ городахъ необходимо руководствоваться, главнымъ образомъ, мѣстомъ жительства большинства членовъ. Въ селахъ, станицахъ и деревняхъ лавку необходимо открывать исключительно вблизи базарныхъ площадей, особенно это условіе является обязательнымъ, если общество потребителей дѣйствуетъ на нѣсколько населенныхъ пунктовъ, такъ какъ базары здѣсь являются главнымъ мѣстомъ, куда стекается какъ мѣстное, такъ и окружное населеніе по всѣмъ своимъ дѣламъ. Въ фабрично-заводскихъ

районахъ лавку слѣдуетъ открывать близъ фабрикъ и заводовъ, рабочіе которыхъ входятъ въ составъ общества, ибо, хотя рабочіе живутъ иногда и разбросанно, но закупки они обычно производятъ или во время перерыва работъ, или по окончаніи ихъ.

б) Размѣры лавки.

Чтобы правильно рѣшить вопросъ о размѣрахъ необходимой площади лавки, нужно принять во вниманіе среднюю дневную торговлю, ассортиментъ товаровъ и характеръ дневной торговли: т. е. равномѣрное въ теченіе всего дня или періодическое скопленіе покупателей. Полагая, что всякое потребительное общество въ настоящее время организуется только послѣ предварительной общей пропаганды среди мѣстнаго населенія, можно всегда съ достаточной достовѣрностью опредѣлить средній размѣръ возможнаго дневного оборота лавки, считаясь же съ составомъ самихъ членовъ по ихъ хозяйственному и экономическому положенію, можно также представить себѣ ясно и характеръ отпуска товаровъ, т. е. узко-мелочной и частый отпускъ товаровъ каждому или болѣе крупными количествами и болѣе рѣдкій отпускъ въ отношеніи къ каждому покупателю.

Если составъ членовъ приблизительно однородный, то тѣмъ легче представить себѣ и характеръ торговли; возьмемъ нѣсколько характерныхъ примѣровъ: 1) сельское общество потребителей, — составъ: крестьяне только одного своего села: торговля будетъ преимущественно дробная, наиболѣе усиливающаяся къ вечеру и по праздникамъ; 2) сельское общество потребителей съ райономъ дѣйствій на округу: торговля повседневная какъ и въ первомъ случаѣ, наиболѣе интенсивная во всѣ базарные и праздничные дни; 3) городское общество потребителей съ преимущественнымъ составомъ членовъ изъ числа служащихъ

казенныхъ, частныхъ и общественныхъ учрежденій: отпускъ товаровъ средне-мелочной, скопленіе покупателей въ дни полученія жалованья, въ обычные дни— особо-мелочная торговля въ утренніе часы, остальное время торговля болѣе или менѣе равномѣрная; 4) городское всесословное общество потребителей: отпускъ товаровъ средне-мелочной, скопленіе покупателей по утрамъ и передъ праздниками въ вечерніе часы; 5) фабрично-заводское общество потребителей: торговля преимущественно узко-мелочная, сильное скопленіе покупателей въ утренніе часы, въ обѣдъ и вечеромъ по окончаніи работъ особенно, въ остальные часы торговля слабая. Вотъ, принявъ во вниманіе всѣ эти обстоятельства, нужно установить, какое количество покупателей въ среднемъ можетъ находиться въ лавкѣ одновременно, и размѣръ лавки долженъ вполнѣ соотвѣтствовать этому среднему количеству лицъ, въ противномъ случаѣ, въ лавкѣ будетъ невѣроятная толкотня, усложняющая трудъ приказчиковъ и понижающая его производительность.

Общая сумма оборота товаровъ въ день говоритъ о необходимости опредѣленныхъ запасовъ товаровъ въ лавкѣ и для храненія и выставки ихъ должно имѣть достаточную площадь помѣщеній; равнымъ образомъ ассортиментъ находящихся въ лавкѣ товаровъ также вызываетъ необходимость обезпечить каждый отдѣлъ соотвѣтствующимъ помѣщеніемъ, поэтому, прежде чѣмъ нанимать лавку, необходимо твердо установить тотъ ассортиментъ, который долженъ быть обязательно введенъ въ обычный обиходъ торговли, а также должно принимать во вниманіе и тѣ товары, которые предполагается ввести въ ближайшее время. Вообще, при наймѣ лавки нужно имѣть въ виду не только условія даннаго момента, но и принять во вниманіе ближайшія перспективы возможнаго общаго расширенія дѣла.

конечно, перспективы реальнаго, а не мечтательнаго свойства.

в) Необходимыя условія соотвѣтствія помѣщенію лавки.

Къ нанимаемой лавкѣ необходимо предъявлять слѣдующія требованія: 1) сухость помѣщенія, 2) удобный входъ для покупателей, 3) удобный входъ для вноски и выноски товаровъ (достаточно широкія двери), 4) достаточность свѣта, 5) мѣсто для храненія скоропортящихся товаровъ, 6) мѣсто для храненія товаровъ съ сильнымъ запахомъ, 7) мѣсто для храненія тары, 8) мѣсто для храненія запасовъ товаровъ и 9) мѣсто для распаковки, расцѣнки, развѣски и упаковки товаровъ.

Остановимся на значеніи каждаго изъ указанныхъ пунктовъ и постараемся выяснить, насколько они могутъ отражаться на интересахъ самого общества потребителей въ цѣломъ и на интересахъ отдѣльныхъ членовъ общества потребителей.

Сухость или сырость помѣщенія имѣетъ большое значеніе при храненіи товаровъ: огромное количество товаровъ совершенно не выдерживаетъ сырости на протяженіи непродолжительнаго времени; постоянная порча товаровъ должна вызвать пониженіе его стоимости, или общество потребителей не выполнитъ своей задачи «снабжать потребителей доброкачественными продуктами», ибо будетъ часто отпускать испорченные товары, даже безъ всякаго умысла, такъ какъ такіе товары, какъ мука всякая, гречневая и ячная крупа, манная крупа—часто отъ сырости принимаютъ затхлость, которая становится очевидной только послѣ варки или печенья, и, слѣдовательно, купившій узнаетъ, что онъ купилъ испорченный продуктъ только послѣ его использованія и возвратить его уже не сможетъ. Очень вредно отражается сырость на колбасныхъ товарахъ: колбасы покрываются плѣсенью и пріобрѣтаютъ скоро непріятный запахъ; чтобы сохранить внѣшность товара, колбасы перетираютъ саломъ или масломъ, но внутреннее качество измѣнить нельзя, и покупатель получаетъ по внѣшности товаръ свѣжій, но по внутреннимъ своимъ качествамъ довольно уже плохой. Приведенные примѣры достаточно ясно доказываютъ необходимость самаго строгаго отношенія къ помѣщенію въ смыслѣ его сухости и здѣсь никакихъ отступленій допускать не слѣдуетъ.

Объ удобномъ входѣ для покупателей приходится говорить исключительно въ смыслѣ возможности найти входъ безъ затрудненій, конечно, это опять не значитъ, что входъ долженъ быть съ улицы; входъ въ потребительскую лавку можетъ быть и со двора, но къ нему должны быть проложены мостки, чтобы покупатель не тонулъ въ грязи, дорога ко входу должна быть открытая, ничѣмъ не загроможденная. Входъ долженъ быть достаточно высокъ, не имѣть большого количества ступенекъ внизъ и достаточно широкъ для прохода покупателя съ покупками. Не мало вниманія необходимо обращать на входы въ помѣщенія, куда должны вноситься товары. Нужно, чтобы входныя двери были достаточно широки для пропуска товаровъ въ ящикахъ, мѣшкахъ и бочкахъ, въ послѣднемъ случаѣ нужно имѣть въ виду бочки съ сахаромъ и бочки съ масломъ. Особенное вниманіе должно быть обращено на входы въ подвалы; здѣсь нерѣдко приходится встрѣчаться съ большими недостатками. Необходимо, чтобы входъ въ подвалъ былъ вполнѣ достаточнымъ для скатки бочекъ съ керосиномъ и маслами, для чего самый скатъ долженъ быть отлогимъ, а не крутымъ и чтобы разстояніе у входа между потолкомъ и ступенькой было не менѣе 2½ — 3 аршинъ, иначе крайне тяжело будетъ вносить товары съ кладкою на спинѣ носильщика.

Нечего говорить о томъ, что лавка должна быть свѣтлая, ибо это прежде всего имѣетъ значеніе для храненія товаровъ, да и въ отношеніи гигіеничности свѣтъ содѣйствуетъ наилучшимъ образомъ охранѣ самого помѣщенія.

При наймѣ помѣщенія лавки особенно нужно принимать во вниманіе требованія по пунктамъ 5, 6, 7, 8 и 9. Не будемъ останавливаться на значеніи каждаго изъ этихъ пунктовъ, а постараемся въ общемъ охарактеризовать ихъ значеніе. Потребительное общество открываетъ торговлю, главнымъ образомъ, продуктами первой и повседневной необходимости, поэтому и необходимо заботиться, чтобы для храненія этихъ продуктовъ были наиболѣе лучшія условія. Можно утверждать, что почти для каждой лавки обязательно нуженъ подвалъ, ибо только тамъ можно сохранить всѣ скоропортящіеся продукты, кромѣ нихъ въ подвалѣ же необходимо хранить масло подсолнечное въ бочкахъ, керосинъ въ бочкахъ, ибо бочки могутъ высыхать отъ болѣе или менѣе высокой температуры лавки, а масло и керосинъ будутъ вытекать, нанося ущербъ обществу; тамъ же слѣдуетъ хранить квашенную капусту, соленые огурцы, сельди въ бочкахъ, всякіе сыры, мыло и т. п. товары. При лавкѣ же или въ ближайшемъ къ ней разстояніи необходимо имѣть помѣщеніе для храненія запасовъ товаровъ, причемъ размѣры этихъ хранилищъ должны находиться въ соотвѣтствіи съ родомъ и количествомъ запасаемыхъ товаровъ. Но здѣсь нужно имѣть въ виду, чтобы храненіе разнородныхъ товаровъ въ одномъ помѣщеніи не портило товаровъ, особенно это нужно помнить при храненіи керосина, запахъ котораго воспринимается многими сыпучими товарами; не слѣдуетъ также помѣщать въ одномъ мѣстѣ жидкіе и сухіе товары, дабы не подмочить послѣдніе. Вообще при подысканіи помѣщенія нужно очень много обращать вниманія на

цѣлесообразность его въ смыслѣ размѣщенія и храненія товаровъ, иначе часто случается, что немедленно по открытіи торговли снятое помѣщеніе оказывается совершенно не отвѣчающимъ элементарнѣйшимъ торговымъ требованіямъ.

Очень часто мало обращаютъ вниманія на необходимость нѣкотораго помѣщенія для храненія тары (главнымъ образомъ, ящиковъ, бочекъ), а между тѣмъ ее нужно хранить, ее нужно гдѣ-то складывать; нерѣдко приходится видѣть горы ящиковъ и бочекъ брошенными на дворѣ или громоздящимися горой у стѣны лавки. Послѣдній способъ храненія тары совершенно недопустимъ; вѣдь эта тара угрожаетъ всему товару въ пожарномъ отношеніи, являясь хорошимъ горючимъ матеріаломъ, особенно если здѣсь будутъ лежать бочки отъ керосина. Для склада тары лучше всего имѣть отдѣльно отъ самой лавки сарай.

Всѣ товары, поступающіе непосредственно въ лавку для продажи, должны быть вскрыты, осмотрѣны и расцѣнены, послѣ чего и поступаютъ въ продажу. Для производства всей этой работы нужно настоятельно рекомендовать отводить особое, достаточно просторное помѣщеніе. Не слѣдуетъ производить эту работу непосредственно въ торговомъ помѣщеніи лавки, лучше всего имѣть сзади этого помѣщенія особую комнату, гдѣ работа можетъ вестись болѣе спокойно и безъ всякой помѣхи со стороны покупателей. Остается еще отмѣтить необходимость особаго помѣщенія при лавкѣ или, въ крайнемъ случаѣ, въ ближайшемъ къ ней разстояніи для нуждъ самого правленія общества потребителей. Отсутствіе такого помѣщенія нерѣдко мѣшаетъ работамъ правленія и ревизіонной комиссіи, что, конечно, должно очень вредно отражаться на развитіи всего дѣла общества потребителей.

г) Внѣшній видъ лавки.

Внѣшнимъ своимъ видомъ лавка потребительнаго общества должна выдѣляться среди лавокъ частныхъ торговцевъ. Поэтому не слѣдуетъ гнаться за шикарностью внѣшняго вида: громадныя окна-витрины, зеркальныя двери, красивыя выставки въ витринахъ, дорогія вывѣски—все это излишне для потребительнаго общества, которому не нужно улавливать покупателя, ибо его покупатели сами участники кооператива, а не случайный, проходящій элементъ. Но изъ этого не слѣдуетъ, что потребительская лавка можетъ не заботиться о своей внѣшности. Нѣтъ, о внѣшности заботиться необходимо, но эти заботы должны быть направлены къ тому, чтобы внѣшность лавки говорила о внутреннемъ содержаніи самого кооператива въ цѣломъ. Вывѣска должна быть самая скромная и на ней должно быть только названіе потребительнаго общества, на обоихъ концахъ вывѣски обязательно должна быть нарисована эмблема потребительской кооперації—двѣ взаимно пожимающія руки. Въ витринахъ или просто у оконъ слѣдуетъ выставлять въ рамахъ кооперативные плакаты съ рисунками (напримѣръ, плакатъ «ноша потребителя»), обязательно слѣдуетъ выставить 10 правилъ для члена потребительнаго общества; изъ товаровъ прежде всего необходимо выставлять товары кооперативнаго производства, а затѣмъ и другіе товары, дающіе представленіе потребителю о томъ, какіе товары продаются въ лавкѣ общества потребителей; въ окнахъ же слѣдуетъ выставлять образцы кооперативной литературы, кооперативные журналы, какъ своего района, такъ и центральнаго союзнаго издательства. Внѣшній видъ всегда долженъ сохраняться въ должной чистотѣ и опрятности.

д) Внутреннее устройство лавки.

Прежде всего необходимо использовать площадь торговаго помѣщенія лавки такъ, чтобы обезпечить себѣ наиболѣе успѣшное выполненіе работъ; нужно предоставить достаточно свободное мѣсто для покупателей и вмѣстѣ съ тѣмъ не слѣдуетъ стѣснять и расположеніе полокъ, прилавокъ, шкаповъ и ларей, такъ какъ должна быть возможность свободныхъ движеній для приказчиковъ. Для установки полокъ и шкаповъ слѣдуетъ использовать всѣ широкіе простѣнки, но отнюдь не закрывать оконъ, дабы не уменьшать силы дневного освѣщенія. Прилавки слѣдуетъ ставить на разстояніи не менѣе 1¼ арш. отъ полокъ, ширина прилавка не должна превышать 1 аршина, иначе получится чрезмѣрная громоздкость ихъ. Какъ полки, такъ и прилавки слѣдуетъ строить не цѣльными, а, по возможности, складными, дабы безъ особой ломки ихъ можно было бы использовать въ новомъ помѣщеніи. Вся обстановка магазина должна быть скромна, безъ всякой вычурности и роскоши, но она должна быть удобна для храненія товаровъ и для быстроты взятія товаровъ съ полки. Внутренняя часть прилавка должна быть использована для храненія товаровъ и упаковочныхъ матеріаловъ.

Ни въ коемъ случаѣ не слѣдуетъ развѣшивать на стѣнахъ разныхъ плакатовъ и объявленій фирмъ,—все свободное мѣсто лавки должно быть использовано для пропаганды идей кооперації: здѣсь должны быть развѣшаны плакаты съ изреченіями великихъ кооперативныхъ и общественныхъ мыслителей, портреты кооперативныхъ работниковъ и творцовъ кооперації, фотографическіе снимки съ собственныхъ кооперативныхъ фабрикъ и заводовъ—какъ отдѣльныхъ кооперативовъ, такъ и союзныхъ кооперативныхъ съѣздовъ и собраній; здѣсь же должны быть вывѣшены свѣдѣ-

нія изъ жизни самого потребительнаго общества: о прибывшихъ новыхъ товарахъ, расцѣнка товаровъ, состояніе общихъ счетовъ потребительнаго общества за каждый мѣсяцъ, картографическое изображеніе роста потребительнаго общества и его отдѣловъ. Пусть лавка потребительнаго общества явится не только торговымъ помѣщеніемъ, но и мѣстомъ наглядnаго кооперативно-общественнаго воспитанія!

Избѣгая всякой излишней роскоши и богатства обстановки во внѣшнемъ ея видѣ, нужно ввести въ лавку общества потребителей другую роскошь—безукоризненную чистоту и опрятность. Къ сожалѣнію, въ потребительныхъ обществахъ на это обращается мало вниманія, и нерѣдко лавка потребительнаго общества имѣетъ видъ крайне неопрятный: грязь и соръ царитъ всюду, пыль покрываетъ всѣ полки, стекла въ окнахъ и дверяхъ грязныя, въ пятнахъ; такая небрежность недопустима. Члены правленія и каждый членъ общества должны всячески настаивать на соблюденіи самой строгой чистоты во всѣхъ помѣщеніяхъ своего кооператива.

е) Распредѣленіе и храненіе товаровъ въ лавкѣ.

Крайне важно умѣло распредѣлить товары въ самой лавкѣ, это часто сохраняетъ товары отъ ненужной порчи и облегчаетъ работу приказчиковъ. Прежде всего необходимо всѣ продукты съ сильнымъ запахомъ хранить въ закрытыхъ шкапахъ; это особенно относится къ табачнымъ издѣліямъ. Каждый отдѣлъ долженъ имѣть свое мѣсто и не смѣшиваться съ другими отдѣлами, иначе затрудняется отысканіе товаровъ; даже въ одномъ отдѣлѣ съ большимъ ассортиментомъ необходимо распредѣленіе по ассортиментамъ, причемъ для удобства цѣлесообразна наклейка на полкахъ узкихъ лентъ съ наименованіемъ отдѣла и ассортимента, напримѣръ: «хозяйственный—ложки

разныя», «писчебумажный—конверты» и т. п. Ни въ какомъ случаѣ не слѣдуетъ хранить въ общемъ помѣщеніи керосинъ, или деготь съ разными продовольственными лабазно-бакалейными товарами, порча товаровъ тогда неизбѣжна, особенно, при интенсивной работѣ приказчика.

Необходимо обратить вниманіе на нежелательность храненія текущихъ запасовъ мучныхъ товаровъ, крупъ, риса и т. п. въ большихъ деревянныхъ ларяхъ. Такіе лари обыкновенно никогда хорошо не вычищаются, всегда на днѣ остаются остатки прежней муки, и часто на нихъ высыпаютъ новое количество, въ мукѣ и крупахъ заводится «шашель» и портитъ продуктъ, кромѣ того слежавшіеся и испортившіеся остатки заражаютъ новый товаръ. Цѣлесообразнѣе строить отдѣльные для каждаго товара небольшіе лари, а еще лучше—отдѣльныя бочки съ обрѣзанными въ передней части сверху краями; эти лари и бочки удобно выносить на воздухъ, вычищать тамъ хорошенько и провѣтривать, кромѣ того они даютъ возможность легко ихъ переставлять съ мѣста на мѣсто и потому не стѣсняютъ при общей перегруппировкѣ отдѣловъ и при перемѣнахъ помѣщенія.

На полкахъ товаръ должно раскладывать такъ, чтобы онъ былъ хорошо виденъ покупателю, особенно это относится къ хозяйственному отдѣлу, гдѣ каждый покупатель при покупкѣ руководствуется своимъ спеціальнымъ вкусомъ. Въ такихъ отдѣлахъ цѣлесообразно устраивать особыя горки-выставки, гдѣ выставлялись бы образцы всѣхъ имѣющихся въ лавкѣ сортовъ, тогда покупателю легче выбрать необходимый предметъ, а приказчикъ можетъ быстро отобрать нужный товаръ, записавъ № образцовъ.

Слѣдуетъ періодически, не менѣе одного раза въ недѣлю, производить осмотръ всѣхъ товаровъ, находящихся какъ въ лавкѣ, такъ и въ прочихъ мѣстахъ

храненія, чтобы своевременно принять мѣры къ охранѣ товаровъ отъ порчи. Несоблюденіе этого правила обычно приноситъ обществу потребителей большой ущербъ, а потому на осмотръ товаровъ должно быть обращено большое вниманіе.

ж) Затрата средствъ на наемъ и устройство лавки.

Приступать къ затратѣ средствъ на наемъ и устройство лавки можно только тогда, когда правленіе выяснило для себя общую смѣту оборотовъ, доходовъ и расходовъ общества, иначе затраты могутъ оказаться слишкомъ крупными, и все дѣло потребительнаго общества должно затормозиться. По статистическимъ даннымъ Московскаго союза потрбительныхъ обществъ [1]) расходъ на наемъ помѣщеній составляетъ въ среднемъ 8,25% общей суммы торговыхъ расходовъ, повышаясь при уменьшеніи общаго оборота; по отношенію же къ общему обороту общества этотъ расходъ составляетъ въ среднемъ 1%, понижаясь для сельскихъ обществъ до 0,35%. Такимъ образомъ, средній расходъ общества потребителей, на помѣщенія при годовомъ оборотѣ не ниже 20.000 руб., долженъ выразиться для города до 200 руб. въ годъ, а въ селахъ до 100—150 руб. въ годъ, при оборотѣ отъ 50.000 до 100.000 руб.—до 1.000 руб. Конечно, эти цифры должны измѣняться въ сторону увеличенія и уменьшенія въ зависимости отъ мѣстныхъ условій и потому могутъ быть принимаемы только въ качествѣ руководящаго начала, а не для точнаго выполненія, однако, нужно помнить, что расходы на помѣщеніе должны находиться въ извѣстныхъ предѣлахъ, и высшій размѣръ ихъ не долженъ превышать 2—2½% къ обороту; конечно, этотъ процентъ можетъ быть и по-

1) Курсы по коопераціи. В. Н. Зельгеймъ. Организація и практика потребительныхъ обществъ въ Россіи.

вышенъ, но тогда необходимо будетъ соотвѣтственно повысить и валовой доходъ, повысивъ среднюю надбавку на продажную стоимость товаровъ. Кромѣ того, нужно затраты на наемъ и оборудованіе помѣщеній производить съ такимъ разсчетомъ, чтобы они не истощали слишкомъ оборотныя средства общества. Хотя расходы на оборудованіе помѣщеній и не подлежатъ немедленному покрытію доходами, а покрываются постепенно (отъ 3-хъ до 5-ти лѣтъ, но не свыше срока аренды и помѣщенія), но можно опредѣленно рекомендовать, чтобы затраты на уплату первоначальнаго взноса за аренду и на оборудованіе не превысили 25% собранныхъ паевыхъ взносовъ, если же затраты должны превысить этотъ предѣлъ, то необходимо изыскать для пополненія превышенія особые источники особыми взносами членовъ или займомъ—въ послѣднемъ случаѣ условія погашенія займа должны соотвѣтствовать постепенности погашенія стоимости имущества

Иногда потребительныя общества въ первую очередь пріобрѣтаютъ земельную собственность и возводятъ на ней торговую постройку съ затратой на это почти всѣхъ своихъ паевыхъ взносовъ. Такое дѣйствіе является безусловно нежелательнымъ, ибо ставитъ общество потребителей въ тяжелое положеніе въ отношеніи дальнѣйшихъ дѣйствій по закупкѣ товаровъ; общество вынуждено бываетъ искать возможности покупать товары только въ кредитъ и обычно скоро попадаетъ въ кабалу къ ближайшему крупному оптовику, который постарается сбыть товары обществу плохого качества и по высокимъ цѣнамъ. Однако, нельзя отрицать необходимости въ нѣкоторыхъ случаяхъ постройки собственной лавки, это особенно часто бываетъ въ селахъ и въ фабрично-заводскихъ районахъ, гдѣ вообще нѣтъ достаточнаго количества соотвѣтствующихъ торговыхъ помѣщеній. Но тогда

потребительное общество должно изыскать на постройку спеціальныя средства. Въ этомъ отношеніи можетъ оказать помощь мѣстный кредитный кооперативъ, земство и земская касса мелкаго кредита, причемъ послѣдняя можетъ выдавать на эти цѣли долгосрочныя ссуды; въ крайнемъ случаѣ можно прибѣгнуть къ помощи Московскаго Народнаго банка, который можетъ выдать ссуду на срокъ до 9-ти мѣсяцевъ подъ вексель общества потребителей, бланкированный ближайшимъ районнымъ или областнымъ союзомъ потребительныхъ обществъ.

Вообще, къ постройкѣ собственныхъ помѣщеній нужно относиться возможно осторожнѣе, ибо въ первые годы дѣйствій общества не такъ-то легко опредѣлить даже близкое его будущее и можетъ случиться, что уже по истеченіи первыхъ лѣтъ построенное помѣщеніе по своимъ размѣрамъ и общему устройству будетъ совершенно не соотвѣтствовать дѣйствительной потребности. Арендованное помѣщеніе всегда легко перемѣнить, даже въ случаѣ заключенія долгосрочнаго контракта, затрату же собственныхъ средствъ на постройку, оказавшуюся негодной для общества, вернуть бываетъ не такъ легко и здѣсь весьма возможны или значительные убытки отъ затраты новыхъ средствъ,—или въ силу необходимости придется сидѣть, хотя въ своемъ собственномъ, но неудобномъ помѣщеніи и тѣмъ, можетъ быть, тормозить развитіе всего дѣла въ цѣломъ.

2. АССОРТИМЕНТЪ ТОВАРОВЪ.

а) Выборъ ассортимента.

Велико стремленіе въ потребительныхъ обществахъ къ созданію универсальной торговли, и учредители во главѣ съ правленіемъ долго рѣшаютъ вопросы, какіе товары необходимо имѣть въ своей лавкѣ. Предложенія потребителей сыпятся какъ изъ рога изобилія: здѣсь и мясная торговля, чернобакалейные товары, хлѣбъ печеный, кондитерскій отдѣлъ, консервные и рыбные продукты, парфюмерія, галантерея, мануфактура, обувь, а въ сельскихъ обществахъ—хозяйственный, скобяной, шорный и сапожно-кожевенный отдѣлы; всѣ отдѣлы хочется обнять новому потребительному обществу. А вѣдь и въ каждомъ то отдѣлѣ очень много товаровъ разныхъ фирмъ, марокъ и фасоновъ, даже такой товаръ какъ мука и тотъ имѣетъ много сортовъ, а еще больше вырабатывается на многочисленныхъ мельницахъ. Здѣсь руководителямъ потребительнаго общества нужно быть очень осторожными и не брать на себя непосильной задачи.

Нужно остановиться первоначально на такомъ ассортиментѣ, который могъ бы удовлетворить потребности всѣхъ членовъ общества, независимо отъ ихъ соціальнаго или экономическаго положенія. Основной ассортиментъ составляютъ лабазные товары, куда входятъ: мука, крупа, соль, керосинъ, свѣчи, мыло, спички, масло всякое; далѣе, идутъ продукты подъ общимъ названіемъ бакалейно-колоніальныхъ товаровъ, какъ-то: чай, сахаръ, кофе и суррогаты кофе, рисъ, перецъ сингапурскій и англійскій, лавровый листъ и т. п. Съ этихъ двухъ отдѣловъ и слѣдуетъ начать организацію торговли въ потребительской лавкѣ, ибо они одинаково необходимы для всѣхъ классовъ населенія, для жителей городскихъ, сельскихъ и для рабочихъ. Но при организаціи этихъ двухъ отдѣловъ нужно быть очень осторожнымъ въ составленіи сортовъ каждаго рода продуктовъ.

Условія частной торговли и конкуренція заставили предпринимателей выпускать одни и тѣ же товары подъ разными марками, а широковѣщательныя рекламы заставляли покупателей обращать особое вниманіе на товары опредѣленныхъ только фирмъ. Вотъ и

случается, что въ потребительской лавкѣ хотятъ удовлетворить индивидуальный вкусъ и привычки каждаго потребителя, однако, этого слѣдуетъ избѣгать и пріучать своихъ членовъ къ инымъ способамъ снабженія продуктами. Задача потребительнаго общества не просто доставлять продукты, а организовать потребителя, поэтому потребительное общество должно не разбрасываться въ своей работѣ, а сосредоточивать ее, имѣя въ виду достиженіе общихъ цѣлей. Неорганизованный потребитель не потому привыкъ къ употребленію къ спеціальнымъ для него яко-бы изготовляемымъ маркамъ и сортамъ товаровъ, что онъ умѣетъ разбираться въ ихъ особыхъ свойствахъ и достоинствахъ, нѣтъ, онъ въ огромной своей массѣ совершенно въ этомъ не разбирается, но, зная по опыту, какъ много плохихъ продуктовъ выпускается на рынокъ, онъ боится купить плохое и потому легко поддается на широкія рекламы. Можно не мало указать случаевъ, когда какая-либо новая фирма выпускаетъ товаръ болѣе высокаго качества, чѣмъ фирма болѣе старая, но потребитель просто не разбирается въ товарѣ и потому отказывается брать новый сортъ. И потребительное общество должно настойчиво проводить только наилучшіе сорта товаровъ, не разбрасываясь въ количествѣ фирмъ и сортовъ одного и того же товара.

Въ этихъ цѣляхъ не лишнимъ будетъ производство спеціальныхъ опытовъ выпечки хлѣба изъ одного сорта муки разныхъ мельницъ, распространеніе результатовъ химическаго анализа нѣкоторыхъ продуктовъ (какъ напримѣръ: молотаго кофе, какао, овощныхъ и рыбныхъ консервовъ, мыла и т. п.). Такимъ путемъ при достаточной настойчивости можно скоро достигнуть видимыхъ результатовъ въ сокращеніи количества отдѣльныхъ марокъ, сортовъ и фирмъ однихъ и тѣхъ же товаровъ. Въ этихъ же цѣляхъ можно рекомендовать продажу товаровъ въ упаковкѣ съ фирмой

самого общества потребителей, такъ можно поступать съ мукой и цѣлой массой разныхъ продуктовъ. Если имѣются товары кооперативнаго производства, то потребительное общество должно немедленно ввести у себя его продажу и постепенно совершенно уничтожить у себя продажу одноименныхъ товаровъ другихъ фирмъ.

Такимъ образомъ, основнымъ ассортиментомъ товаровъ новаго потребительнаго общества должны явиться товары лабазные и бакалейно-колоніальные, къ нимъ можно рекомендовать отдѣлы посудно-хозяйственный и для сельскихъ обществъ—желѣзно-скобяной; но въ этихъ отдѣлахъ ассортиментъ долженъ быть доведенъ до минимума и заключать въ себѣ только предметы обычнаго общаго употребленія въ демократическихъ слояхъ населенія.

Въ нѣкоторыхъ районахъ потребительныя общества вводятъ въ кругъ своихъ операцій продажу предметовъ и продуктовъ сельско-хозяйственнаго обихода, какъ-то: земледѣльческія орудія, кормовые продукты (отруби, сѣно, овесъ) и сѣмена разныя. Нужно настоятельно избѣгать этихъ отдѣловъ, ибо они совсѣмъ не входятъ въ сферу дѣйствій общества потребителей, это задача сельско-хозяйственной кооперації и если на мѣстѣ такого кооператива нѣтъ, то слѣдуетъ приложить всѣ усилія къ его созданію.

Только тамъ, гдѣ общій уровень кооперативнаго сознанія массы слишкомъ низокъ и нѣтъ достаточнаго количества организаціонныхъ силъ, допустимо смѣшеніе въ потребительномъ обществѣ функцій сельско-хозяйственнаго кооператива, но и то только временно, впредь до созданія сельско-хозяйственнаго кооператива, чему должны содѣйствовать руководители потребительнаго общества.

б) Неудобства многочисленнаго ассортимента.

Введеніе въ обиходъ торговли потребительнаго общества широкаго и разнообразнаго ассортимента товаровъ съ начала дѣйствій общества крайне опасно по весьма многимъ причинамъ. Прежде всего, многочисленный ассортиментъ товаровъ требуетъ достаточно детальнаго знакомства со вкусами и привычками покупателей, а въ потребительномъ обществѣ этого въ первое время нѣтъ.

Правленіе, преимущественно мало знакомое не только практически, но и теоретически съ торговлей вообще, не можетъ разбираться въ отдѣльныхъ маркахъ и сортахъ товаровъ, а потому обычно довѣряется умѣнью приказчика-поставщика подобрать товаръ; если даже товаръ покупается черезъ союзную организацію, то и здѣсь не могутъ знать вкусовъ и потребностей каждой мѣстности. Поэтому часто случается, что закупленный при открытіи общества потребителей товаръ ликвидируется потомъ въ теченіе цѣлаго ряда лѣтъ, а между тѣмъ средства общества обычно не велики и оно лишается возможности пополнять наличность товаровъ тѣми сортами, потребность въ которыхъ выяснилась въ процессѣ самой торговли.

Не мало затрудненій будетъ испытывать общество въ подысканіи приказчиковъ съ соотвѣтствующими познаніями; трудно найти универсальнаго спеціалиста, а это влечетъ за собой неумѣлое обращеніе съ товаромъ, неумѣлый подборъ товаровъ, въ результатѣ увеличеніе залежи товаровъ, выходъ изъ моды (особенно кружева, отдѣлки и рисунчатыя матеріи) и полное обезцѣненіе его, порча товаровъ, что въ общемъ итогѣ можетъ принести обществу крупные убытки и, можетъ быть, явится причиной полной гибели общества. Мы призываемъ организаторовъ потребительныхъ обществъ къ самой большой осторожности въ

выборѣ необходимыхъ отдѣловъ торговли и установленіи ассортимента товаровъ.

в) Постепенное увеличеніе ассортимента.

По мѣрѣ увеличенія оборотныхъ средствъ, упроченія самого общества потребителей и выясненія потребностей самихъ потребителей является вполнѣ цѣлесообразнымъ постепенно вводить болѣе обширный ассортиментъ товаровъ существующихъ отдѣловъ и открывать новые отдѣлы. Въ выборѣ новыхъ отдѣловъ необходимо руководствоваться прежде всего мѣстными условіями частной торговли и потребностями населенія; слѣдуетъ останавливать свое вниманіе на такихъ отдѣлахъ, которые во всякомъ случаѣ будутъ отвѣчать запросамъ большинства членовъ общества, и постановка которыхъ въ частной торговлѣ крайне неудовлетворительна.

Такъ, вводя, напримѣръ, галантерейный отдѣлъ, нужно совершенно избѣгать закупки спеціально модныхъ вещей, а ограничиваться на первое время только предметами домашняго обихода, этимъ же правиломъ нужно руководствоваться при открытіи парфюмернаго, конфектно-кондитерскаго, писчебумажнаго и канцелярскаго отдѣловъ. Во всякомъ случаѣ, слѣдуетъ избѣгать введенія въ кругъ торговли продажи предметовъ роскоши: золотыхъ и серебряныхъ вещей, дорогихъ заграничныхъ парфюмерныхъ товаровъ, скоропортящихся дорогихъ фруктовъ, рыбы и вообще дорогихъ гастрономическихъ товаровъ. Необходимо помнить, что потребительская кооперація есть кооперація трудовыхъ демократическихъ слоевъ населенія въ широкомъ смыслѣ слова, а потому тамъ не можетъ быть допускаема продажа товаровъ, составляющихъ предметы роскоши.

Исторія піонеровъ потребительской кооперації «рочдэльскихъ ткачей» указываетъ намъ правильный

путь расширенія ассортимента товаровъ. Пусть каждый кооператоръ руководится ею въ своей практической работѣ.

г) Опасные отдѣлы.

Къ этой категоріи необходимо отнести главнымъ образомъ слѣдующіе отдѣлы: 1) мясной, 2) молочный, 3) мануфактурный и 4) готоваго платья. Остановимся немного на каждомъ изъ этихъ отдѣловъ и выяснимъ причины, по которымъ они отнесены къ разряду опасныхъ.

1) Мясной отдѣлъ. Казалось бы, что продажа мяса должна быть введена съ первыхъ же шаговъ дѣйствій общества потребителей, но многія причины заставляютъ рекомендовать воздерживаться отъ этого. Мясо относится къ числу скоропортящихся продуктовъ, особенно во время лѣта, когда свѣжее мясо портится въ теченіе дня. Поэтому прежде всего необходимо быть гарантированнымъ, что пріобрѣтенное количество мяса обязательно будетъ раскуплено потребителями, и если такой увѣренности нѣтъ, то общество потребителей должно имѣть хорошіе холодильники или хотя бы ледникъ. Если мясо не распродано своевременно, его необходимо немедленно или продать по пониженной цѣнѣ въ колбасную или засолить на солонину. Далѣе, мясная торговля требуетъ большой спеціализаціи: необходимо чрезвычайно умѣло раздѣлить тушу такъ, чтобы это, съ одной стороны, удовлетворило разборчиваго потребителя, а съ другой—не оставило бы въ пользу общества значительнаго количества костей, которое явится чистымъ убыткомъ общества.

Мы очень хорошо знаемъ тѣ пріемы, которыми ведется частная мясная торговля, тамъ отъ продавца мяса требуется не только умѣнье разрѣзать кусокъ, но и умѣнье, какъ говорится, «зубы заговаривать»; приказчикъ мясной лавки обычно ловко и незамѣтно для

покупателя подсунетъ ему совершенно ненужный кусокъ или кость, чѣмъ и достигается наибольшая доходность отъ мясной торговли. Потребительное общество къ такимъ пріемамъ прибѣгать не можетъ, но поэтому именно ему будетъ очень трудно бороться съ мѣстными мясоторговцами.

Если общество потребителей въ силу мѣстныхъ условій должно приступить къ мясной торговлѣ, то нужно заранѣе быть готовыми нести убытки, кромѣ того, необходимо найти опытнаго человѣка по раздѣленію туши и сортировкѣ мяса, но ни подъ какимъ видомъ нельзя допускать пріемовъ частной мясной торговли, лишь тогда общество потребителей постепенно привлечетъ своихъ членовъ къ закупкѣ мяса въ своемъ обществѣ.

2. Молочный отдѣлъ. Главнымъ затрудненіемъ въ организаціи молочнаго отдѣла является необезпеченность сбыта всего товара и быстрота порчи его, вмѣстѣ съ тѣмъ эти продукты требуютъ безукоризненной чистоты всѣхъ мѣстъ храненія и холодильниковъ. Если при молочномъ отдѣлѣ можетъ быть организована, хотя бы небольшая маслодѣльная и сыроварня, то тогда можно безъ особаго риска приступить къ продажѣ молочныхъ продуктовъ. Конечно, частичное введеніе молочныхъ продуктовъ въ общій ассортиментъ товаровъ является вполнѣ возможнымъ: стерилизованное молоко, масло сливочное и столовое, голландскій сыръ особо сложныхъ условій храненія не требуютъ и не подвергаются скорой порчѣ, а потому продажу ихъ можно даже рекомендовать.

3. Мануфактурный отдѣлъ. Къ организаціи этого отдѣла обычно приступаютъ въ первую очередь многія сельскія и рабочія потребительныя общества, рѣже—городскія. Прельщаетъ внѣшняя легкость организаціи отдѣла, довольно свободный и продолжительный кредитъ у оптовиковъ мануфактуристовъ. Однако,

это наиболѣе опасный отдѣлъ. Прежде всего, ассортиментъ мануфактурныхъ товаровъ чрезвычайно обширенъ, вкусы у потребителей слишкомъ разнообразны, рисунки матерій и сорта выработки мѣняются и находятся въ зависимости отъ разныхъ «модныхъ» теченій.

Чтобы организовать правильно этотъ отдѣлъ, нужны крупныя средства, нужно большое умѣнье уяснять себѣ вкусъ потребителей, постоянно слѣдить за всѣми новостями въ мануфактурномъ дѣлѣ и быстро освѣжать имѣющійся въ лавкѣ товаръ соотвѣтствующими новостями. Однако, нечего скрывать, что въ большинствѣ случаевъ за дѣло устройства потребительнаго общества берутся люди малосвѣдущіе въ торговлѣ вообще и въ мануфактурѣ особенно. Никто не знаетъ достаточно ни потребностей членовъ общества, ни тѣмъ болѣе ассортимента мануфактуры, а здѣсь необходимо личное участіе въ выборѣ соотвѣтствующихъ сортовъ, какъ ни въ какомъ другомъ отдѣлѣ. Въ такихъ случаяхъ, за отсутствіемъ собственныхъ познаній, полагаются на познанія приказчиковъ-отборщиковъ оптовика, который производитъ подборъ товаровъ, несомнѣнно, не въ ущербъ своему хозяину.

Но, не смотря на все это, обычно въ первое время развитіе мануфактурнаго отдѣла идетъ быстро, ибо цѣны всегда возможно установить болѣе низкія, чѣмъ у мѣстнаго торговца, да и товаръ свѣжій, не залежавшійся; это очень радуетъ руководителей и начинается заготовка въ болѣе крупныхъ размѣрахъ. Чѣмъ большій ассортиментъ мануфактуры вводится въ продажу, тѣмъ серьезнѣе дѣлается рискъ. Начинаетъ понемногу создаваться залежь товаровъ, вышедшихъ изъ моды или просто не понравившихся потребителямъ, наступаютъ сроки платежей, а необходимо дѣлать новый подборъ, иначе старый совсѣмъ не продашь, да и нечего будетъ продавать. Постепенно залежь товаровъ

все увеличивается и съѣдаетъ всѣ средства потребительнаго общества; чтобы выйти изъ создавшагося затрудненія, организуютъ распродажи залежавшагося товара и разныхъ остатковъ, по примѣру частныхъ торговцевъ, причемъ случается, что общество потребителей выѣзжаетъ съ такими товарами даже на ближайшія ярмарки, однако, рѣдко удается ликвидировать залежи безъ крупныхъ убытковъ и не мало случаевъ было зарегистрировано инструкторами Московскаго союза потребительскихъ обществъ, когда общество потребителей совершенно прекращало свое существованіе изъ-за невозможности ликвидировать залежи мануфактурныхъ товаровъ.

Этотъ отдѣлъ обычно служитъ причиной неправильнаго вывода чистой прибыли, такъ какъ залежавшійся товаръ учитывается по прежней своей цѣнѣ, а не по пониженной, чѣмъ и объясняется удивленіе потребителей, когда послѣ нѣсколькихъ лѣтъ существованія общества съ мануфактурнымъ отдѣломъ при ежегодныхъ достаточныхъ прибыляхъ вдругъ оказывается огромный убытокъ послѣ переоцѣнки залежи.

Если въ нѣкоторыхъ отдѣльныхъ случаяхъ введеніе мануфактурнаго отдѣла диктуется мѣстными условіями, то необходимо приступить къ этому съ большой осторожностью, необходимо ограничивать ассортиментъ исключительно такъ называемыми «ходовыми» сортами бѣленыхъ и гладкихъ товаровъ, совершенно избѣгая, хотя-бы на первое время, всякихъ рисунчатыхъ сортовъ.

4. **Готовое платье.** Къ организаціи этого отдѣла приступаютъ обычно рабочіе кооперативы. Къ нему можно почти цѣликомъ отнести все то, что говорилось относительно мануфактурнаго отдѣла, но есть еще одно обстоятельство, сильно усугубляющее сложность отдѣла—это разнообразіе размѣровъ. Поэтому къ от-

дѣлу готоваго платья слѣдуетъ относиться съ еще большей осторожностью.

3. РАЗМѢРЫ ЗАПАСОВЪ ТОВАРА.

а) Опредѣленіе размѣровъ общей наличности товаровъ.

Приступая къ практической работѣ закупки товаровъ для потребительнаго общества, послѣ опредѣленія ассортимента товаровъ каждаго отдѣла, нужно предварительно выяснить себѣ, а въ какомъ количествѣ или на какую сумму вообще необходимо закупить товаръ и имѣть его постоянно въ запасѣ?

Конечно, здѣсь прежде всего придется считаться съ наличностью имѣющихся оборотныхъ средствъ (паевой капиталъ, товарные кредиты), но это еще не есть основное мѣрило, ибо при извѣстныхъ условіяхъ общество потребителей могло бы добыть довольно значительныя средства для покупки товаровъ, нужно все же бояться на первыхъ порахъ заготовки товаровъ въ крупныхъ размѣрахъ, что часто ведетъ къ плохимъ послѣдствіямъ.

Наиболѣе правильно исчислить необходимую наличность товаровъ въ соотвѣтствіи съ предполагаемымъ или установившимся уже оборотомъ, причемъ здѣсь нужно принимать во вниманіе условія транспорта и доставки товаровъ въ лавку. Если общество потребителей находится при линіи желѣзной дороги и въ теченіе всего года нѣтъ особыхъ неудобныхъ условій доставки товаровъ въ лавку, то обычно слѣдуетъ рекомендовать производить закупку товаровъ въ среднемъ въ предѣлахъ мѣсячнаго оборота общества потребителей, само собой разумѣется, что это указаніе совершенно не относится къ скоропортящимся продуктамъ, которые должны закупаться въ такихъ размѣрахъ, которые гарантировали бы продажу ихъ до наступленія момента порчи. Такимъ образомъ, если мѣсячный оборотъ общества выражается въ суммѣ до 2.000—3.000 р., то и наличность товаровъ слѣдуетъ держать въ этихъ предѣлахъ. Это общее правило трудно бываетъ примѣнить въ тѣхъ случаяхъ, когда условія путей сообщенія не могутъ гарантировать регулярнаго полученія товаровъ, но и тогда необходимо наличность товаровъ опредѣлить въ полномъ соотношеніи къ этому обороту, какой общество потребителей должно сдѣлать за періодъ бездорожья.

б) Быстрота оборотовъ и невыгодность крупныхъ закупокъ.

Организующееся потребительное общество, да и большинство дѣйствующихъ, обычно располагаютъ весьма скромными оборотными средствами, поэтому необходимо здѣсь примѣнять такіе пріемы торговли, которые при малыхъ средствахъ гарантировали-бы максимумъ оборота. Чтобы этого достигнуть нужно чрезвычайное напряженіе вниманія правленія въ сторону раціональной постановки закупки товаровъ. Постоянное внимательное слѣженіе за наличностью товаровъ, своевременность передачи заказа, экономія при заказахъ въ смыслѣ ограниченія крупныхъ запасовъ, все это дастъ возможность быстро распродавать имѣющійся въ лавкѣ товаръ и на его мѣсто получать новый.

Обычно считаютъ, что оборотный капиталъ въ торговлѣ общества потребителей можетъ обернуться 10 разъ, однако, практика доказываетъ, что при нѣкоторомъ напряженіи быстроты оборота купли-продажи товаровъ, капиталъ можетъ удвоить число своихъ оборотовъ, поэтому и-ымъ обществамъ слѣдуетъ обращать самое большое вниманіе на доведеніе быстроты оборота до наибольшей интенсивности. Трудно говорить объ интенсивности торговаго оборота въ тѣхъ потребительныхъ обществахъ, которыя отстоятъ на дале-

кихъ разстояніяхъ отъ закупочныхъ пунктовъ и находятся, къ тому же, въ чрезвычайно неблагопріятныхъ условіяхъ въ отношеніи путей сообщенія, все же многія общества потребителей могутъ сдѣлать въ этомъ отношеніи очень многое, если будутъ допускать меньше ошибокъ при опредѣленіи количества нобходимаго имъ продукта.

Къ сожалѣнію, нерѣдко существуетъ неправильная точка зрѣнія на вопросы закупки. Полагаютъ, что нужно товары закупать въ возможно большихъ размѣрахъ, ибо тогда легче выговорить болѣе дешевую цѣну и дешевле обойдется доставка. Въ такихъ случаяхъ обычно забываютъ, что о-во потребит. обладаетъ скромными средствами и если они будутъ затрачены на закупку въ крупныхъ количествахъ какого-либо товара, которое нужно будетъ продавать въ теченіе нѣсколькихъ мѣсяцевъ, то общество потребителей не въ состояніи будетъ поддерживать въ нормальномъ состояніи запасы товаровъ всѣхъ своихъ отдѣловъ и тогда естественно будетъ сокращенъ оборотъ лавки за счетъ значительнаго запаса нѣкоторыхъ группъ товаровъ, а, слѣдовательно, видимая выгода отъ закупки не дастъ реальныхъ результатовъ, такъ какъ будетъ покрыта недоборомъ доходовъ по другимъ отдѣламъ вслѣдствіе сокращенія оборотовъ.

Если дѣйствительно является необходимость въ крупной закупкѣ какихъ либо товаровъ, то общество потребителей должно приступить къ этому безъ всякаго ущерба оборотамъ другихъ отдѣловъ, а этого можно достигнуть только путемъ изысканія особыхъ оборотныхъ средствъ, путемъ займовъ или особыхъ взносовъ самихъ членовъ общества; но и тогда нужно имѣть въ виду, чтобы платимые проценты своею тяжестью не уничтожили дѣйствительной выгодности пріобрѣтенія партіи, въ противномъ случаѣ отъ покупки слѣдуетъ все-таки отказаться.

в) Сезонная заготовка товаровъ.

Пути сообщенія Россіи настолько несовершенны, что многимъ потребительнымъ обществамъ приходится быть отрѣзанными отъ всего міра чуть-ли не полгода, во многихъ районахъ совершенно нѣтъ близко станціи желѣзной дороги и товары доставляются гужевымъ способомъ на разстояніи сотенъ верстъ. Эти условія заставляютъ многія потребительныя общества производить закупку продуктовъ только въ опредѣленное время года съ созданіемъ запасовъ на продолжительные сроки. Мы уже указывали, что и въ этихъ случаяхъ запасы товаровъ слѣдуетъ исчислять исключительно въ зависимости отъ предполагаемаго оборота.

Обычно, потребительныя общества находятся въ большомъ затрудненіи при совершеніи закупокъ вслѣдствіе недостатка средствъ, и необходимо большое напряженіе со стороны членовъ правленія къ изысканію ихъ. Въ этомъ отношеніи прежде всего слѣдуетъ использовать кредитъ въ мѣстномъ кредитномъ кооперативѣ, привлечь спеціальные взносы со стороны своихъ членовъ въ видѣ краткосрочныхъ займовъ, испросить кредитъ непосредственно въ мѣстномъ или областномъ союзѣ потребительныхъ обществъ или черезъ ихъ посредство въ Московскомъ народномъ банкѣ.

Кромѣ сезонныхъ заготовокъ товаровъ, вызываемыхъ состояніемъ путей сообщенія, нужно еще имѣть въ виду заготовку товаровъ, появляющихся въ продажѣ на наиболѣе выгодныхъ условіяхъ и лучшаго качества только въ опредѣленные періоды года, сюда могутъ быть отнесены слѣдующіе товары: персидская бакалея, сухіе фруктовые компоты, грибы, сухіе овощи, овощные консервы (томатъ), соленые огурцы, квашеная капуста. Потребительнымъ обществамъ слѣдуетъ принимать мѣры къ своевременной заготовкѣ этихъ продуктовъ въ возможно большихъ количествахъ, такъ какъ въ болѣе позднее время продукты трудно достать

или качество ихъ будетъ значительно хуже и во всякомъ случаѣ цѣна будетъ повышена.

При всякихъ болѣе или менѣе крупныхъ заготовкахъ товаровъ правленіе должно принимать всѣ мѣры къ обезпеченію правильнаго ихъ храненія и обезпеченія отъ порчи, въ противномъ случаѣ могутъ быть такіе убытки, которые не покроются выгодностью и своевременностью сдѣланной закупки.

II. Закупка товаровъ.

1. ПОРЯДОКЪ ОРГАНИЗАЦІИ ЗАКУПКИ.

а) Кѣмъ должна вестись закупка товаровъ.

Независимо отъ размѣровъ операцій общества потребителей нужно считать безусловно необходимымъ участіе правленія въ закупкѣ товаровъ. Несомнѣнно, что правленіе въ цѣломъ участвовать въ этой работѣ не можетъ, но при распредѣленіи обязанностей между членами правленія на одного изъ нихъ должна быть возложена обязанность закупщика. Весьма часто членъ правленія закупщикъ является человѣкомъ неопытнымъ, но это все же не должно служить препятствіемъ его работѣ.

Въ нѣкоторыхъ потребительныхъ обществахъ выбираютъ спеціальную закупочную комиссію, которая можетъ выполнять свои функціи только въ цѣломъ, или на каждаго члена комиссіи возлагается закупка опредѣленныхъ товаровъ. Врядъ ли можно согласиться съ цѣлесообразностью учрежденія такой выборной комиссіи, вѣдь члены ея являются такими же малоопытными закупщиками, какъ и члены правленія, а между тѣмъ имъ поручается завѣдываніе отраслью дѣла, которая по своей серьезности должна регулироваться въ полномъ соотношеніи съ общимъ руководствомъ дѣлами общества, что входитъ въ кругъ обязанностей правленія. Поэтому вполнѣ справедливо и цѣлесообразно руководство и наблюденіе за закупками возлагать на правленіе, а не создавать для этого особыхъ выборныхъ органовъ. При закупкѣ товаровъ опредѣляется не только количество товара и его сортъ, но устанавливается цѣна и условія платежа, а послѣднее ближе всего касается именно правленія, такъ какъ затрагиваетъ средства общества потребителей.

б) Участіе служащихъ въ закупкахъ.

Въ помощь члену правленія должны быть обязательно привлечены служащіе общества потребителей. Въ крупныхъ обществахъ потребителей существуютъ управляющіе или закупщики по найму, на которыхъ лежитъ фактически вся практическая работа по закупкамъ, но членъ правленія долженъ быть въ курсѣ всѣхъ работъ этихъ отвѣтственныхъ служащихъ, а въ случаѣ крупныхъ закупокъ однороднаго товара вопросъ о закупкѣ слѣдуетъ вносить на разсмотрѣніе правленія въ цѣломъ.

Въ среднихъ и мелкихъ обществахъ обязанности закупщика возлагаются на завѣдывающаго лавкой, старшаго приказчика или приказчика-продавца. Цѣликомъ на нихъ эти обязанности возлагать не слѣдовалобы, такъ какъ прежде всего нерѣдко бываетъ необходимо выѣхать для отборки товаровъ, да и при личныхъ переговорахъ легче установить болѣе отвѣчающія интересамъ общества потребителей условія покупки. Правильнѣе, чтобы всѣ служащіе были ближайшими помощниками члена правленія, и хотя бы принимали самое близкое и непосрдственное участіе въ самой закупкѣ въ смыслѣ выбора товара и установленія цѣны.

в) Составленіе заказовъ.

Составленіе заказовъ должно лежать всецѣло на обязанности приказчика или завѣдывающаго даннымъ отдѣломъ. Заказы всегда должны составляться своевре-

менно, для чего приказчикъ постоянно долженъ слѣдить за состояніемъ запасовъ и за спросомъ на продуктъ со стороны потребителя. Членъ правленія долженъ внимательно просмотрѣть представленный списокъ и съ своей стороны выяснить наличность запасовъ и размѣръ спроса, чтобы правильнѣе рѣшить вопросъ о размѣрахъ закупки каждаго предмета или продукта. Переданный фирмѣ или продавцу непосредственно заказъ долженъ быть составленъ въ письменной формѣ (лучше всего на спеціальныхъ бланкахъ) и если были установлены цѣны и условія, то они должны быть отмѣчены въ текстѣ заказа, копія переданнаго заказа обязательно должна оставаться въ обществѣ потребителей, дабы, при полученіи товара и учиненіи расчета, можно было установить правильность выполненія заказа.

г) Закупка за наличныя и въ кредитъ.

Мы не будемъ долго останавливаться на закупкѣ товаровъ за наличныя, такъ какъ каждому очевидна выгода и свобода въ дѣйствіяхъ закупщика, но на кредитныхъ сдѣлкахъ придется остановить вниманіе правленій потребительныхъ обществъ.

Несомнѣнно одно, что къ закупкамъ товаровъ въ кредитъ общество потребителей прибѣгаетъ исключительно по недостатку собственныхъ оборотныхъ средствъ и за невозможностью получить въ какой-либо формѣ денежный кредитъ.

Прежде всего нужно помнить одно основное правило: платежи по всѣмъ закупкамъ въ кредитъ должны производиться въ срокъ аккуратно, и потому необходимо вести самый строгій учетъ всего дѣла, чтобы не допустить просрочки. Поэтому, при закупкѣ въ кредитъ, срокъ платежа долженъ находиться въ полномъ соотвѣтствіи со срокомъ реализаціи (продажи) закупленной партіи товара, въ противномъ случаѣ общество по-

требителей легко можетъ очутиться предъ невозможностью произвести уплату.

Къ сожалѣнію, этихъ правилъ не всегда придерживаются, все надѣются, что «авось, какъ-нибудь обернемся». Это приводитъ сначала къ случайнымъ займамъ по очень высокимъ процентамъ, чтобы только погасить срочный платежъ, но скоро наступаетъ время, когда приходится просить объ отсрочкѣ платежа. И бѣда, когда кредиторомъ является мѣстный оптовикъ! Ужъ онъ не пропуститъ хорошаго случая и используетъ его самымъ выгоднымъ для себя образомъ.

Часто поставщикъ соглашается подождать, но проситъ въ обезпеченіе подписать «векселекъ» или отъ имени общества потребителей, или отъ имени отдѣльныхъ членовъ правленія.

Съ этихъ поръ общество потребителей попадаетъ въ полную кабалу къ своему поставщику и нѣтъ никакихъ способовъ вырваться обществу изъ его цѣпкихъ рукъ. Онъ продолжаетъ отпускать товаръ, но ставитъ невѣроятно высокія цѣны и качество оставляетъ желать много лучшаго. Въ результатѣ поставщикъ, выбравъ удобный моментъ, предъявляетъ векселъ ко взысканію и въ корнѣ уничтожаетъ потребительское общество.

Такой печальный конецъ потребительнаго общества, закупавшаго товары въ кредитъ у мѣстнаго или ближайшаго оптовика, довольно обычный въ исторіи русской потребительской кооперації, что лучше всего доказываетъ недопустимость установленія такихъ взаимоотношеній между потребительнымъ обществомъ и частнымъ оптовикомъ.

Необходимо всячески избѣгать кредитованія у частныхъ оптовиковъ, если же общество потребителей нуждается въ кредитѣ, то оно должно обратиться за поддержкой въ свой районный союзъ потребительныхъ обществъ, въ мѣстное кредитное товарищество или въ земскую кассу. Если только общая постановка дѣла въ

обществѣ правильна, то какая-либо изъ этихъ организацій не откажетъ въ своей поддержкѣ, которая пойдетъ не на погибель, а на развитіе кооперативнаго предпріятія.

2. ЗАКУПКА НА МѢСТНОМЪ РЫНКѢ.

а) Общія основанія использованія мѣстнаго рынка.

Гдѣ закупать товары? На мѣстномъ рынкѣ или обязательно выписывать товары съ мѣста ихъ производства? Казалось бы, что въ цѣляхъ приближенія къ первоисточникамъ, нужно было бы дать только одинъ отвѣтъ: «конечно, товаръ выписывайте непосредственно отъ фабрикъ и заводовъ». Однако, это было бы чрезвычайно ошибочно. Пока мы не имѣемъ собственнаго широко поставленнаго производства, пока мы не можемъ измѣнить условій, въ которыхъ протекаетъ частная производительность и торговля, мы должны рекомендовать пользоваться мѣстнымъ рынкомъ. Только съ развитіемъ широкаго союзнаго объединенія потребительныхъ обществъ мы сможемъ быть болѣе свободны отъ тяготы мѣстнаго рынка, а теперь намъ приходится указывать потребительнымъ обществамъ на необходимость производства покупки товаровъ на мѣстномъ рынкѣ.

Подъ мѣстнымъ рынкомъ мы разумѣемъ ближайшій болѣе или менѣе крупный торговый пунктъ, гдѣ имѣются оптовые склады товаровъ; обычно это бываетъ уѣздный или губернскій городъ или большое торговое село, близъ желѣзнодорожной станціи или на перекресткѣ нѣсколькихъ большихъ дорогъ. Главнымъ образомъ, на мѣстномъ рынкѣ приходится сосредоточивать закупку тѣхъ товаровъ, которые требуютъ личной отборки, это: хозяйственно-посудный, скобяной, мануфактурный, модно-галантерейный товары. Сюда же приходится часто относить сахаръ, желѣзо, керосинъ и даже муку.

Происходитъ это, исключительно, вслѣдствіе того, что эти товары обходятся дешевле при выпискѣ ихъ вагонами, такъ какъ слишкомъ велика разница въ тарифѣ между повагонными и попудными отправками, и если на мѣстномъ рынкѣ есть оптовики, получающіе сахаръ, муку, керосинъ, желѣзо вагонами, то всегда придется покупать товаръ у мѣстныхъ оптовиковъ, иначе все равно товаръ будетъ стоить дороже тѣхъ цѣнъ, по которымъ имѣютъ его частные торговцы, а въ такомъ случаѣ общество потребителей вынуждено будетъ продавать товары по цѣнамъ выше частныхъ торговцевъ.

При закупкѣ товаровъ у мѣстныхъ оптовиковъ все же слѣдуетъ слѣдить за состояніемъ цѣнъ на товары въ крупныхъ торговыхъ центрахъ, откуда обычно получаютъ товаръ оптовики, тогда будетъ больше основаній для того, чтобы добиться болѣе нормальныхъ цѣнъ.

Избѣгая кредита въ частной оптовой торговлѣ или пользуясь имъ, во всякомъ случаѣ, весьма осторожно, обществу потребителей надлежитъ не сосредоточивать свои закупки только у одного оптовика, а нужно всегда имѣть возможность перейти къ закупкамъ у его конкурента. Такимъ способомъ, во всякомъ случаѣ, можно, хотя до нѣкоторой степени, оградить потребительное общество отъ чрезмѣрныхъ цѣнъ и нѣкоторымъ образомъ вліять на болѣе нормальную поставку частно-оптоваго дѣла.

Нужно еще имѣть въ виду, что въ практикѣ частной торговли установился обычай выдачи дополнительныхъ скидокъ на сумму по забору товаровъ, которая обычно дѣлается каждой фирмой по заключеніи годового отчета. Необходимо выговорить эту дополнительную скидку и у мѣстнаго оптовика, но нужно тогда строго слѣдить за цѣнами, иначе часто бываетъ, что проставляемыя цѣны включаютъ въ себѣ и будущую скидку за выборку. Для правиль-

наго наблюденія за цѣнами на мѣстномъ рынкѣ потребительному обществу слѣдуетъ обязательно выписывать товарные отдѣлы или торговые бюллетени, издаваемые Московскимъ союзомъ потребительныхъ обществъ и своимъ областнымъ союзомъ потребительныхъ обществъ. Это даетъ возможность рѣшать вопросъ о закупкѣ товара помимо мѣстнаго оптовика, съ одной стороны, а съ другой—гарантируетъ общество потребителей отъ несправедливыхъ цѣнъ оптовика. Вообще необходимо использовать всѣ источники, которые могутъ способствовать закупщику общества добиться наилучшихъ условій покупки и наиболѣе низкихъ цѣнъ.

б) Мѣстные заводы и фабрики.

Если въ районѣ дѣйствій общества потребителей есть какіе-либо заводы и фабрики, то необходимо войти съ ними въ сношеніе, хотя бы первоначальныя условія и цѣны были менѣе выгодны, чѣмъ у оптовика, торгующаго тѣми же издѣліями и фабрикатами. Само собой очевидно, что потребительное общество большого интереса для фабрики или завода представлять не можетъ, но потребительное общество должно выяснять возможность установленія взаимоотношеній съ мѣстнымъ или областнымъ союзомъ потребительныхъ обществъ, тогда представится больше выгодъ и для самого потребительнаго общества. По установленіи связи фабрики или завода съ союзомъ, общество потребителей должно прекратить непосредственное полученіе товара, а должно получать его черезъ посредство союза и за его счетъ. Особенно къ такимъ пріемамъ слѣдуетъ прибѣгать обязательно въ тѣхъ случаяхъ, когда издѣлія фабрики или завода пользуются значительнымъ спросомъ на значительномъ районѣ.

Спеціально необходимо остановиться на мукомольныхъ мельницахъ. Если въ районѣ дѣйствій общества потребителей есть мукомольная мельница, то необходимо войти въ непосредственныя съ ней отношенія, вотъ по какимъ соображеніямъ. При продажѣ муки у мучныхъ оптовиковъ существуетъ обычай продавать муку низшаго сорта въ мѣшкахъ съ мѣтой высшаго сорта, какъ, напримѣръ: крупчатка II сорта продается за I сортъ, мука въ 0 насыпается въ мѣшокъ съ мѣтой 00, № 2—въ мѣшокъ съ мѣтой № 1 и т. д.

Это на первый взглядъ можетъ показаться и не совсѣмъ правдоподобнымъ, но въ дѣйствительности это бываетъ такъ и по этому поводу между мельницей и оптовикомъ, обычно, существуетъ особое условіе. То же самое приходится сказать въ отношеніи макаронъ, но только немного въ иномъ видѣ: сорта макаронъ не перемѣшиваются, но ящики не имѣютъ полнаго вѣса, обычно не достаетъ 2 фунтовъ, т. е. ящикъ макаронъ вѣситъ не 40 ф., а только 38 ф.

Въ виду такихъ злоупотребленій и необходимо потребительному обществу обязательно получать муку и макароны непосредственно съ мельницы и фабрики, если бы даже была нѣкоторая разница въ цѣнѣ, которая окупится соотвѣтствіемъ сорта и вѣса. Если бы мельница или макаронная фабрика не пожелали бы войти въ соглашеніе съ потребительнымъ обществомъ, то необходимо немедленно предложить мѣстному или областному объединенію взять это дѣло въ свои руки и тогда уже получать продуктъ черезъ посредство союза.

в) Совмѣстная работа отдѣльныхъ потребительныхъ обществъ.

Въ предыдущихъ отдѣлахъ мы неоднократно указывали на мѣстные и областные союзы, и

здѣсь намъ придется остановиться болѣе подробно на ихъ значеніи для потребительнаго общества.

Роль потребительной кооперації будетъ не выполнена, если она остановится въ своемъ развитіи, а это должно произойти, если каждое потребительное общество будетъ дѣйствовать только въ своемъ маленькомъ районѣ и безъ всякой связи съ другими кооперативами. Задача потребительнаго общества по возможности приблизить потребителя къ производителю и тѣмъ самымъ избѣгнуть излишнихъ посредниковъ.

Мы уже указывали, что даже при наличности потребительнаго общества приходится переплачивать на многіе товары, ибо цѣлый рядъ ихъ должно покупать все же у мѣстныхъ оптовиковъ. Поэтому, потребительное общество должно ставить дальнѣйшей своей задачей уничтоженіе частнаго оптовика и организацію закупки въ такихъ размѣрахъ, которые могли бы гарантировать наибольшую выгоду безъ особыхъ тяжелыхъ условій, связанныхъ съ закупкой, полученіемъ, храненіемъ товаровъ и уплатой за него денегъ.

Въ этомъ отношеніи только совмѣстная работа группы потребительныхъ обществъ, тяготѣющихъ къ опредѣленному мѣстному закупочному центру, можетъ оказать существенную пользу.

На такой именно почвѣ и появились въ Россіи такъ называемыя мелкорайонныя объединенія. Задача такихъ, будемъ называть, «мѣстныхъ» объединеній группы обществъ и есть освобожденіе каждаго общества въ отдѣльности отъ привязанности къ мѣстному рынку.

Мѣстное объединеніе должно объединить закупку всѣхъ необходимыхъ для потребительныхъ обществъ товаровъ и никакое отдѣльное общество не должно допускать самостоятельныхъ на мѣстномъ рынкѣ

выступленій. Даже закупка товаровъ у мѣстныхъ оптовиковъ должна проходить черезъ свое союзное объединеніе, хотя бы нѣкоторымъ обществамъ, можетъ быть, и пришлось бы въ теченіе краткаго времени немного переплачивать, ибо дальнѣйшіе послѣдующіе результаты такого объединенія быстро дадутъ очевидныя выгоды совмѣстныхъ дѣйствій. Въ тѣхъ случаяхъ, когда въ районѣ дѣйствуютъ только 3—4 небольшихъ общества потребителей, необходимо все же дѣйствовать сообща и, прежде всего, освѣдомлять другъ друга о тѣхъ цѣнахъ и условіяхъ, которыя ставитъ оптовикъ каждому обществу въ отдѣльности; если же число обществъ не менѣе 10 и сумма ихъ оборотовъ такова, что оказывается возможнымъ совмѣстными усиліями выписывать вагонами такіе товары, какъ мука, крупы, масло подсолнечное, сахаръ, то слѣдуетъ немедленно всѣмъ обществамъ составить юридически оформленное объединеніе или союзъ. Такой союзъ облегчитъ и улучшитъ общія условія закупки товаровъ и постепенно выведетъ потребительныя общества за предѣлы мѣстнаго рынка.

3. ЗАКУПКА НА ПРОЧИХЪ РЫНКАХЪ.

а) Приближеніе къ первоисточникамъ; комиссіонеры и представители фирмъ.

Приступая къ закупкамъ товаровъ, нужно прежде всего установить, какіе товары, безусловно, возможно купить помимо мѣстнаго рынка, чтобы избѣжать излишнихъ переплатъ. Чтобы облегчить разрѣшеніе этого вопроса для закупщика, намъ придется остановиться на нѣкоторыхъ группахъ товаровъ и на выясненіи общихъ этаповъ движенія продуктовъ отъ фабрикъ и заводовъ къ потребителю.

Въ огромномъ большинствѣ случаевъ фабрики

и заводы непосредственно мелкими, хотя бы и оптовыми продажами товаровъ не занимаются, а перепродаютъ свое производство крупными партіями, давая за это крупныя скидки со своихъ прейскурантныхъ цѣнъ. Отсюда и появляются, такъ называемые, «представители» фирмъ. Лицо, являющееся представителемъ фирмы, обычно включаетъ въ свой договоръ съ фирмой пунктъ, на основаніи котораго фирма не имѣетъ права производить отпуска товара съ фабрики никому въ предѣлахъ опредѣленнаго района помимо этого «представителя», если же фирма это и допуститъ, то она обязана уплачивать «представителю» опредѣленный комиссіонный процентъ.

Такихъ «представителей» разныхъ фирмъ у насъ въ Россіи очень много; они подѣлили между собою все пространство Россіи и господствуютъ по своему усмотрѣнію каждый въ своемъ районѣ, какъ въ своемъ собственномъ царствѣ. Эти «представители» являются главной сильной стѣной, отдѣляющей производителя-фабриканта отъ потребителя. Каждый «представитель» имѣетъ уже отъ себя своихъ представителей и комиссіонеровъ, которые разъѣзжаютъ по всѣмъ мѣстамъ Россіи съ предложеніями товаровъ, принимаютъ заказы и посылаютъ ихъ къ исполненію. Конечно, содержаніе и разъѣзды всѣхъ комиссіонеровъ убытка «представителямъ» фирмъ не дадутъ, они учтены въ стоимости товара и покрываемъ ихъ мы — потребители изъ своего кармана.

Въ послѣдніе годы нѣкоторыя фирмы признали для себя невыгоднымъ передавать продажу своихъ издѣлій въ руки такихъ «представителей» и сами организовали продажу товаровъ черезъ своихъ комиссіонеровъ или, такъ называемыхъ, «вояжеровъ». Вояжеръ фирмы такъ же, какъ комиссіонеръ представителя, имѣетъ опредѣленный свой районъ, который періодически объѣзжаетъ, причемъ, обычно, вознагражденіе за его трудъ составляется изъ постояннаго жалованья и опредѣленнаго процента съ суммы оборота; вотъ почему вояжеръ и комиссіонеръ такъ энергично работаютъ и стремятся получить заказы на возможно большія суммы, предоставляя покупателямъ, въ нужныхъ случаяхъ, необходимый кредитъ. Потребительному обществу трудно избѣжать посредничества такихъ комиссіонеровъ и вояжеровъ, но многіе пытаются этого избѣжать, для чего обращаются съ запросами о цѣнахъ и условіяхъ продажи товаровъ непосредственно на фабрику, которая обычно въ своихъ отвѣтныхъ письмахъ рекомендуетъ обратиться къ своему «представителю» или поручаетъ своему вояжеру посѣтить общество потребителей. И, въ силу необходимости, приходится обществу потребителей передавать свой первый заказъ комиссіонеру или вояжеру. Но здѣсь обществу потребителей слѣдуетъ требовать максимума скидокъ и льготъ, такъ какъ вояжеръ никогда сразу не сдѣлаетъ всѣхъ уступокъ, до которыхъ онъ можетъ доходить въ предѣлахъ указаній пославшаго его.

При переговорахъ съ вояжерами и комиссіонерами обязательно нужно добиваться дополнительныхъ скидокъ на сумму годового оборота, ибо они являются обычными въ торговомъ мірѣ, кромѣ того нужно устанавливать скидку за уплату наличными деньгами. Чтобы это было яснѣе, возьмемъ маленькій примѣръ: пріѣхалъ представитель чайной фирмы В. Высоцкій и Ком. и даетъ общую скидку въ 27%, необходимо добиться, чтобы при уплатѣ наличными, была скидка въ 4% и за выборку въ 1000 ф. въ годъ дополнительно 1%, свыше 2000 ф. — 2%. Только по установленіи всѣхъ условій закупки можно выдать заказъ, въ которомъ должны быть указаны всѣ выговоренныя скидки и другія льготы, причемъ жела-

тельно, чтобы заключенныя условія закупокъ были обязательно подтверждены самой фирмой или ея «представителемъ».

При переговорахъ необходимо имѣть въ виду еще слѣдующее: большинство фирмъ и «представителей» отчисляютъ нѣкоторый процентъ въ пользу служащихъ, который, обычно, вручаютъ завѣдующему или старшему приказчику «къ празднику» наличными деньгами; цѣлесообразно не терять этой новой скидки и слѣдуетъ уговориться, чтобы причитающаяся сумма или была включена на увеличеніе договоренныхъ скидокъ или, въ крайнемъ случаѣ, высылалась бы фирмой на имя общества потребителей и поступала бы въ общую кассу общества потребителей. Допускать выдачу этихъ скидокъ своимъ служащимъ общество потребителей ни въ какомъ случаѣ не должно, ибо это унижаетъ человѣческое достоинство служащаго и побуждаетъ его иногда закупать товары внѣ зависимости самаго спроса.

Къ числу товаровъ, которые обычно продаются черезъ посредство представителей и вояжеровъ, относятся: чай, кондитерско-конфектные товары, парфюмерія, иногда же сюда входятъ: сахаръ, мыло для стирки и рядъ хозяйственныхъ предметовъ. Эту категорію товаровъ приходится покупать почти исключительно черезъ комиссіонеровъ-вояжеровъ.

Нѣсколько иное положеніе съ товарами мануфактурными, галантерейными и посудными. Здѣсь простой разсылкой вояжеровъ сдѣлать много нельзя, ибо при покупкѣ, обычно, необходима личная отборка; поэтому создались въ разныхъ, наиболѣе крупныхъ торговыхъ центрахъ обширные оптовые склады, изъ которыхъ и идетъ снабженіе товарами не только торговцевъ-розничниковъ, но и торговцевъ оптовиковъ болѣе мелкаго размѣра. Потребительнымъ обществамъ слѣдуетъ учитывать это обстоятельство при организаціи закупки и если только представляется возможность командировать кого-либо въ такой крупный центръ за непосредственной закупкой товаровъ на болѣе или менѣе значительную сумму (иногда расходы на такія поѣздки оправдываются при покупкахъ на 1.000—2.000 руб.), то необходимо это сдѣлать, такъ какъ тогда общество потребителей будетъ имѣть очень часто товаръ по тѣмъ цѣнамъ, по какимъ его имѣетъ самъ болѣе мелкій и болѣе близкій къ обществу оптовикъ.

Такими путями общество потребителей постепенно будетъ освобождаться отъ излишнихъ посредниковъ и приближаться къ мѣстамъ производства товаровъ причемъ иногда, при развитіи операцій и значительномъ увеличеніи размѣровъ закупки товаровъ нѣкоторыхъ категорій, можетъ быть удастся уничтожить на своемъ пути сѣть комиссіонеровъ-вояжеровъ и войти въ непосредственныя сношенія съ самими фабриками.

б) Союзы потребительныхъ обществъ; сосредоточеніе закупокъ въ союзѣ.

Чтобы скорѣе выйти за предѣлы мѣстнаго рынка и стать ближе къ источникамъ происхожденія товаровъ, потребительныя общества должны съ самаго начала своихъ дѣйствій вступать въ число членовъ ближайшаго мѣстнаго или областного союза и черезъ него вести свои закупки. Только союзныя объединенія могутъ избавить потребительныя общества отъ сѣти всякихъ «представителей», комиссіонеровъ и вояжеровъ, такъ какъ они, являясь крупными покупателями товаровъ, представляются интересными для самихъ фабрикъ и заводовъ.

Но союзы въ дѣлѣ упроченія своихъ связей съ фабриками и заводами встрѣчаются съ огромными затрудненіями. Прежде всего всѣ посредники, кото-

рыхъ союзъ стремится уничтожить, начинаютъ вести съ нимъ настойчивую борьбу; комиссіонеры и вояжеры стараются всякими способами узнать размѣры тѣхъ скидокъ, которыя даетъ потребительному обществу союзъ, и тогда начинаютъ съ своей стороны предлагать болѣе выгодныя условія. Потребительнымъ обществамъ ни въ какомъ случаѣ своихъ отношеній съ союзомъ нарушать не слѣдуетъ ради полученія новыхъ уступокъ отъ частнаго посредника, но о размѣрахъ предлагаемыхъ скидокъ необходимо немедленно сообщить союзу, чтобы онъ могъ имѣть достаточныя основанія добиваться также увеличенныхъ скидокъ.

Нужно помнить, что всякія дополнительныя скидки частныхъ комиссіонеровъ при наличіи союза потребительныхъ обществъ кроютъ въ себѣ стремленія разрушить врага, каковымъ является для нихъ союзъ; ихъ дѣйствія аналогичны дѣйствіямъ частнаго торговца при открытіи близъ него общества потребителей.

Мы не должны итти на эти временныя приманки, а должны твердо держаться своихъ союзовъ и сосредоточивать въ нихъ всю свою покупательную силу. Въ борьбѣ союзовъ съ посредниками и даже съ самими фабриками и заводами, если они не пожелаютъ пойти навстрѣчу требованіямъ союзовъ, мы должны твердо поддерживать союзы, и эта поддержка можетъ давать часто чрезвычайные результаты.

Въ доказательство справедливости такихъ предположеній, приведемъ факты изъ жизни Московскаго союза потребительныхъ обществъ. Было время, когда фирмы: парфюмерная фабрика Брокаръ и К° и кондитерская фабрика Сіу и К°, отказались удовлетворить требованія Московскаго союза объ измѣненіи условій отпуска товаровъ, тогда союзъ отказался совершенно отъ полученія товаровъ ихъ фабрикъ и призывалъ потребительныя общества бойкотировать ихъ у себя.

Потребительныя общества во многихъ районахъ присоединились къ бойкоту и стали настоятельно вводить въ продажу у себя издѣлія другихъ фабрикъ; такъ какъ этотъ бойкотъ длился значительное время, то фирмы должны были признать для себя нарушеніе сношеній съ Московскимъ союзомъ опаснымъ, такъ какъ, благодаря этому разрыву, во многихъ районахъ стали настоятельно проводиться фабрикаты конкурирующихъ съ ними фирмъ, поэтому имъ пришлось выполнить требованія союза. При развитіи широкой сѣти потребительныхъ обществъ, объединенныхъ въ мѣстные и областные союзы, сила такихъ совмѣстныхъ дѣйствій должна имѣть громадное значеніе въ смыслѣ улучшенія условій покупки товаровъ.

Помимо освобожденія потребительныхъ обществъ отъ мѣстныхъ кулаковъ-оптовиковъ, союзы приближаютъ ихъ къ закупкамъ товаровъ непосредственно даже изъ заграницы. Въ Россіи имѣется въ продажѣ большое количество заграничныхъ товаровъ, особенно хозяйственныхъ и колоніальныхъ; намъ приходится переплачивать на нихъ очень крупныя суммы, и возможность полученія товаровъ непосредственно или черезъ мѣстный союзъ ставитъ потребительное общество въ болѣе благопріятное положеніе по отношенію къ мѣстному частному торговцу, который получаетъ товары черезъ частныхъ же посредниковъ, взыскивающихъ съ него болѣе крупные комиссіонные проценты, нежели посредникъ—союзъ.

Если въ районѣ дѣйствій возникающаго общества потребителей дѣйствуетъ нѣсколько союзовъ потребительныхъ обществъ, какъ, напримѣръ: мѣстный мелкорайонный и крупный—областной, то передъ обществомъ потребителей долженъ встать вопросъ, а въ какой союзъ нужно вступить, не цѣлесообразно ли вступить въ оба союза одновременно и выписывать товаръ изъ того союза, гдѣ онъ окажется дешевле?

Изданіе Комиссіи по изуч. быта

Мы должны настоятельно рекомендовать, обязательно вступить въ число членовъ только своего мѣстнаго, мелкорайоннаго союза и если только такого нѣтъ, то временно, впредь до его организаціи, допустимо вступленіе въ областной союзъ.

Въ соотвѣтствіи съ этимъ и всѣ заказы свои общество потребителей должно направлять только въ мѣстный союзъ, а не въ областной или центральный. Здѣсь могутъ возникнуть предположенія, что общество потребителей будетъ переплачивать лишніе проценты своему мѣстному союзу, однако, это не совсѣмъ такъ.

Чѣмъ тѣснѣе объединяются отдѣльные потребительныя общества въ свои мѣстные союзы, тѣмъ дешевле будетъ обходиться покупка товаровъ, такъ какъ тогда не нужно нести расходовъ на разъѣзды закупщиковъ каждымъ потребительнымъ обществомъ, скорѣе можно получить товаръ въ лавку, а это ускоритъ оборотъ лавки и дастъ возможность за счетъ быстроты оборота увеличить общій ассортиментъ товаровъ; мы уже видѣли изъ предыдущихъ главъ, что быстрота оборота при наименьшихъ запасахъ товаровъ является однимъ изъ главнѣйшихъ условій прочности и успѣшности всего дѣла общества потребителей. Поэтому не слѣдуетъ смущаться нѣкоторыми, иногда незначительными, разницами въ цѣнѣ на товаръ, ибо онѣ всегда окупятся получаемыми сбереженіями въ общемъ дѣлѣ.

III. Организація продажи товаровъ.

1. ПРІЕМЪ ТОВАРОВЪ.

а) Полученіе товаровъ съ желѣзнодорожныхъ станцій и пароходныхъ пристаней.

На всякій отправленный обществу потребителей грузъ по желѣзной дорогѣ или водой общество предварительно получаетъ дубликатъ желѣзнодорожной

накладной или пароходную квитанцію (коносаментъ). Въ этихъ документахъ должно быть указано: наименованіе груза, родъ упаковки (наприм.: ящики, кули, мѣшки), количество мѣстъ и вѣсъ груза; если упаковка товара плохая, то объ этомъ обычно также дѣлается отмѣтка (напр.: тара рваная, бочки текутъ и т. п.). Въ желѣзнодорожныхъ накладныхъ обычно проставляется двойной вѣсъ груза: по указанію отправителя и по указанію желѣзной дороги, причемъ часто эти два вѣса разнятся между собою, преимущественно, вѣсъ по указанію желѣзной дороги показываетъ меньшую сумму противъ вѣса по указанію отправителя. На всѣ сдѣланныя на документахъ отмѣтки слѣдуетъ обращать очень серьезное вниманіе при полученіи груза.

Если общество потребителей находится при желѣзнодорожной станціи или пароходной пристани, то необходимо постоянно справляться о времени прибытія груза, чтобы немедленно его принять; если же общество находится на болѣе или менѣе значительномъ разстояніи отъ мѣста прибытія груза, то все же необходимо обезпечить себѣ возможность полученія свѣдѣній о прибытіи груза; для этого можно рекомендовать слѣдующіе способы: давать порученія своимъ членамъ, которые по своимъ личнымъ дѣламъ могутъ бывать на станціи часто, справляться о прибытіи груза; поручить кому-либо изъ живущихъ на станціи или пристани справляться и сообщать обществу немедленно по телефону, телеграфу или нарочнымъ, израсходовавъ на это необходимую сумму, что весьма часто можетъ стоить значительно дешевле стоимости храненія груза за каждый лишній день. По прибытіи груза на станцію или пристань, его надо немедленно оплатить и вывезти.

При полученіи груза на станціи нужно быть очень внимательнымъ, такъ какъ за всякія утери и порчу грузовъ несетъ отвѣтственность желѣзная дорога или

транспортное общество, и если тутъ же не будутъ составлены соотвѣтствующіе протоколы, то общество потребителей должно будетъ принять на себя всѣ происшедшіе отъ этого убытки. Прежде всего нужно обратить вниманіе на цѣлость тары: если есть слѣды вскрытія, то потребовать вскрыть и осмотрѣть мѣсто подробно; если тара сама по себѣ не прочна (напримѣръ: мѣшки рваные, ящики плохо сколочены, бочки текутъ) и объ этомъ никакихъ отмѣтокъ на дубликатахъ или квитанціяхъ не имѣется, то необходимо грузъ перевѣсить и о недостачѣ вѣса составить оффиціальный актъ (въ присутствіи административной власти), въ такомъ случаѣ искъ объ убыткахъ необходимо предъявить къ управленію желѣзной дороги или транспортному обществу. Если же на документахъ о недостаткахъ упаковки отмѣтки сдѣланы, то актъ все же составить необходимо, но претензіи о возмѣщеніи убытковъ необходимо направлять поставщику.

Далѣе, необходимо обратить вниманіе и на качество груза, если, конечно, упаковка позволяетъ это сдѣлать (при мѣшечной упаковкѣ всегда можно взять пробу щупомъ), и если товаръ окажется плохого качества или просто несоотвѣтствующаго заказу сорта, то грузъ лучше не принимать, о чемъ немедленно по телеграфу извѣстить поставщика. Если грузъ оказался испорченнымъ, то слѣдуетъ составить актъ и потребовать производства экспертизы, чтобы установить причины порчи, и если онѣ произошли въ пути по винѣ желѣзной дороги или транспортнаго общества, тогда они обязаны возмѣстить происшедшіе убытки; если же ихъ вины не было, то составленный актъ экспертизы будетъ служить основаніемъ для предъявленія претензій къ поставщику.

Такъ какъ съ грузами въ пути весьма часто пароходныя и желѣзнодорожныя команды обращаются довольно небрежно и, кромѣ того, нерѣдко происходитъ подмѣна одного товара другимъ или частичная покража (вытаскиваютъ часть товара и вкладываютъ для вѣса камни, газетную бумагу и т. п.), то при пріемѣ грузовъ со станцій и пристаней необходимо быть очень внимательнымъ и осторожнымъ и при малѣйшей подозрительности въ чемъ-либо немедленно осуществлять дѣйствія, указанныя выше.

Къ сожалѣнію, весьма часто потребительныя общества посылаютъ за полученіемъ грузовъ людей неопытныхъ, которые совершенно ничего не знаютъ о порядкѣ составленія актовъ, и грузы прямо накладываются на возы безъ всякой повѣрки; только послѣ пріемки товара въ лавкѣ, обнаруживаются всѣ недочеты и тогда потребительное общество начинаетъ вести безплодную переписку съ своими поставщиками, которые отказываютъ въ возмѣщеніи убытковъ, ибо они не отвѣтственны за всѣ утери и порчу грузовъ въ пути. Чтобы такихъ недоразумѣній было возможно меньше, необходимо за товаромъ, помимо подводчиковъ, направлять знающаго человѣка, и если возможно, то лучше всего было бы присутствовать на станціи или пристани одному изъ членовъ правленія; въ тѣхъ случаяхъ, когда доставка товаровъ можетъ быть по договору сдана постояннымъ возчикамъ, то отвѣтственность за невыполненіе необходимыхъ формальностей при пріемѣ грузовъ, слѣдуетъ возложить на подрядчика.

б) Кѣмъ и какъ принимаются товары въ лавкѣ.

Пріемъ товаровъ въ лавкѣ нужно разбить на два періода: 1) пріемъ товаровъ съ возовъ и 2) пріемъ товаровъ въ лавкѣ по счету. Въ первомъ случаѣ принимается только опредѣленное количество мѣстъ, во второмъ случаѣ принимается товаръ подробно — по вѣсу, количеству и качеству. Въ соотвѣтствіи съ этимъ нужно приспособить и пріемщиковъ. При пріемкѣ

товаровъ съ возовъ достаточно присутствіе старшаго приказчика или его замѣстителя, во второмъ случаѣ обязательно долженъ присутствовать кто-либо изъ членовъ правленія. Необходимо было бы участіе при этомъ двухъ членовъ правленія, а именно: закупщика и завѣдующаго лавкой; первый закупалъ товаръ и потому онъ долженъ провѣрить правильно ли выполнилъ поставщикъ условія заказа въ отношеніи качества, сорта и рода упаковки, а второй долженъ принять и расцѣнить товаръ; конечно, здѣсь же долженъ быть старшій приказчикъ, завѣдующій соотвѣтствующимъ отдѣломъ или вообще представитель служащихъ, на отвѣтственность которыхъ сдается товаръ.

Въ нѣкоторыхъ случаяхъ первый и второй моменты пріемки товара могутъ совпадать: это обязательно будетъ такъ по отношенію: къ мукѣ, сахару, жидкимъ масламъ, керосину, отрубямъ и т. п., т. е., главнымъ образомъ, къ товарамъ мѣшечнымъ и бочковымъ—жидкимъ. Желательно, конечно, чтобы здѣсь обязательно присутствовалъ кто-либо изъ членовъ правленія, для чего цѣлесообразно устанавливать дежурства на опредѣленный періодъ времени между всѣми членами правленія (по недѣлямъ, по днямъ или по часамъ), тогда ни одинъ случай изъ повседневной жизни общества потребителей не ускользнетъ отъ вниманія правленія, что, несомнѣнно, нужно признать очень желательнымъ, но, къ сожалѣнію, это въ большинствѣ случаевъ является трудно выполнимымъ, такъ какъ весьма часто членами правленія потребительнаго общества являются лица, слишкомъ занятыя другими обязанностями.

Къ подробному пріему товаровъ слѣдуетъ приступать обязательно со счетомъ въ рукахъ, если же послѣдняго нѣтъ, то необходимо составлять подробный списокъ принятыхъ товаровъ, чтобы потомъ счетъ свѣрить съ этимъ спискомъ; если особой экстренности въ продажѣ прибывшаго товара нѣтъ, то лучше пріемку его отложить на нѣсколько дней до полученія счета. По вскрытіи мѣста (ящика, тюка и т. п.), слѣдуетъ каждый вынимаемый предметъ взвѣшивать (если товаръ вѣсовой) или считать (если товаръ штучный или, вообще, счетный), отыскивать его въ счетѣ и отмѣчать, если есть въ принимаемомъ товарѣ какое-либо несоотвѣтствіе со счетомъ или порча его (поломка, разсыпка и т. п.), то объ этомъ нужно дѣлать на счетѣ соотвѣтствующую замѣтку, а самый товаръ отложить въ сторону и немедленно о всѣхъ недоразумѣніяхъ подробно сообщить поставщику.

Обращаемъ особое вниманіе потребительныхъ обществъ на необходимость возможно скорѣйшей посылки писемъ поставщикамъ о всѣхъ обнаруженныхъ, въ принятомъ товарѣ, недочетахъ, такъ какъ часто поставщики ставятъ для такихъ претензій даже опредѣленный срокъ и тогда, въ случаѣ опозданія письма, поставщикъ снимаетъ съ себя всякую отвѣтственность. Если претензіи общества потребителей на прибывшій товаръ очень серьезны (напримѣръ, грузъ совершенно не того качества, или испортился по винѣ поставщика или вслѣдствіе плохой упаковки), то слѣдуетъ товаръ не пускать въ продажу до полученія отвѣта отъ поставщика, который или предложитъ соотвѣтствующую скидку, или попроситъ товаръ возвратить—въ послѣднемъ случаѣ общество потребителей должно настаивать на принятіи поставщикомъ всѣхъ расходовъ по пріемкѣ и отправкѣ товара въ оба конца на его счетъ.

Когда въ одномъ упаковочномъ мѣстѣ находятся разные товары, то при пріемкѣ ихъ нужно соотвѣтственно разсортировать, чтобы при производствѣ расцѣнки товаровъ не было путаницы и недоразумѣній.

Принятый товаръ нужно разсортировать по соотвѣтствующимъ отдѣламъ лавки, послѣ чего приказчики должны разложить ихъ по помѣщеніямъ. Однако, нужно

размѣщать новый товаръ такъ, чтобы въ продажу выпускался большею частью старый, иначе онъ можетъ залежаться и постепенно терять свою цѣну. Цѣлесообразно размѣщать новый товаръ между прежнимъ постольку, поскольку это вноситъ освѣженіе, преимущественно же, на полкахъ и въ шкапахъ прежній товаръ оставляется впереди, а новый помѣщается сзади. Часть прибывшаго товара слѣдуетъ оставлять въ запасѣ и потому его въ лавку переносить совсѣмъ не нужно, а оставить въ помѣщеніи, гдѣ предназначено хранить вообще запасы даннаго товара, и если для сохранности его необходима упаковка въ ящикъ, то это нужно произвести немедленно послѣ пріемки и расцѣнки.

2. РАСЦѢНКА ТОВАРОВЪ.

а) Принципы расцѣнки.

Въ первой главѣ настоящаго руководства мы уже указывали, что потребительное общество не должно ставить передъ собой утилитарныя цѣли даннаго момента, вотъ этимъ положеніемъ намъ особенно необходимо руководствоваться при установленіи принциповъ расцѣнки. Мы должны не конкурировать съ мѣстными торговцами, не только продавать товаръ по возможно болѣе дешевымъ цѣнамъ, а должны проводить въ жизнь новыя начала экономическихъ взаимоотношеній. Считаясь съ этими основными предпосылками, потребительныя общества встали на путь проведенія въ жизнь расцѣнки товаровъ по среднимъ рыночнымъ цѣнамъ. Какія же цѣны нужно считать средними рыночными? Чтобы отвѣтить на этотъ вопросъ, остановимся немного на установленіи цѣнъ частными торговцами.

Несмотря на то, что частная торговля преслѣдуетъ исключительно цѣли увеличенія вложеннаго въ дѣло капитала, однако, и здѣсь сила конкуренціи заставила

торговцевъ опредѣлять нѣкоторый средній процентъ надбавки на себѣстоимость товара, который, конечно, сильно колеблется въ зависимости отъ рода товаровъ. Есть цѣлый рядъ такихъ товарныхъ отдѣловъ, гдѣ расцѣнка очень мало нормирована, это относится, къ такъ называемымъ, «темнымъ» товарамъ, въ которыхъ самъ потребитель почти совсѣмъ не умѣетъ разбираться; сюда можно отнести модно-галантерейные товары, шелковые товары, мануфактурные, частью хозяйственные и посудные, желѣзно-скобяные, краски и т. п., но цѣлый рядъ товаровъ, такъ называемыхъ, «ходовыхъ», расцѣнивается приблизительно одинаково почти у всѣхъ торговцевъ даннаго участка. Но здѣсь нужно еще имѣть въ виду, что нерѣдко цѣна не соотвѣтствуетъ дѣствительному сорту товара: смѣшеніе хорошихъ сортовъ съ плохими, продажа низшихъ сортовъ за высшіе и, вообще, фальсификація продуктовъ—постоянные спутники частной торговли. Поэтому тѣ цѣны, по которымъ продается тотъ или иной товаръ мѣстными торговцами, хотя они и являются мѣстными рыночными цѣнами, не могутъ быть принимаемы безъ всякихъ измѣненій потребительнымъ обществомъ.

При началѣ торговли потребительное общество должно собрать свѣдѣнія о цѣнахъ, существующихъ у нѣсколькихъ торговцевъ даннаго района и вывести изъ нихъ среднюю цѣну, вотъ это и будетъ средняя рыночная цѣна. Возьмемъ примѣръ: рисъ патна продается по цѣнамъ: 14, 16 и 18 к., средняя цѣна будетъ $15^2/_3$ к., слѣдовательно, надлежитъ установить цѣну въ обществѣ потребителей въ 16 коп. или въ $15^1/_2$ к. Однако, руководствоваться только средними рыночными цѣнами не всегда правильно. Прежде всего нужно имѣть въ виду, что частный торговецъ нерѣдко держитъ низкія цѣны только на ходовые товары, каждому потребителю извѣстные, напримѣръ, на сахаръ, который иногда про-

дается по своей цѣнѣ, но зато на всѣхъ даже болѣе или менѣе «темныхъ» товарахъ цѣны несоотвѣтственно повышаются. Поэтому обществу потребителей все же необходимо установить опредѣленное соотношеніе продажныхъ цѣнъ къ себѣстоимости товара, т.-е. опредѣлить среднюю процентную надбавку на товары; это необходимо еще опредѣлить для того, чтобы установить общую валовую доходность отъ операцій общества потребителей.

Нельзя также руководствоваться существующими средними рыночными цѣнами во время разнаго рода спекуляцій съ тѣмъ или инымъ товаромъ, что особенно развивается во время переживанія государствомъ сильныхъ экономическихъ потрясеній, какъ, напримѣръ, во время войны и голода. Если въ такое время общество потребителей будетъ слѣдовать только за средними рыночными цѣнами, то оно само будетъ мало отличаться отъ торговца-спекулянта, ибо будетъ выкачивать изъ кармановъ потребителей чрезмѣрную для общества прибыль. Въ такихъ случаяхъ общество потребителей должно руководствоваться при расцѣнкѣ только выработанной системой процентныхъ надбавокъ и, въ крайнемъ случаѣ, закрывать двери для постороннихъ покупателей, дабы дешевый товаръ не попалъ въ руки частныхъ предпринимателей, съ нимъ спекулирующихъ.

По статистическимъ даннымъ Московскаго союза потребительныхъ обществъ, средній процентъ валовой накидки въ русскихъ потребительныхъ обществахъ составляетъ 13,1%, если же сравнить цѣны на отдѣльные товары, существующіе въ потребительномъ обществѣ и у частнаго торговца, то цѣны потребительнаго общества обычно ниже на 5 и болѣе процент. Эта разница въ цѣнахъ, несомнѣнно, фактически значительно больше, если принять во вниманіе разнотипность сортовъ товара, но судить объ этомъ у насъ нѣтъ основаній за отсутствіемъ соотвѣтствующихъ данныхъ

Валовая накидка колеблется въ зависимости отъ рода товара, причемъ, въ среднемъ, накидка эта по нѣкоторымъ категоріямъ товаровъ составляетъ: по лабазнымъ товарамъ (мука, крупы, сахаръ, масло подсолнечное и т. п.) отъ 3% до 7 %, по бакалейно-колоніальнымъ товарамъ (чай, кофе, рисъ и т. п. отъ 10% до 20%, по кондитерско-конфектнымъ товарамъ отъ 15% до 25%, по парфюмернымъ товарамъ до 30% и т. д., особенно высоки накидки бываютъ по галантерейнымъ и скобянымъ товарамъ, достигая иногда 100 и болѣе процентовъ, но это и вполнѣ понятно, ибо эти товары иногда очень залеживаются, портятся или выходятъ изъ моды и тогда ихъ приходится продавать по цѣнамъ даже ниже себѣстоимости.

Во всякомъ случаѣ, при опредѣленіи размѣра накидки на тотъ или иной товаръ обязательно нужно принимать во вниманіе быстроту оборота съ товаромъ: если товаръ можетъ быть проданъ скоро и весь безъ остатка, накидка должна быть возможно низкая, но не ниже нормальныхъ рыночныхъ цѣнъ, если же продажа товара не обезпечена и возможны остатки, то накидка на товаръ должна быть такова, чтобы прибыль отъ проданнаго количества товара могла не только покрыть возможные убытки по реализаціи остатковъ, но дать въ общемъ валовой доходъ не ниже средне-исчисленнаго по смѣтѣ. Конечно, это правило не можетъ быть примѣняемо въ тѣхъ случаяхъ, когда длительность распродажи товара и возможность остатковъ его зависитъ не отъ характера самого товара, а отъ другихъ какихъ-либо причинъ, напримѣръ: правленіе не соразмѣрило потребность въ товарѣ и выписало его больше, чѣмъ слѣдовало бы, и если еще товаръ относится къ категоріи скоропортящихся продуктовъ, то здѣсь не только не слѣдуетъ увеличить накидку, а,

наоборотъ—нужно ее понизить, чтобы возможно скорѣе распродать, не давъ ему испортиться.

Итакъ, при производствѣ расцѣнки товаровъ должно руководствоваться: 1) средними мѣстными рыночными цѣнами и 2) размѣромъ общей валовой доходности общества, опредѣляемой смѣтными предположеніями.

Тотъ или иной процентъ валовой накидки долженъ начисляться на себѣстоимость товара, поэтому постараемся прежде, чѣмъ производить самую расцѣнку товаровъ, установить, что нужно понимать подъ словомъ «себѣстоимость», такъ какъ нерѣдко это толкуется не совсѣмъ правильно. Стоимость каждаго товара состоитъ изъ слѣдующихъ основныхъ частей: 1) стоимости по прейс-куранту или договору, 2) стоимости провоза по желѣзной дорогѣ или водой и 3) стоимости доставки товара въ лавку; если при заключеніи условій закупки отъ поставщика получено согласіе на особыя скидки, то онѣ должны быть скинуты со стоимости по прейс-куранту. Опредѣленная, такимъ образомъ, стоимость товара и будетъ являться себѣстоимостью, на которую и необходимо начислять накидку для опредѣленія продажной цѣны.

Руководствуясь данными нами указаніями, прежде чѣмъ приступить къ производству расцѣнки, необходимо еще имѣть въ виду порчу части полученнаго товара (напримѣръ: бой посуды, усушку въ пути и т. п.), и тогда уже взять счетъ поставщика, на которомъ нужно дѣлать всѣ отмѣтки, сопровождающія расцѣнку. Прежде всего со счета нужно скинуть всѣ причитающіяся скидки, прибавить стоимость боя или порчи продукта (товара), причислить стоимость фрахта или тарифа и стоимость доставки въ лавку; такимъ образомъ, мы установимъ стоимость полученнаго товара себѣ; затѣмъ исчисляемъ размѣръ накидки и начисляемъ на стоимость каждаго отдѣльнаго предмета, проставляя на

томъ же счетѣ полученную продажную цѣну противъ соотвѣтствующей цѣны, далѣе выводимъ сумму стоимости всего количества каждаго предмета и подсчитываемъ общій итогъ, который даетъ намъ стоимость полученнаго товара по продажной цѣнѣ.

Возьмемъ маленькій примѣръ: по счету прибыло: 10 мѣшковъ ржи RA; 3 мѣшка рису RA; вѣсъ каждаго мѣшка 6 пуд., т. е. всего получено 60 пуд. ржи R по цѣнѣ 4 р. 80 к. за пудъ на сумму 288 р., и 18 п. рису RA по цѣнѣ 5 р.—на сумму 90 р., итого на 378 руб.; гербовый сборъ и экспедиціонные расходы поставщика 2 руб. 40 коп.; сумма счета 380 р. 40 к.; тарифъ уплаченъ въ суммѣ 39 р. и за доставку въ лавку 7 р. 80 к., а всего расходовъ 46 р. 80 к. и себѣстоимость по счету опредѣляется въ суммѣ 427 р. 20 к. На мѣстномъ рынкѣ продажная цѣна рису R —14 к. или 5 р. 60 к. пудъ и риса RA — 15 к. или 6 р. пудъ. Такъ какъ при пріемкѣ риса въ лавкѣ, оказалось, что риса R не достаетъ 1 п., то на счетѣ дѣлаемъ отмѣтку красными чернилами: «риса R получено 59 пуд.». Накладные расходы на общую стоимость и количество риса составляютъ 49 р. 20 к., что составляетъ на 1 пудъ прибывшаго риса въ количествѣ 77 пуд. по 64 к. на пудъ и, слѣдовательно, рисъ R стоитъ себѣ 5 р. 44 к. и рисъ RA =5 р. 64 к. Если мы признаемъ необходимымъ точно считаться съ рыночными цѣнами, то мы должны опредѣлить накидку въ 3% на рисъ R и въ 6½%, однако, мы этимъ смущаться не должны и можемъ повысить цѣны до 6р. рисъ R и 6 р. 40 к. рисъ RA,вотъ по какимъ соображеніямъ въ огромномъ большинствѣ случаевъ частные торговцы, особенно сельскіе, продаютъ низшіе сорта риса за высшіе, а въ нѣкоторыхъ случаяхъ производятъ смѣшеніе сортовъ, почему и получается такая видимая странность, между тѣмъ общество потребителей продаетъ товаръ по его дѣйствительному сорту и поэтому, въ данномъ случаѣ, продажная цѣна можетъ быть повышена, ибо самые сорта

болѣе высоки. Опредѣливъ продажную стоимость, мы выставляемъ на счетѣ сумму стоимости 59 п. риса R = 354 р. и 18 пуд. риса RA = 115 р. 20 к., итого 469 р. 20 к., т. е. болѣе себѣстоимости на 39 р. или на 9, 1%.

б) Повышеніе и пониженіе цѣнъ.

Установленныя при расцѣнкѣ товара цѣны могутъ подвергаться нѣкоторымъ колебаніямъ, которыя должны находиться въ зависимости отъ состоянія самого товара и отъ состоянія цѣнъ на товаръ на общемъ рынкѣ. Періодическимъ колебаніямъ подвержены цѣны на базные товары, какъ напримѣръ: мука, крупы, подсолнечное масло, а также на сахаръ; на эти продукты наступаетъ пониженіе цѣнъ осенью, затѣмъ цѣны начинаютъ постепенно повышаться и лишь весной, а чаще уже ко времени новой уборки сельскохозяйственныхъ продуктовъ, цѣны или еще болѣе крѣпнутъ, если выяснится неурожай, или начинаютъ падать, если ожидается хорошій урожай. Потребительныя общества должны всегда слѣдить за состояніемъ рынковъ и измѣнять у себя цѣны въ соотвѣтствіи съ ихъ движеніями на рынкѣ, за исключеніемъ періодовъ спекулятивнаго ажіотажа, когда потребительнымъ обществамъ необходимо выдерживать спокойствіе и не допускать частыхъ и слишкомъ рѣзкихъ колебаній.

Въ тѣхъ случаяхъ, когда потребительное общество, по условіямъ транспорта, должно было запастись товаромъ на длительный періодъ, слѣдуетъ цѣны на товары повышать въ зависимости отъ цѣнъ на мѣстномъ и на ближайшемъ главномъ рынкѣ, причемъ, въ данномъ случаѣ, повышеніе цѣнъ не можетъ считаться излишнимъ, ибо, помимо учета общаго повышенія, нужно принимать во вниманіе затрату значительныхъ средствъ впередъ, которыя должны быть покрыты большимъ процентомъ въ замѣну быстроты оборота капитала.

Пониженіе цѣнъ, помимо условій рынка, обычно

вызывается или порчей товара, или залежью его и необходимостью ея ликвидаціи въ цѣляхъ возврата затраченныхъ оборотныхъ средствъ. Производство переоцѣнки товаровъ на пониженіе должно производить съ крайней осторожностью и, безъ дѣйствительной надобности къ этому прибѣгать не слѣдуетъ, но если товару угрожаетъ окончательная порча, то цѣлесообразно продажу его назначить даже ниже себѣстоимости, такъ какъ лучше получить небольшой убытокъ, нежели потерять всю стоимость товара только потому, что не желаютъ продавать его съ частичнымъ убыткомъ. Это особенно важно имѣть въ виду при продажѣ разныхъ скоропортящихся продуктовъ: мяса, битой птицы, зелени, фруктовъ, молока и т. п.

При всякомъ измѣненіи цѣнъ, необходимо составлять особую вѣдомость, въ которую записывается: наименованіе товара, его вѣсъ или количество, существующая продажная цѣна, новая продажная цѣна, разница продажныхъ цѣнъ и сумма разницы новой продажной цѣны на все количество (въ соотвѣтствующей графѣ: «пониженъ расцѣнокъ» или «повышенъ расцѣнокъ»), причемъ въ вѣдомости долженъ быть подведенъ общій итогъ повышенія или пониженія продажной стоимости переоцѣниваемаго товара. Совершенно испорченные товары (гнилые и разбитые) также должны быть отмѣчаемы въ оцѣночной вѣдомости, съ отмѣткой объ изъятіи и уничтоженіи товара, причемъ какъ въ первомъ случаѣ, такъ и здѣсь переоцѣночныя вѣдомости обязательно должны быть подписаны членомъ правленія—завѣдывающимъ лавкой и старшимъ приказчикомъ.

в) Размѣтка цѣнъ на товарахъ и прейсъ-куранты.

Изъ практической работы потребительнаго общества должно быть изъято все, что такъ или иначе можетъ вызвать какія-либо сомнѣнія въ правильности

дѣйствій правленія; всѣ пріемы частной торговли, которые имѣютъ своей цѣлью опутать покупателя, не должны имѣть мѣста въ потребительномъ обществѣ. Это правило необходимо помнить, когда мы въ потребительномъ обществѣ начинаемъ продажу товаровъ, а посему въ каждомъ обществѣ потребителей обязательно должна быть введена размѣтка товаровъ такимъ образомъ, чтобы она давала возможность каждому покупателю разбираться въ цѣнахъ.

Во время производства расцѣнки прибывшаго товара должно обычными цифрами, а не буквами, отмѣчать на видномъ мѣстѣ цѣну предмета или привѣшивать и приклеивать талончикъ; если товаръ не штучный, а вѣсовой, то цѣну можно выставлять на томъ помѣщеніи (ящикѣ, бочкѣ, ларѣ и т. п.), въ которомъ товаръ сложенъ. Отмѣтка цѣнъ буквами допустима только по отношенію къ себѣстоимости, что отмѣчать также цѣлесообразно, дабы при очередномъ подсчетѣ товаровъ можно было бы одновременно проставлять какъ продажную, такъ и покупную стоимость, но мы и здѣсь рекомендовали бы не прибѣгать къ условностямъ, а отмѣчать и себѣстоимость обыкновенными цифрами и лишь въ отличіе отъ продажныхъ цѣнъ, ихъ слѣдовало бы проставлять другимъ цвѣтомъ чернилъ, напримѣръ, красными. На продукты и предметы повседневнаго потребленія цѣлесообразно, помимо размѣтокъ на самихъ товарахъ, составлять въ нѣсколькихъ экземплярахъ прейсъ-куранты, которые и развѣшивать въ помѣщеніи лавки и въ окнахъ на улицу.

Нѣкоторыя потребительныя общества вводятъ у себя составленіе подробныхъ прейсъ-курантовъ на всѣ имѣющіеся предметы и продукты, которыми увѣшиваютъ стѣны; мы не рекомендовали бы выпускать такіе прейсъ-куранты, ибо, при разнообразіи ассортимента, составленіе ихъ затруднительно и, кромѣ того, размѣтка цѣнъ, напримѣръ, по посудному отдѣлу,

будетъ говорить покупателю очень мало, ибо ему нужно выбрать предметъ не только въ соотвѣтствіи съ цѣной, но и въ соотвѣтствіи съ фасономъ; поэтому всего лучше имѣть въ лавкѣ выставленные образцы съ размѣченными цѣнами, чѣмъ проставленныя на вывѣшенной бумагѣ цифры.

3. ПРОДАЖА ТОВАРОВЪ ВЪ ЛАВКѢ.

а) Необходимый персоналъ служащихъ.

Успѣшность веденія самаго отпуска товаровъ много зависитъ отъ количества и подготовленности служащихъ. Подготовленный практически служащій работаетъ болѣе успѣшно и общее ихъ количество можетъ значительно находиться въ зависимости отъ общей подготовкѣ. Но все же, при исчисленіи необходимаго количества служащихъ, нужно считаться съ цѣлымъ рядомъ общихъ условій, въ которыхъ должна протекать торговля въ лавкѣ потребительнаго общества. Каждый приказчикъ, конечно, можетъ отпустить не свыше опредѣленнаго количества покупателей въ теченіе всего рабочаго времени, но если торговля идетъ неравномѣрно, а усиливается только въ опредѣленные періоды дня, то, несомнѣнно, одинъ приказчикъ сможетъ отпустить значительно меньшее число покупателей. Дать какія либо общія мѣрки для опредѣленія необходимаго штата служащихъ не представляется возможнымъ и въ каждомъ отдѣльномъ случаѣ потребительному обществу слѣдуетъ руководствоваться своими мѣстными условіями; мы можемъ указать только на то, чего во всякомъ случаѣ допускать не слѣдуетъ.

Прежде всего, ни въ коемъ случаѣ, не слѣдуетъ передавать лавку въ руки одного завѣдывающаго или отвѣтственнаго приказчика съ тѣмъ, чтобы онъ, по своему усмотрѣнію, нанималъ такъ называемыхъ

«подручныхъ». Приглашеніе всѣхъ служащихъ должно производиться правленіемъ и имъ опредѣляются всѣ условія службы. Не слѣдуетъ передавать завѣдываніе лавкой владѣльцу того помѣщенія, которое нанято для лавки, ибо здѣсь часто неизбѣжно сокрытіе товаровъ у хозяина помѣщенія. Ни при какихъ условіяхъ, не должно оставлять завѣдывающимъ и продавцомъ лавки мѣстнаго торговца, у котораго общество потребителей пріобрѣло его собственную лавку съ товарами—результаты отъ этого часто получаются печальные, торговля въ лавкѣ идетъ плохо и убыточно, а въ концѣ концовъ лавка опять возвращается къ своему старому владѣльцу и общество потребителей погибаетъ. Очень осторожно нужно относиться къ приглашенію завѣдывающимъ бывшаго торговца, обычно тогда и въ потребительномъ обществѣ воцаряются всѣ порядки частной торговли и, кромѣ самой вывѣски, ничто не свидѣтельствуетъ о существованіи потребительнаго общества. Лучше пригласить менѣе опытнаго практически служащаго, но чтобы онъ былъ знакомъ съ потребительнымъ обществомъ, съ кооперативной организаціей, тогда нѣкоторая неподготовленность къ работѣ можетъ быть искуплена тѣми общими порядками, которые такъ необходимы въ кооперативной торговлѣ.

Крайне нецѣлесообразно совмѣщать въ одномъ лицѣ завѣдывающаго лавкой и кассира. Такое совмѣщеніе обычно замедляетъ работу по отпуску товаровъ, особенно въ періоды скопленія покупателей, и можетъ служить причиной переборовъ и недоборовъ за отпущенный товаръ, но кромѣ того это совмѣщеніе служитъ соблазномъ и является причиной обнаруживаемыхъ недочетовъ при подсчетѣ товаровъ. Чтобы не создавать такихъ условій, касса должна быть обязательно передана отдѣльному лицу, и если эта работа

не отнимаетъ много времени то кассиру же можетъ быть поручено веденіе книгъ и дневныхъ вѣдомостей.

Когда въ потребительномъ обществѣ продаются товары разныхъ категорій, то необходимо каждый отдѣлъ поручать особому приказчику въ смыслѣ, хотя бы, отвѣтственности за порядокъ, храненіе и своевременность выписки товара, оставляя на немъ общую работу по отпуску товаровъ. Если какой-либо отдѣлъ получаетъ значительное развитіе, то необходимо имѣть спеціальнаго завѣдывающаго даннымъ отдѣломъ.

При оборотѣ общества потребителей свыше 100.000 руб., необходимо приглашать управляющаго дѣлами общества, такъ какъ, при разнообразіи и сложности всего дѣла, правленіе не въ состояніи будетъ слѣдить за повседневными потребностями дѣла и тогда возможны значительные недостатки въ дѣлѣ. Конечно, управляющій долженъ имѣть право самостоятельныхъ дѣйствій, а не быть пассивнымъ свидѣтелемъ происходящаго въ лавкѣ, въ цѣляхъ сообщенія замѣченнаго правленію въ цѣломъ. или отдѣльнымъ его членамъ, и въ то же время должность управляющаго не должна уничтожать и обезличивать дѣятельность правленія;—здѣсь должно быть установлено полное взаимодѣйствіе съ разграниченіемъ сферъ вліянія.

б) Заготовка и отпускъ товаровъ.

Все дѣло продажи товаровъ должно быть организовано такъ, чтобы нужно было затрачивать на обслуживаніе каждаго покупателя возможно меньше времени со стороны служащихъ. Для этого, конечно, нужно знать характеръ покупателей, ихъ общія потребности не только въ отношеніи тѣхъ или иныхъ сортовъ товаровъ, но и въ отношеніи количества покупаемаго ими товара. Когда эти данныя извѣстны

правленію или приказчикамъ, то слѣдуетъ производить предварительную заготовку товаровъ въ опредѣленно развѣшанныхъ количествахъ. Такъ обычно поступаютъ въ частныхъ торговыхъ предпріятіяхъ, и этотъ порядокъ слѣдуетъ проводить въ жизнь въ каждомъ обществѣ потребителей. Предварительную развѣску въ пакеты по 1, 2, 3, 5, 10 фунтовъ слѣдуетъ производить съ рафинадомъ и сахарнымъ пескомъ, мукой, крупами, рисомъ и другими сыпучими товарами. Особенно этотъ порядокъ слѣдуетъ вводить въ рабочихъ потребительныхъ обществахъ, гдѣ происходитъ скопленіе покупателей въ опредѣленные только періоды дня, равнымъ образомъ имъ необходимо пользоваться въ періоды предпраздничной торговли. Предварительная развѣска товаровъ способствуетъ быстротѣ отпуска товаровъ, такъ какъ приказчикамъ не приходится заниматься развѣской во время самой торговли и иногда ожидать освобожденія вѣсовъ, занятыхъ другимъ приказчикомъ, чѣмъ избѣгается излишняя суетливость въ лавкѣ. При отпускѣ товаровъ слѣдуетъ на каждомъ отдѣльно упакованномъ мѣстѣ проставлять вѣсъ или количество, цѣну и общую стоимость, чтобы не испытывать излишнихъ затрудненій при составленіи чека на кассу, для чего иногда приходится приказчику вновь разворачивать пакетъ, чтобы провѣрить, какой именно товаръ тамъ положенъ.

Остановимся нѣсколько на болѣе раціональной постановкѣ отпуска товаровъ въ періоды особенно большого скопленія покупателей, особенно передъ праздниками Рождества и св. Пасхи. Чтобы работа приказчиковъ шла наиболѣе продуктивно, они должны сосредоточить свое вниманіе только на отборкѣ товаровъ, общую же сборку покупокъ и подсчетъ стоимости слѣдуетъ передать отдѣльнымъ счетчикамъ. Такіе счетчики могутъ быть наняты или приглашены изъ числа членовъ общества въ качествѣ добровольцевъ, причемъ особыхъ знаній, кромѣ умѣнія производить подсчетъ, не требуется. Обязанность счетчика должна заключаться въ принятіи отъ приказчика опредѣленнаго, отобраннаго и запакованнаго въ отдѣльные пакеты числа мѣстъ, по даннымъ, проставленнымъ приказчикомъ на каждомъ пакетѣ (количество или вѣсъ и цѣна), счетчикъ устанавливаетъ стоимость каждаго пакета и опредѣляетъ общую стоимость покупки, выписывая на соотвѣтствующую сумму чекъ на кассу. Приказчикъ, освобожденный отъ кропотливой работы подсчетовъ, несомнѣнно сможетъ быстрѣе удовлетворять каждаго покупателя, что только можетъ содѣйствовать успѣху дѣла въ цѣломъ.

IV. Охрана товаровъ.

1. УЧЕТЪ ТОВАРОВЪ.

а) Общія основанія учета.

Общество потребителей есть хозяйственная организація, участниками которой являются всѣ члены общества, поэтому каждый участникъ долженъ имѣть достаточную увѣренность въ томъ, что ввѣренные правленію и служащимъ товары и деньги достаточно охраняются и здѣсь не происходитъ злоупотребленій и хищеній. Это обязываетъ правленіе вести строгій учетъ всему хозяйству и, главнѣйшимъ образомъ— обращающемуся въ лавкѣ товару. Весьма часто въ правленіе попадаютъ лица, которыя мало знакомы съ системами учета товаровъ, а потому нерѣдко прибѣгаютъ къ веденію учета по количеству и сортамъ каждаго рода товара, задаваясь цѣлью поставить учетъ такъ, чтобы въ каждый данный моментъ можно было точно знать остатокъ товара по каждому сорту особо. Однако, скоро обнаруживается, что эта система

учета товаровъ совершенно не достигаетъ своей цѣли, а происходитъ это вотъ почему. Подробный сортовой учетъ товаровъ возможенъ лишь въ томъ случаѣ, когда количество сортовъ ограничено и движеніе товаровъ происходитъ болѣе или менѣе крупными количествами; вотъ почему эта система учета обычно примѣняется въ крупныхъ оптовыхъ предпріятіяхъ. Совершенно иное дѣло представляетъ собой потребительное общество: отпускъ товаровъ крайне дробный и частый, ассортиментъ товаровъ чрезвычайно разнообразный; чтобы вести при такихъ условіяхъ сортовый учетъ, потребуется крупная затрата на содержаніе значительнаго штата служащихъ, но и послѣднее не гарантируетъ правильности учета, ибо, параллельно съ этимъ, необходимо еще ввести въ магазинѣ, при отпускѣ товаровъ, составленіе особыхъ ордеровъ съ точнымъ наименованіемъ сорта и количества каждаго отпускаемаго товара, и если въ карточкахъ будетъ допущена ошибка при разбивкѣ по сортамъ, то весь трудъ окажется напрасно затраченнымъ, ибо результаты по даннымъ сортового учета могутъ не соотвѣтствовать наличности только благодаря допущеннымъ ошибкамъ. А между тѣмъ нужно быть крайне осторожнымъ во всѣхъ дѣйствіяхъ, которыя могутъ вносить недоразумѣнія въ дѣло вообще, а въ учетъ товаровъ особенно, такъ какъ потребитель чутко прислушивается ко всѣмъ недочетамъ и при малѣйшихъ намекахъ о недостачѣ товаровъ начинаетъ распространяться молва о крупныхъ хищеніяхъ въ обществѣ потребителей и о его близости къ краху. Поэтому сортовой учетъ товаровъ слѣдуетъ совершенно оставить, какъ несоотвѣтствующій характеру дѣятельности потребительныхъ обществъ.

Практика потребительныхъ обществъ ввела другой способъ учета товаровъ: по суммѣ продажной стоимости товара. Общая схема такого учета заключается въ слѣдующемъ: всякій поступившій товаръ записывается на учетъ по его продажной цѣнѣ, проданный товаръ списывается также по продажной цѣнѣ, разница между этими двумя цифрами даетъ намъ сумму остатка товаровъ также по продажной его стоимости. Для веденія такого учета, конечно, нужно большое вниманіе, такъ какъ должно принимать во вниманіе всякое измѣненіе въ продажной стоимости товаровъ. Имѣя въ виду учетъ товаровъ, мы въ отдѣлѣ «Расцѣнка товаровъ» особенно останавливались на техникѣ расцѣнки, такъ какъ когда расцѣнка не только правильно произведена, но и правильно занесена на соотвѣтствующій документъ, то это гарантируетъ и правильность учета товаровъ. Основаніемъ для записей по приходу товаровъ являются счета поставщиковъ съ установленіемъ на нихъ продажной стоимости поступившаго товара, а также расцѣночныя вѣдомости, составляемыя каждый разъ при повышеніи или пониженіи продажной цѣны или при списаніи товара при бракѣ и порчѣ. Правленіе должно обращать очень серьезное вниманіе на правильность составленія перечисленныхъ основныхъ документовъ, такъ какъ безъ нихъ чрезвычайно трудно будетъ провѣрять правильность веденія записей по учету товаровъ.

б) Скидки на утечку, усушку и прочія утери товаровъ.

Всѣ товары, сыпучіе и жидкіе, не находящіеся въ оригинальныхъ дробныхъ упаковкахъ, не могутъ быть проданными въ томъ количествѣ (вѣсѣ), въ какомъ они поступили въ лавку; такъ, масло подсолнечное изъ бочки 19—20 пуд. дастъ недовѣсъ не менѣе 1 пуда, изъ мѣшка муки въ 5 пуд.—будетъ продано при развѣсѣ не болѣе 4 пуд. 25 ф., даже головной сахаръ, если онъ продается на расколъ, дастъ недовѣсъ. Кромѣ этого недовѣса, являющагося результатомъ распыла и разсыпки

товара при развѣскѣ, существуетъ еще естественная утеря въ вѣсѣ товара, происходящая отъ усушки и утечки товара; такъ, масло подсолнечное впитывается клепкой бочки и просачивается, колбасы высыхаютъ въ зависимости отъ длительности ихъ храненія, соль часто очень много теряетъ въ вѣсѣ, если она была получена сырой и сложена въ сыромъ мѣстѣ. Эти недостачи товара трудно точно учесть при производствѣ расцѣнки товаровъ, поэтому практически размѣръ ихъ опредѣляется въ процентномъ отношеніи къ общей суммѣ оборота съ даннымъ товаромъ, причемъ чѣмъ продажа такихъ продуктовъ производится болѣе дробными количествами, тѣмъ процентъ утери повышается и наоборотъ. Практика потребительныхъ обществъ установила, что размѣръ такихъ утерь колеблется отъ ½% до 1% суммы оборота съ такими товарами. Установленный размѣръ скидки на утерю товаровъ принимается во вниманіе при провѣркѣ товаровъ и скидывается со счета книжнаго остатка, если же и послѣ этого книжный остатокъ даетъ сумму большую, нежели снятый съ наличности товаровъ остатокъ, то разница составляетъ несомнѣнный недочетъ. Однако, есть нѣкоторые сорта товаровъ, недочетъ продажнаго вѣса которыхъ можетъ быть учтенъ при самой расцѣнкѣ. Возьмемъ для примѣра соленую рыбу кету: она покупается обществомъ потребителей вѣсомъ съ головой, между тѣмъ какъ въ продажу идетъ вся рыба, кромѣ головы и части хвоста, за исключеніемъ только случаевъ продажи цѣлыми рыбами; въ такихъ случаяхъ слѣдуетъ голову и хвостъ отнимать и записывать на учетъ только остатокъ рыбы.

Совершенно не слѣдуетъ допускать скидокъ съ суммы общаго оборота товаровъ, такъ какъ всѣ товары штучные и вѣсовые, но въ оригинальныхъ готовыхъ упаковкахъ (напримѣръ, чай, кофе и какао въ жестянкахъ, консервы и т. п.), никакой усушки не даютъ; если же происходитъ порча товара или поломка его, то въ

данномъ случаѣ необходимо производить списаніе на бракъ и порчу.

в) Отвѣтственность служащихъ за цѣлость и сохранность товаровъ.

Главной цѣнностью и имуществомъ всякаго потребительнаго общества является товаръ, продаваемый въ его лавкѣ, а потому всякій членъ потребительнаго общества будетъ относиться съ довѣріемъ къ обществу только тогда, когда правленіемъ будутъ приняты всѣ мѣры къ дѣйствительной охранѣ товаровъ отъ расхищенія. Всѣ товары обычно передаются въ распоряженіе служащихъ общества потребителей, а потому вполнѣ естественно, что эти служащіе должны нести передъ правленіемъ соотвѣтствующую не только моральную, но и матеріальную отвѣтственность.

Во многихъ обществахъ эта отвѣтственность проводится различно. Одни общества потребителей приглашаютъ завѣдывающаго лавкой и ему сдаютъ подъ его личную отвѣтственность весь товаръ, остальные служащіе отвѣтственности никакой не несутъ, а потому часто приглашеніе ихъ также принадлежитъ завѣдывающему лавкой, который свою отвѣтственность обезпечиваетъ соотвѣтствующимъ денежнымъ залогомъ. Такая система крайне не раціональна по слѣдующимъ соображеніямъ. Одно лицо не можетъ нести отвѣтственности за дѣйствія всѣхъ остальныхъ служащихъ, а потому такой завѣдывающій обычно окружаетъ себя такими служащими, которые могутъ быть ему хорошо извѣстны и которые будутъ всѣ свои дѣйствія согласовывать съ дѣйствіями его—завѣдывающаго. Это положеніе можетъ въ отдѣльныхъ случаяхъ создавать благопріятныя условія для разнаго рода злоупотребленій, которыя обнаружить бываетъ чрезвычайно трудно при согласованности дѣйствій всѣхъ служащихъ, и нерѣдки случаи, когда такіе завѣдывающіе становятся фактическими хозяевами дѣ-

ла, чему часто помогаетъ вложенный болѣе или менѣе значительный залогъ.

Если общество потребителей не располагаетъ достаточными оборотными средствами, то изъятіе изъ его оборота 500—1.000 руб. залога приказчика можетъ являться очень опаснымъ, особенно, если въ обществѣ допускается отпускъ товаровъ въ кредитъ; отвѣтственный приказчикъ лучше всѣхъ знаетъ состояніе дѣлъ общества, а потому онъ дѣйствуетъ смѣло и въ критическіе моменты грозитъ изъятіемъ своего залога. Трудно бываетъ иногда потребительному обществу вырваться изъ цѣпкихъ лапъ такого завѣдывающаго. Только твердая настойчивость правленія можетъ помочь дѣлу и вывести его на правильный путь, если же у правленія нѣтъ такой твердости, то тогда общество потребителей фактически перестаетъ существовать, а подъ его вывѣской торгуетъ отвѣтственный приказчикъ за свой собственный страхъ и рискъ.

Нѣкоторыя потребительныя общества сдаютъ продажу товаровъ служащимъ отъ артели съ ея гарантіей. Казалось бы, это наилучшій способъ охраны товаровъ, но, къ сожалѣнію, практика показала много отрицательныхъ сторонъ въ дѣйствіяхъ артельщиковъ. Артели очень часто присылаютъ служащихъ совершенно незнакомыхъ съ кооперацією, да и мало знающихъ торговое дѣло, поэтому приказчики-артельщики мало заботятся объ укрѣпленіи кооперативныхъ принциповъ торговли, съ покупателями обходятся невнимательно и грубо, не слѣдятъ за сохраненіемъ товаровъ отъ порчи, ибо они отвѣтственны только за наличность товара, независимо отъ его качественнаго состоянія. Кромѣ того, для обезпеченія возможныхъ претензій къ артели общество потребителей слишкомъ тщательно должно вести учетъ товаровъ, иначе судебныя инстанціи могутъ не признать претензію и артель не уплатитъ стоимость недостачи, что уже неоднократно повторялось

въ нѣкоторыхъ потребительныхъ обществахъ. Все это послужило причиной того, что большое количество потребительныхъ обществъ (особенно желѣзнодорожныхъ) отказалось отъ приглашенія на должности приказчиковъ-артельщиковъ и замѣнило ихъ лицами-спеціалистами, приглашаемыми по свободному выбору.

Практика потребительныхъ обществъ послѣднихъ лѣтъ признала наиболѣе цѣлесообразнымъ введеніе коллективной отвѣтственности всѣхъ служащихъ-приказчиковъ, для чего съ каждымъ изъ нихъ заключается особый договоръ. Въ такихъ случаяхъ отвѣтственность служащихъ распредѣляется между всѣми, пропорціонально получаемому каждымъ изъ нихъ жалованью, или, иногда, половина отвѣтственности возлагается на завѣдывающаго или отвѣтственнаго приказчика, а остальная половина распредѣляется между остальными пропорціонально жалованью. Самая отвѣтственность обезпечивается, обычно, залогами въ опредѣленныхъ размѣрахъ, которые вносятся въ кассу общества потребителей единовременно при поступленіи на службу, или часть его вносится наличными, а остальная составляется путемъ ежемѣсячныхъ вычетовъ изъ жалованья. Мы считаемъ нужнымъ рекомендовать потребительнымъ обществамъ вводить у себя послѣдній способъ коллективной отвѣтственности, какъ наиболѣе совершенный и наилучшимъ образомъ обезпечивающій интересы потребительнаго общества. Въ этомъ случаѣ всѣ приказчики, обычно, относятся къ своимъ обязанностямъ болѣе сознательно, и если въ ихъ среду попадетъ не вполнѣ добросовѣстный служащій, то они сами будутъ содѣйствовать скорѣйшему удаленію его изъ ихъ среды.

При всѣхъ системахъ отвѣтственности служащихъ за цѣлость товаровъ необходимо веденіе точнаго учета товаровъ. При пріемѣ каждаго поступающаго товара обязательно присутствіе отвѣтственнаго служащаго и

на каждомъ счетѣ поставщика должна быть его расписка о принятіи товара на указанную въ счетѣ сумму по продажной цѣнѣ. Приказчикамъ сдается подъ отчетъ весь поступающій товаръ и, кромѣ того, бумажные кульки для паковки товара, весь же упаковочный матеріалъ (вязка, бумага) въ счетъ товара не сдаются, а относятся на счетъ торговыхъ расходовъ. Въ отношеніи бумажныхъ кульковъ существуютъ разныя положенія, въ зависимости отъ характера торговли и условій отпуска товаровъ. Если товаръ отпускается чистымъ вѣсомъ, т. е. безъ вѣса бумаги или кулька, то кульки въ счетъ товара не засчитываются, а потому подъ отчетъ приказчикамъ не сдаются, а относятся полностью за счетъ торговыхъ расходовъ. Если товаръ отпускается не чистымъ вѣсомъ, а въ счетъ его входитъ и вѣсъ кулька, то кульки полностью сдаются, какъ товаръ. Послѣднее положеніе, во всякомъ случаѣ, признать правильнымъ нельзя, такъ какъ нерѣдко въ кулькахъ отпускается товаръ не вѣсовой (напримѣръ: яйца, булки, овощи), поэтому правильнѣе сдавать подъ-отчетъ приказчиковъ не болѣе половины стоимости поступившихъ кульковъ, а половину относить за счетъ торговыхъ расходовъ.

Для провѣрки наличности товаровъ необходимо производить періодически снятіе остатковъ товаровъ. Такую повѣрку необходимо производить при уходѣ отвѣтственнаго служащаго, если въ договорѣ съ нимъ заключенномъ не указано на продленіе его отвѣтственности до очереднаго учета товаровъ независимо отъ времени оставленія имъ службы. При снятіи остатка слѣдуетъ пользоваться вѣдомостями изданія Московскаго союза потребительныхъ обществъ, причемъ самое снятіе остатковъ должно производиться въ присутствіи и при участіи отвѣтственныхъ служащихъ, правленія и ревизіонной комиссіи общества потребителей; если служащіе по какимъ-либо причинамъ отказались присутствовать при подсчетѣ товаровъ, то объ этомъ правленію совмѣстно съ ревизіонной комиссіей и наблюдательнымъ совѣтомъ (если послѣдній существуетъ при обществѣ) надлежитъ составить протоколъ, а самое снятіе остатковъ и подсчетъ вѣдомостей слѣдуетъ производить въ присутствіи хотя бы трехъ свидѣтелей—членовъ потребительнаго общества.

Эту формальность необходимо соблюдать въ точности, дабы, въ случаѣ обнаруженія недочета, имѣть всѣ основанія для предъявленія къ виновнымъ взысканія судебнымъ порядкомъ. Вѣдомости остатковъ товара должны быть подписаны ихъ составлявшими, въ томъ числѣ обязательна подпись одного изъ отвѣтственныхъ служащихъ, а при отсутствіи его—одного изъ присутствовавшихъ свидѣтелей. По сведеніи вѣдомости остатковъ, таковая должна быть свѣрена съ книжнымъ остаткомъ послѣ исключенія изъ послѣдняго всѣхъ обусловленныхъ скидокъ; если при свѣркѣ окажется недочетъ товаровъ, то таковой долженъ быть покрыть отвѣтственными служащими согласно условіямъ договора; всякій же причетъ, т. е. если остатокъ наличности товаровъ окажется болѣе книжнаго остатка, накакому возврату въ видѣ уплаты соотвѣтствій суммы наличными или какими-либо другими способами служащихъ общества потребителей не подлежитъ. При отпускѣ товаровъ правильнымъ вѣсомъ причета образовываться не можетъ, если же при неоднократномъ учетѣ обнаруживается причетъ, то это доказываетъ, что приказчики при отпускѣ товаровъ прибѣгаютъ къ пріемамъ частной торговли—обвѣшиванію и обмѣриванію покупателей, и правленію надлежитъ принять мѣры къ немедленному искорененію такихъ недопустимыхъ въ кооперативной организаціи пріемовъ.

Вообще, нужно признать желательнымъ наиболѣе частую повѣрку наличности товаровъ, но, къ сожалѣнію, сложность и затруднительность ея при большомъ ас-ор-

тиментѣ товаровъ отнимаетъ много силъ и времени, вызывая закрытіе лавки иногда на 7—10 дней, поэтому въ крупныхъ потребительныхъ обществахъ къ учету товаровъ прибѣгаютъ не болѣе одного или двухъ разъ, принаравливая его къ срокамъ составленія годовыхъ и полугодовыхъ отчетовъ. Въ небольшихъ обществахъ и вновь организовавшихся можно рекомендовать производить учетъ товаровъ 3—4 раза въ годъ. Результаты подсчета товаровъ въ новыхъ обществахъ бываютъ очень поучительны для администраціи общества, ибо выясняется, какихъ товаровъ мало закупается и какіе, наоборотъ, начинаютъ уже образовывать «залежь», въ послѣднемъ случаѣ правленію необходимо немедленно принимать мѣры къ немедленной ликвидаціи излишне закупленнаго товара. О результатахъ подсчета товаровъ должно доводиться до свѣдѣнія членовъ потребительныхъ обществъ или въ общемъ собраніи, или путемъ вывѣшиванія свѣдѣній въ помѣщеніи лавки общества потребителей.

г) Охрана товаровъ отъ покражъ внѣшнихъ.

Организація обезпеченія интересовъ общества потребителей отъ убытковъ путемъ введенія отвѣтственности служащихъ еще недостаточно гарантируетъ общество отъ убытковъ, которые могутъ быть нанесены извнѣ; сюда относятся убытки отъ кражъ и пожара. Лучшимъ способомъ охраны имущества общества и здѣсь было бы введеніе особой отвѣтственности за покражи со стороны артельныхъ сторожей, но это не совсѣмъ дѣйствительная мѣра, если нѣтъ достаточно хорошихъ запоровъ. Поэтому на запоры дверей, оконъ, подваловъ правленіе должно обращать достаточно вниманія и слѣдить за тѣмъ, чтобы при закрытіи лавки всѣ двери и окна были дѣйствительно заперты на замки. Конечно, нуженъ и сторожъ, но если послѣдній изъ артели, то нужно обезопасить, что онъ отбываетъ ее

покражи не только со взломомъ съ улицы, но и со двора; это незначительное на первый взглядъ условіе охраны имѣетъ весьма существенное значеніе, и если оно не будетъ оговорено особо въ договорѣ, то общество потребителей не сможетъ взыскать съ артели убытковъ при взломѣ входа со двора.

2. СТРАХОВАНІЕ ТОВАРОВЪ И ИМУЩЕСТВА ОТЪ ОГНЯ.

а) Обязательность страхованія; исчисленіе страховой суммы.

Огонь не щадитъ ничьего имущества и наноситъ нерѣдко тяжкій уронъ. Поэтому правленіе всякаго потребительнаго общества немедленно, по поступленіи въ лавку товаровъ, должно товаръ застраховать, иначе въ случаѣ пожара отвѣтственнымъ предъ обществомъ потребителей на основаніи устава потребительнаго общества явится правленіе, не принявшее своевременно мѣръ къ охранѣ ввѣреннаго ему имущества. Страховать товаръ слѣдуетъ не по его наличности и сортамъ, а какъ капиталъ въ оборотѣ, т. е. въ данномъ случаѣ страхуется не товаръ, находящійся въ данный моментъ въ наличности, а тотъ капиталъ, который затраченъ на эту покупку. Если въ обществѣ потребителей имѣется нѣсколько отдѣловъ, то слѣдуетъ исчислять страховую сумму по каждому отдѣлу, причемъ цѣлесообразно устанавливать не низшую, а высшую сумму страхованія. Возьмемъ примѣръ: въ лавкѣ имѣются отдѣлы: I, лабазный, II, бакалейно-колоніальный, III, желѣзно-скобяной, IV, модно-галантерейный и V, мануфактурный; наличность товаровъ въ каждомъ изъ отдѣловъ достигаетъ наибольшей суммы: I—до 2000 р., II—1000 р., III—[illegible]00 р., IV—600 р. и V—1500 р., а всего на сумму до 7100 руб.,—мы и должны исчислить стоимость страхового иска въ этой высшей суммѣ, хотя бы за это мы и должны платить нѣсколько большую премію. Въ случаѣ пожара убытки должны исчисляться также по каждому

отдѣлу и будутъ возмѣщаться пропорціонально застрахованной суммѣ, т. е. если товаръ застрахованъ въ полной его стоимости, или какъ говорятъ въ 100 проц., то возврату подлежитъ полностью понесенный убытокъ, если товаръ застрахованъ въ 75 проц., то убытокъ покрывается въ этихъ предѣлахъ. Въ виду этого лучше всего страховать товаръ въ полной его суммѣ, а не въ какой-либо части, тѣмъ болѣе, что страховая премія отъ этого условія не измѣняется.

Премія за страхованіе товаровъ зависитъ отъ рода товара, мѣстонахожденія общества потребителей (городъ, село или станица), отъ устройства того помѣщенія, въ которомъ хранится товаръ, и отъ крыши помѣщенія. Въ крупныхъ городахъ страховка обходится дешевле, равнымъ образомъ, дешевле страховка, если лавка каменная, крытая желѣзомъ; въ деревянныхъ помѣщеніяхъ, крытыхъ соломой или деревомъ, страховая премія довольно высока. Однако, на затрату средствъ для застрахованія товара и другого имущества общества потребителей слѣдуетъ смотрѣть, какъ на производительную затрату, экономія здѣсь совершенно неумѣстна и можетъ грозить гибелью всему обществу.

б) Гдѣ страховать товаръ?

Страховать товаръ можно въ частныхъ страховыхъ обществахъ, въ земствѣ и черезъ союзы потребительныхъ обществъ. Частныя страховыя общества не всегда принимаютъ на страхъ товары отъ потребительныхъ обществъ, особенно отъ сельскихъ, и вообще самое страхованіе обставлено довольно большими формальностями; кромѣ того, агенты этихъ обществъ не всегда ставляютъ въ распоряженіе страхователя существующія по мѣстнымъ условіямъ льготы. Въ огромномъ большинствѣ случаевъ частныя страховыя общества принимаютъ на свой страхъ не свыше 75 проц. объявленной цѣнности товаровъ, а для сельскихъ обществъ [illegible] понижаютъ [illegible] до ⅔ отдѣла. Въ

виду всего этого можно потребительнымъ обществамъ не особенно рекомендовать обращаться къ частнымъ обществамъ, а лучше всего использовать другіе способы Какъ уже указывалось, страхованіемъ занимаются многія земства, хотя еще не всѣ допускаютъ у себя страхованіе товаровъ потребительныхъ обществъ. Земское страхованіе обходится значительно дешевле, да и формальностей меньше, кромѣ того, въ земствѣ имѣются страховые агенты, которые всегда могутъ дать обществу необходимыя разъясненія по выполненію требуемыхъ формальностей.

Правильнѣе всего было бы передавать страхованіе въ свое кооперативное страховое общество, однако, пока такого въ чистомъ видѣ нѣтъ; кооперативные же союзы во главѣ съ Московскимъ союзомъ потребительныхъ обществъ уже производятъ страхованіе, хотя не за свой счетъ, а за счетъ страхового общества, съ которымъ заключенъ особый договоръ. Поэтому потребительному обществу всегда по всѣмъ вопросамъ страхованія нужно обращаться въ свой областной союзъ, если же такого нѣтъ, то—въ страховой отдѣлъ Московскаго союза потребительныхъ обществъ. Союзы принимаютъ на страхъ имущество и товары отъ всѣхъ кооперативовъ, какъ союзныхъ, такъ и несоюзныхъ, причемъ страхованіе производится на основаніи тѣхъ данныхъ, которыя будутъ сообщены союзу на соотвѣтствующихъ бланкахъ, безплатно высылаемыхъ по первому требованію. При страхованіи черезъ союзы есть безусловная увѣренность въ правильности исчисленія страховой преміи и гарантія безпрепятственнаго возмѣщенія убытковъ въ случаѣ пожара. Страхованіе черезъ союзы не обходится потребительнымъ обществамъ дороже частнаго страхового общества, но кромѣ того всѣ процентныя отчисленія съ премій, остающіяся въ пользу союзовъ, не остаются въ рукахъ сѣти разныхъ агентовъ, а,

за исключеніемъ дѣйствительныхъ расходовъ, идутъ на образованіе собственнаго кооперативнаго страхового фонда, накопленіе котораго дастъ возможность организовать взаимное кооперативное страхованіе. Въ виду этого, долгъ всякаго потребительнаго общества всѣ свои страховыя операціи сосредоточивать исключительно въ кооперативныхъ союзахъ.

Стоимость страхованія зависитъ исключительно отъ матеріала, изъ котораго построено зданіе лавки и отъ крыши лавки. Напримѣръ, страхованіе товаровъ сельскаго общества въ деревянномъ домѣ съ деревянной или тесовой крышей стоитъ отъ 40 р. до 50 р. въ годъ съ тысячи страхуемой суммы, если же домъ деревянный, но покрытъ желѣзной или толевой крышей, то страховая премія понизится до 30 р.—40 р. въ годъ съ тысячи руб. Мѣстонахожденіе общества потребителей имѣетъ значеніе лишь потому, что вся Россія по страхованію отъ огня раздѣлена на пояса съ разными расцѣнками страховой преміи.

V. Расширеніе предпріятій общества потребителей.

1. ОТКРЫТІЕ ОТДѢЛЕНІЙ.

а) При какихъ условіяхъ возможно открытіе отдѣленій.

Руководители потребительныхъ обществъ иногда слишкомъ поспѣшно приступаютъ къ расширенію дѣятельности общества, открывая въ районѣ своей дѣятельности нѣсколько отдѣленій, а когда окажется, что отдѣленія приносятъ убытокъ, то ихъ быстро закрываютъ, иногда же открытіе отдѣленій является причиной гибели еще неокрѣпшаго кооператива. Такія явленія возможны только потому, что члены правленія, а иногда сами общія собранія неправильно понимаютъ задачи потребительнаго общества и толкаютъ его на неправильный и скользкій путь коммерческаго предпріятія. Потребительное общество ведетъ торговлю не въ интересахъ торговли, какъ таковой, а въ цѣляхъ объединенія потребителей въ организованную ячейку. Поэтому, какъ открытіе первой лавки, такъ и открытіе отдѣленій возможно только тогда, когда имѣется достаточное количество членовъ; на посторонникъ же покупателей, въ этомъ случаѣ, разсчитывать не слѣдуетъ. Если притокъ новыхъ членовъ, а параллельно и новыхъ средствъ, обезпеченъ, то обезпеченъ успѣхъ новаго отдѣленія, если же этого нѣтъ, лучше открытіе отдѣленій отложить, а это время использовать на развитіе необходимой въ районѣ предварительной пропаганды и на привлеченіе новыхъ членовъ изъ числа жителей этого новаго района.

Если потребительное общество дѣйствуетъ въ предѣлахъ одного населеннаго пункта (городъ, село, деревня, станица, мѣстечко), то открытіе отдѣленій общества потребителей является предпочтительнѣе созданія новыхъ обществъ. Но и здѣсь могутъ быть исключенія, особенно это касается крупныхъ городовъ съ населеніемъ свыше 500 тысячъ жителей, или если въ этомъ населенномъ пунктѣ есть опредѣленныя крупныя группы населенія однороднаго свойства, напримѣръ, въ фабрично-заводскихъ районахъ рабочія группы населенія, тогда болѣе цѣлесообразно открытіе нѣсколькихъ потребительныхъ обществъ, чѣмъ объединеніе всѣхъ группъ въ одномъ кооперативѣ. То же придется сказать и по поводу открытія отдѣленій одного сельскаго общества потребителей въ другихъ ближайшихъ селахъ или деревняхъ, хотя мотивы здѣсь нѣсколько иные. Во всякомъ случаѣ при открытіи отдѣленій необходимо имѣть въ виду высказанныя соображенія и руководствоваться ими, учитывая всѣ мѣстныя условія, иначе въ дѣятельность общества можетъ быть внесено слишкомъ много внутреннихъ треній между разными отдѣльными группами населенія.

б) Управленіе въ отдѣленіяхъ.

Всякая кооперативная организація въ основѣ своей должна создаваться на самодѣятельности ея членовъ. Эту истину особенно твердо нужно помнить при открытіи отдѣленій и созданіи порядка управленія ими. Однако, въ жизни часто эта истина игнорируется и вокругъ создаваемаго отдѣленія кооператива не имѣется организующей его ячейки. Конечно, это не значитъ, что отдѣленію должно быть предоставлено право управляться совершенно самостоятельно и не находиться ни въ какой зависимости отъ центра, но ему во всякомъ случаѣ должна быть предоставлена и нѣкоторая самостоятельность въ разрѣшеніи, прежде всего, своихъ вопросовъ внутренняго распорядка. Веденіе закупокъ товаровъ и общее руководство дѣломъ должно оставаться полностью въ рукахъ правленія, но для разработки плана дѣятельности и для наилучшаго направленія закупокъ слѣдуетъ привлекать въ засѣданія правленій представителей отдѣленій. Самая структура управленія въ отдѣленіяхъ можетъ быть такова: общее собраніе пайщиковъ потребительнаго общества, а еще лучше собраніе пайщиковъ района дѣйствій отдѣленія, избираютъ особую лавочную комиссію, на которую возлагаются всѣ функціи правленія по внутреннему распорядку въ отдѣленіи, сюда относятся: наемъ служащихъ, пріемъ товаровъ по расцѣнкѣ, опредѣляемой правленіемъ общества, наблюденіе за торговлей вообще, наблюденіе за охраненіемъ товаровъ и своевременная передача требованій въ правленіе на пополненіе истощающихся запасовъ товаровъ. Такая система управленія отдѣленіями нисколько не нарушаетъ общей системы управленія дѣлами общества потребителей, но въ то же время даетъ возможность привлечь въ работу новыя силы и установить болѣе тѣсную связь всего общества съ райономъ дѣйствій отдѣленія. Правда, и здѣсь могутъ

создаться нѣкоторыя внутреннія осложненія, если взаимоотношенія между правленіемъ и лавочной комиссіей отдѣленія станутъ съ самаго начала явно оппозиціонными другъ къ другу. Однако, каждая сторона можетъ отстаивать свои права нормальнымъ порядкомъ черезъ свои районныя и общія собранія пайщиковъ. Во всякомъ случаѣ предпочтительнѣе внутренняя борьба, чѣмъ полное индиферентное спокойствіе, ибо первое указываетъ всегда на то, что кооперативъ живетъ, а второе скорѣе будетъ говорить за то, что кооператива нѣтъ, а есть только лавочка. Такое спокойствіе всегда можетъ существовать въ тѣхъ случаяхъ, когда населеніе района дѣйствій отдѣленія не втягивается въ повседневную работу его. Поэтому, если нѣтъ возможности обезпечить правильно мѣстное управленіе отдѣленій и наладить нормальныя отношенія съ правленіемъ, то лучше всего въ такомъ пунктѣ отдѣленія открывать не слѣдуетъ, а слѣдуетъ предоставить возможность организовать самостоятельное общество потребителей.

Особенно можно рекомендовать поступать такъ сельскимъ потребительнымъ обществамъ съ райономъ дѣйствій на нѣсколько селеній; лучше пусть создадутся въ каждомъ пунктѣ самостоятельныя потребительныя общества, которыя потомъ объединятся для совмѣстной работы въ свой мелкорайонный союзъ, тогда все населеніе района будетъ вовлечено въ кооперативную работу, что только упрочитъ положеніе кооперації въ цѣломъ для даннаго района.

Если въ какомъ-либо населенномъ пунктѣ, гдѣ уже было открыто отдѣленіе потребительнаго общества, возникнетъ желаніе создать самостоятельное потребительное общество, то открытое отдѣленіе или должно быть закрыто или передано новому обществу, ибо кооперація не должна мѣшать проявленію самодѣятельности отдѣленія, а обязана ее вызывать и содѣйствовать ея развитію.

2. СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО

а) Общія основанія созданія собственнаго производства.

Какъ организація торговли въ потребительномъ обществѣ не должна преслѣдовать коммерческихъ цѣлей, такъ и собственное производство должно создаваться только для цѣлей правильнаго обслуживанія своихъ членовъ. Въ силу этого всякое производительное предпріятіе потребительнаго общества по размѣрамъ своего производства должно соотвѣтствовать размѣрамъ потребностей въ немъ среди своихъ покупателей и отнюдь не должно предполагать возможности продажи продуктовъ производства на свободный рынокъ. Если это правило не будетъ соблюдено, то предпріятіе общества потребителей въ силу общихъ условій требованій частнаго рынка должно невольно во всей своей работѣ превратиться фактически въ предпріятіе капиталистическое. Вѣдь выступленіе на свободный рынокъ вызываетъ прежде всего борьбу, конкуренцію, что въ кооперативной работѣ совершенно отсутствуетъ, а разъ общество потребителей вступитъ на путь борьбы, то оно, естественно, должно будетъ стремиться все болѣе расширить свою дѣятельность и захватить въ свои руки большую часть предпріятій, продающихъ издѣлія кооперативнаго производительнаго предпріятія, что по существу въ задачи потребительскаго кооператива входить не должно. Наиболѣе доступна потребительнымъ обществамъ организація хлѣбопекарень, но и здѣсь нужно помнить то же правило. Однако, хлѣбопекарню организовать легче и почти всегда производительность ея можно держать въ полномъ соотвѣтствіи съ потребностями самихъ потребителей. Всякое производительное предпріятіе можетъ быть выгоднымъ или хотя бы оправдывать производимые расходы только при извѣстной нормѣ производительности, если эта норма по-

нижается, то предпріятіе становится явно убыточнымъ, особенно, если принять во вниманіе, что кооперативное производство должно быть во всѣхъ отношеніяхъ поставлено качественно выше частнаго коммерческаго предпріятія, а, слѣдовательно, и оборудованіе должно отвѣчать этимъ требованіямъ. Только учтя всѣ эти положенія, потребительное общество можетъ приступать къ созданію своего производства.

б) Выпускъ товаровъ подъ маркой общества потребителей.

Потребительное общество должно стремиться по возможности сократить у себя разнообразіе разныхъ марокъ одного и того же сорта товара, это диктуется всѣми условіями работы потребительнаго общества. Одной изъ наилучшихъ мѣръ борьбы съ этимъ зломъ есть выпускъ товаровъ подъ маркой общества потребителей. Дѣло это заключается въ слѣдующемъ. Общество потребителей должно войти въ соглашеніе съ фирмой о томъ, чтобы выпускаемый ею товаръ для общества потребителей помѣщался въ тару съ маркой общества потребителей. Такимъ образомъ, на рынокъ какъ бы выпускается новая марка, но не новый товаръ, и слѣдуетъ принять всѣ мѣры къ тому, чтобы потребитель пріучился брать товаръ подъ маркой общества потребителей. Съ постепеннымъ введеніемъ товаровъ подъ своей маркой нужно параллельно сокращать продажу и запасы фирменныхъ марокъ, тогда потребительное общество не будетъ находиться въ большомъ затрудненіи; если одинъ поставщикъ почему либо не можетъ пойти на уступки, оно можетъ свободно прекратить съ нимъ свои операціи и взять однотипный товаръ другого конкурентнаго поставщика, проведеніе котораго для неразбирающагося въ дѣйствительномъ качествѣ товара потребителя не составитъ затрудненій, ибо и этотъ товаръ долженъ будетъ пойти подъ прежней маркой общества потреби-

телей. Такого рода операціи можно вести съ мукой, чаемъ, кофе и т. п., но при перемѣнѣ фирмы всегда необходимо обращать большое вниманіе на качество товара.

Подъ маркой же потребительнаго общества можно выпускать товары собственнаго изготовленія, напримѣръ: маринованныя сельди въ коробкахъ, приготовленную русскую горчицу и хрѣнъ, соленые огурцы въ боченкахъ и т. п. Вообще нужно использовать всѣ пути, чтобы отучить покупателя обращать вниманіе только на фирму, и создать довѣріе ко всѣмъ тѣмъ товарамъ, которые продаются въ лавкѣ потребительнаго общества.

в) Собственное производство кооперативныхъ союзовъ и роль отдѣльныхъ потребительныхъ обществъ въ его развитіи и укрѣпленіи.

Собственное кооперативное производство на широкихъ началахъ доступно только союзамъ, такъ какъ созданіе мелкихъ предпріятій никогда не позволитъ ввести въ дѣло лучшіе способы обработки, требующіе наилучшихъ техническихъ приспособленій. Если же техника въ кооперативныхъ фабрикахъ и заводахъ будетъ отставать, то частныя предпріятія свободно смогутъ конкурировать съ кооперативомъ и тѣмъ самымъ подорвутъ довѣріе къ кооперативу со стороны членовъ общества потребителей. Поэтому потребительныя общества должны настаивать въ своихъ союзахъ на созданіи собственнаго производства и гарантировать ему свое самое широкое содѣйствіе. Какъ только какой-либо продуктъ будетъ вырабатываться на кооперативной союзной фабрикѣ или заводѣ потребительныя общества должны немедленно пріобрѣтать для продажи продукты и издѣлія союзныхъ предпріятій и самымъ энергичнымъ образомъ проводить ихъ среди своихъ покупателей. Дружное содѣйствіе всѣхъ потребительныхъ обществъ въ организаціи сбыта товаровъ кооперативнаго производства гарантируетъ развитіе кооперативныхъ предпріятій и приблизитъ кооперацію къ осуществленію ея основной задачи: уничтоженію частныхъ посредниковъ между производителемъ и потребителемъ, съ обращеніемъ всѣхъ отъ этого получаемыхъ выгодъ на созданіе лучшихъ экономическихъ и культурныхъ условій жизни человѣчества.

К. И. Шемитовъ.

ОГЛАВЛЕНІЕ.

Организація торговли въ потребительныхъ обществахъ.

I. Общія основанія кооперативной торговли.

	Стр.
1. Организація лавки	5
2. Ассортиментъ товара	18
3 Размѣры запасовъ товара	28

II. Закупка товаровъ.

1. Порядокъ организаціи закупки	32
2. Закупка на мѣстномъ рынкѣ	36
3. Закупка на прочихъ рынкахъ.	41

III. Организація продажи товаровъ.

1. Пріемъ товаровъ	48
2. Расцѣнка товаровъ	54
3. Продажа товаровъ въ лавкѣ	63

IV. Охрана товаровъ.

1. Учетъ товаровъ	67
2. Страхованіе товаровъ и имущества отъ огня.	77

V. Расширеніе предпріятій общества потребителей.

1. Открытіе отдѣленій	80
2. Собственное производство	84

Библіотека Народнаго Комиссар. по Земл.