



ТАРТУСКИЙ ОРДЕНА ТРУДОВОГО КРАСНОГО
ЗНАМЕНИ И ОРДЕНА ДРУЖБЫ НАРОДОВ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
МИНИСТЕРСТВО ТОРГОВЛИ ЭСТОНСКОЙ ССР
ЭСТОНСКИЙ ФИЛИАЛ ВСЕСОЮЗНОГО
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ИНСТИТУТА
ПО ИЗУЧЕНИЮ СПРОСА НАСЕЛЕНИЯ
НА ТОВАРЫ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ И
КОНЬЮНКТУРЫ ТОРГОВЛИ
ЭСТОНСКИЙ РЕСПУБЛИКАНСКИЙ СОЮЗ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ОБЩЕСТВ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА ТОРГОВЛИ В XII ПЯТИЛЕТКЕ

ТАРТУ 1988

ТАРТУСКИЙ ОРДЕНА ТРУДОВОГО КРАСНОГО
ЗНАМЕНИ И ОРДЕНА ДРУЖБЫ НАРОДОВ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
МИНИСТЕРСТВО ТОРГОВЛИ ЭСТОНСКОЙ ССР
ЭСТОНСКИЙ ФИЛИАЛ ВСЕСОЮЗНОГО
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ИНСТИТУТА
ПО ИЗУЧЕНИЮ СПРОСА НАСЕЛЕНИЯ
НА ТОВАРЫ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ И
КОНЬЮНКТУРЫ ТОРГОВЛИ
ЭСТОНСКИЙ РЕСПУБЛИКАНСКИЙ СОЮЗ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ОБЩЕСТВ



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА ТОРГОВЛИ В XII ПЯТИЛЕТКЕ

Тезисы докладов
республиканской научно-технической конференции
(Тарту, 11-12 октября 1988 г.)

ТАРТУ 1988

KUSTUTATUD

Anh.

Tartu Riikliku Ülikooli
Raamatukogu

9942

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА ТОРГОВЛИ
В XII ПЯТИЛЕТЬЕ.

Тезисы докладов республиканской научно-технической
конференции (Тарту, 11-12 октября 1988 г.).

На русском языке.

Тартуский государственный университет,
ЭССР, 202400, г.Тарту, ул.Линнокса, 18.

Ответственный редактор Т. Палс.

Подписано к печати 04.08.1988.

МВ 07243.

Формат 60x84/16.

Бумага ротаторная.

Машинный. Ротапринт.

Условно-печатных листов 15,11.

Учетно-издательских листов 14,96. Печатных листов 16,25.

Тираж 250.

Заказ № 681.

Цена 1 руб.

Типография ТТУ, ЭССР, 202400, г.Тарту, ул.Тийги, 78.

О ПРИМЕНЕНИИ ЧАСТНЫХ ИНДЕКСОВ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ПРИ КОМПЛЕКСНОМ АНАЛИЗЕ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ПОТРЕБОВЩЕСТВ
ЭСПОТРЕБСООБЩА)

Я.П.Альвер, В.Г.Ярве

В действующем хозяйственном механизме имеется функциональный блок, слабость и неразвитость которого затрудняет воздействие хозяйственного механизма на повышение эффективности торговли. В условиях интенсификации развития торговли общеизвестные, традиционные концепции, методы и формы экономического анализа уже недостаточно эффективны для решения, в частности, таких проблем, как:

качественная проверка и экономическая оценка результатов хозяйственной деятельности торговых предприятий и организаций;

определение общего направления и измерение уровня изменения эффективности хозяйственной деятельности торговых организаций.

Одним из наиболее перспективных методов устранения указанных недостатков является применение методики комплексного (матричного) анализа хозяйственной деятельности, разработанной под руководством проф. У.Мересте.

Не вдаваясь в подробности (методика матричного анализа нашла исчерпывающее описание в публикациях), остановимся на некоторых теоретических и практических вопросах применения методики, имеющих принципиальное значение при оценке эффективности хозяйственной деятельности.

Для качественного проведения матричного анализа принципиальное значение имеют следующие моменты:

выбор исходных (количественных) показателей;

количество исходных показателей;

упорядочение набора исходных показателей.

Черезвычайно важное методологическое значение имеет упорядочение исходных показателей. Увеличение эффективности хозяйственной деятельности выражается в том, что относительно более конечные исходные параметры должны расти быстрее,

чем менее конечные. Учитывая это, исходные показатели должны быть упорядочены по следующему принципу (стрелка указывает направление увеличения темпа роста):

РЕСУРСЫ \longrightarrow ЗАТРАТЫ \longrightarrow РЕЗУЛЬТАТЫ.

Соблюдение указанного принципа (назовем его принципом РЗР) позволит избежать волюнтаризм при ранжировании исходных показателей (а это иногда наблюдается даже у теоретиков матричного анализа).

При использовании рассматриваемой методики важнейшим показателем эффективности хозяйственной деятельности является синтетический индекс эффективности ($J_{\text{эф}}$), рассчитываемый как среднее арифметическое или геометрическое индексов переменной структуры (темпов роста качественных показателей). Исходя из классификации исходных показателей согласно принципу РЗР, имеется возможность выделить также следующие частные индексы, характеризующие отдельные стороны эффективности хозяйственной деятельности: индекс прогрессивности структуры конечных результатов, рассчитываемый по формуле

$$J_{\text{тг}} = \frac{2 \sum_{i,j} \left(\frac{T_i^1}{T_i^0} : \frac{T_j^0}{T_j^1} \right)}{m \cdot (m-1)} ;$$

$$(i = 1, \dots, (m-1); j = 2, \dots, m; i > j)$$

индекс эффективности затрат $J_{\text{тк}}$, рассчитываемый по формуле

$$J_{\text{тк}} = \frac{\sum_{i,j} \left(\frac{T_i^1}{K_i^1} : \frac{T_j^0}{K_j^0} \right)}{m \cdot n} ;$$

$$(i = 1, \dots, m; j = (m+1), \dots, (m+n))$$

индекс закрепленности результатов за ресурсами $J_{\text{тз}}$, рассчитываемый по формуле

$$J_{\text{тз}} = \frac{\sum_{i,j} \frac{T_i^1}{R_i^1} : \frac{T_j^0}{R_j^0}}{m \cdot s} ;$$

$$(i = 1, \dots, m, j = (m+n+1), \dots, (m+n+s))$$

индекс прогрессивности структуры затрат J_{kk} , рассчитываемый по формуле

$$J_{kk} = \frac{2 \sum_{i,j} \left(\frac{K_i^1}{K_j^1} : \frac{K_i^0}{K_j^0} \right)}{n \cdot (n-1)} ;$$

($i = (m+1), \dots, (m+n-1)$; $j = (m+2), \dots, (m+n)$; $i > j$)

индекс закреплённости затрат за ресурсами J_{kr} , рассчитываемый по формуле

$$J_{kr} = \frac{\sum_{i,j} \left(\frac{K_i^1}{R_j^1} : \frac{K_i^0}{R_j^0} \right)}{s \cdot n} ;$$

($i = (n+1), \dots, (m+n)$; $j = (m+n+1), \dots, (m+n+s)$)

индекс прогрессивности структуры ресурсов J_{rr} , рассчитываемый по формуле

$$J_{rr} = \frac{2 \sum_{i,j} \left(\frac{R_i^1}{R_j^1} : \frac{R_i^0}{R_j^0} \right)}{s \cdot (s-1)}$$

($i = (m+n+1), \dots, (m+n+s-1)$; $j = (m+n+2), \dots, (m+n+s)$; $i > j$)

где T_{ij}^0, T_{ij}^1 - количественные показатели, характеризующие конечные результаты хозяйственной деятельности (соответственно в базисном и отчетном периодах);

K_{ij}^0, K_{ij}^1 - количественные показатели, характеризующие затраты (соответственно в базисном и отчетном периодах);

R_{ij}^0, R_{ij}^1 - количественные показатели, характеризующие ресурсы (соответственно в базисном и отчетном периодах).

При выведении указанных формул было принято $m > 1$, $n > 1$, $s > 1$ (случай, когда $m \leq 1$, $n \leq 1$, $s \leq 1$ более подробно рассмотрены в докладе).

В табл. I приведены частные индексы эффективности работы потреббществ Эстпотребсоюза, рассчитанные по следующим, упорядоченным согласно принципу РЗР, показателям хозяйственной деятельности потреббществ Эстпотребсоюза: прибыль, валовой доход, розничный товароборот, издержки обращения, фонд оплаты

труда, фонд рабочего времени, основные производственные фонды, торговая площадь, среднесписочная численность работников.

Т а б л и ц а I

Индексы эффективности хозяйственной деятельности потребобществ Эстпотребсоюза (рассчитанные по данным за 1986-1987 гг.)

Группы потреб-обществ по объ-ему товарооборо-та (млн.руб.)	J_{ef}	J_{tt}	J_{tk}	J_{tz}	J_{kk}	J_{kz}	J_{tz}
Свыше 50	1,041	1,066	1,056	1,068	1,030	1,012	0,991
35,1 - 50,0	1,052	1,113	1,045	1,095	1,950	1,049	0,992
20,1 - 35,0	0,995	0,979	0,975	0,995	0,990	1,022	0,996
до 20,0	1,022	1,063	0,999	1,029	0,937	1,033	1,076

Как следует из табл. I, наиболее эффективной следует оценить хозяйственную деятельность группы потребобществ с объемом товарооборота 35,1-50,0 млн.руб. (значение синтетического индекса эффективности 1,052). Однако эффективность затрат указанной группы не является наивысшей ($J_{tk} = 1,045 < 1,056$). Самой низкой оказалась эффективность хозяйственной деятельности в группе потребобществ с объемом товарооборота 20,1-35,0 млн.руб. (значение синтетического индекса эффективности 0,995). При этом значения тех частных индексов, которые отражают динамику конечных результатов хозяйственной деятельности (J_{tt} , J_{tk} , J_{tz}), ниже значения синтетического индекса эффективности.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ ПЛОДОВООЩАМИ В ЛАТВИЙСКОЙ ССР

В.А. Анджане, Р.А. Лиепиня

Удовлетворение растущих потребностей населения в плодово-овощной продукции и картофеле зависит не только от развития производства этой продукции, но и во многом от состояния развития торговли.

За годы одиннадцатой пятилетки в Латвийской ССР через государственную и кооперативную торговлю реализовано 479 тыс. тонн свежих овощей, 70 тыс. тонн переработанных и 92 тыс. тонн фруктов. Реализация овощей в 1986 году по сравнению с 1980 годом возрасла в 1,3 раза, плодов и ягод - более чем в 2 раза.

Несмотря на рост товарооборота плодоовощной продукции, спрос населения Латвийской ССР на овощи, плоды и ягоды не удовлетворяется. В торговле овощами и картофелем заметна сезонность. Объясняется это природно-климатическими условиями, которые позволяют осуществлять производство плодоовощной продукции на открытом грунте лишь в течение 3-4 месяцев в году, а также недостаточным развитием тепличного хозяйства.

Сглаживанию сезонности в продаже овощей, наряду с увеличением объемов продажи ранних и тепличных овощей, может способствовать: дальнейшее развитие перерабатывающей промышленности; увеличение производства консервированной продукции; продуктов, обладающих высокой степенью готовности к употреблению; налаживание производства замороженной продукции.

Задачи, стоящие на современном этапе перед торговлей, предусматривают не только рост товарооборота, но и совершенствование обслуживания населения, повышение культуры обслуживания. Одним из прогрессивных методов обслуживания покупателей, который способствует повышению уровня культуры торговли, является самообслуживание. Несмотря на преимущество этого метода продажи товаров, в плодоовощной торговле удельный вес магазинов, работающих по методу самообслуживания составляет только 29 %. Широкого применения этот метод продажи товаров не нашел, главным образом, из-за недостатка торговых площадей. Торговая площадь магазинов по продаже плодоовощной продукции и картофеля составляет 60 % к нормативу.

По нашему мнению необходимо:

- осуществить переспециализацию магазинов по продаже продовольственных товаров с расширением площадей для торговли плодоовощами;
- осуществить реконструкцию существующей плодоовощной торговой сети;
- шире развернуть строительство магазинов "овощи-фрукты"

за счет средств агрофирм и колхозов.

Главным фактором, действующим на развитие торговли плодоовощами и картофелем, как в прошлом так и на перспективу, является развитие производства.

Расширению торговли плодоовощами и картофелем может способствовать:

- развитие прямых связей между торговыми предприятиями, колхозами и совхозами;
- активизация продажи продукции, закупленной по ценам договоренности;
- расширение доставки колхозами и совхозами плодоовощной продукции для реализации на рынке;
- совершенствование материально-технической базы хранения;
- совершенствование системы заготовок.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ТОРГОВЫМИ ЕДИНИЦАМИ В УСЛОВИЯХ САМООКУПАЕМОСТИ

В.А. Анджане, Р.А. Лиепина

Июньский (1987 г.) Пленум ЦК КПСС отметил необходимость создания на основе полного хозрасчета, самоокупаемости и самофинансирования современного хозяйственного механизма деятельности предприятия.

Курс на интенсификацию всего народного хозяйства требует и от торговли наиболее полного использования имеющегося потенциала отрасли и, прежде всего, ее трудовых ресурсов.

Латвийская ССР была в числе первых республик, которые перешли на новые методы планирования и экономического стимулирования. Прошедший год дал очень неоднозначную картину работы торговли в новых условиях хозяйствования. На 1987 год торговле республики был утвержден напряженный план товарооборота при неполном обеспечении его товарными ресурсами. Ввиду этого план розничного товарооборота не был выполнен. Трудно рассчитывать на успешное применение новых методов хозяйствования, если не установить ответственность центральных плано-

вых, финансовых органов за сбалансированность планов, если не упорядочить размеры существующих торговых скидок. Торговые скидки должны быть экономически обоснованными и содержать часть стоимости для возмещения затрат необходимого и прибавочного труда в торговле. Они должны возмещать общественно необходимые издержки обращения и обеспечивать формирование хозрасчетного дохода.

Однако следует отметить, что предоставленное новым хозяйственным механизмом право самостоятельности в планировании показателей хозяйственно-финансовой деятельности устранило жесткую централизацию, повысило роль и ответственность предприятия и заинтересованность трудовых коллективов в конечных результатах работы.

Экспериментом установлено, что в новых условиях хозяйствования предприятия торговли достигли опережающего роста доходов по сравнению с ростом розничного товарооборота. Вместе с тем результаты работы торговых предприятий республики в условиях эксперимента показали, что переходу предприятий на полный хозрасчет препятствует не достаточно четкое решение ряда вопросов.

По нашему мнению, для решения этих вопросов необходимо:

- совершенствовать территориальное и отраслевое планирование товарооборота и рыночных фондов. Усилить ответственность центральных плановых органов за сбалансированность планов оптового и розничного товарооборота;

- пересмотреть существующую товарную дифференциацию торговых скидок. Расчеты показывают, что лишь около половины товарных групп имеют достаточный уровень рентабельности. Торговля же остальными товарными группами нерентабельна;

- ограничить постоянное вмешательство в оперативную хозяйственную деятельность торговых предприятий вышестоящих органов управления, так как это демобилизует инициативу и предприимчивость коллективов;

- повысить заинтересованность трудовых коллективов торговых единиц в улучшении результатов хозяйственной деятельности. Для этого, по нашему мнению, следует создать хозрасчетные комплексные бригады, в состав которых входят все работники магазинов. Формирование фонда оплаты труда торговых

единиц целесообразно производить не по нормативу, а по остаточному методу, который освобожден от ограничений в росте оплаты труда при достижении высоких конечных результатов. Оплата труда должна производиться по комплексным сделным расценкам за 100 руб. фактического товарооборота. При этом, для каждой категории работников следует определить повышающие и понижающие показатели коэффициента трудового участия. Расчеты должны быть простыми и понятными каждому работающему;

- поставить заработок работников высших органов управления торговлей в зависимость от состояния и развития отрасли и выполнения ею функций в регионе. Численность управленческого аппарата должны определять те, кто за это платит, то есть торговые единицы.

Несмотря на объективные трудности, связанные с недостатком товарного обеспечения и несовершенством торговых скидок, новые условия хозяйствования способствуют расширению самостоятельности и повышают заинтересованность трудовых коллективов в улучшении результатов хозяйственной деятельности.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ТОРГОВОЙ СЕТИ

Н.С. Аттокурова

Хозяйственный механизм, как известно, включает четыре структурно-функциональных подсистемы: планирования, регулирования, стимулирования и организации (I, с. 18).

Объективная необходимость совершенствования системы хозяйственного механизма на современном этапе определена появлением негативных явлений, трудностей в экономике, которые в известной мере были вызваны недостатками в планировании. В этой связи актуальными являются необходимость усиления территориального подхода в планировании и управлении, необходимость более тщательного учета своеобразия зональных, региональных и местных условий, обусловленных разнообразием географических ситуаций в нашей огромной стране.

В последние годы в розничной торговле отмечается отставание темпов роста ее материально-технической базы, в первую

очередь числа магазинов и их торговой площади, от темпов роста розничного товарооборота. Значение этих показателей за 1980-1986 гг. по стране в целом составило соответственно 103,0; 116,3 и 123,4 %. По Киргизской ССР темпы роста торговой площади магазинов - 126,0 % незначительно, но все же опережают темпы роста товарооборота - 123,2 %. Несмотря на это, для торговли республики такие темпы недостаточны, поскольку обеспеченность населения торговыми площадями магазинов на начало 1987 г. составляла 141,4 кв. м на 1000 жителей, что на 49 кв. м ниже обеспеченности в среднем по СССР и к тому же далека от нормативного уровня.

Торговля постоянно ощущает острую нехватку площадей для размещения все возрастающей массы товаров, что объективно ведет к их перегрузке, созданию очередей. Подсчитано, что население страны ежегодно тратит на приобретение покупок 65 миллионов человеко-часов. Это не считая времени на поиски необходимого товара (2, с.181). "Такая вот сложилась пропорция: тридцать один миллион стоит у станка, тридцать пять - в очереди" (2, там же).

Существует целый ряд создавшегося положения, но на наш взгляд, немаловажную роль играют определенные недостатки в планировании розничной торговой сети, и в первую очередь, при установлении потребности в торговых площадях магазинов. Основным направлением дальнейшего совершенствования планирования розничной торговой сети в настоящее время признана более тесная увязка плановых расчетов с территориальными особенностями того или иного региона.

Преимущественно горный ландшафт Киргизии (лишь 7 % территории приходится на долю межгорных впадин и долин) препятствует созданию равномерной системы расселения. Поэтому основную роль в обслуживании населения играет и будет играть градообслуживающая база существующих городов.

В связи с этим, на наш взгляд, в определении потребности в торговых площадях магазинов ряда средних и малых городов республики необходимо внести некоторые изменения, в частности, требуют уточнения значения коэффициентов к расчетным показателям торговой площади непродовольственных магазинов. Например, такие города как Токмак, Джалал-Абад и

Кызыл-Кия согласно "Методическим указаниям по составлению перспективных планов (схем) развития и размещения сети предприятий розничной торговли и общественного питания (в развитии генеральных планов городов)", утвержденным совместным Приказом Министерства торговли СССР и Госгражданстроя СССР, относятся к городам без административных функций и являются центрами средней и малой систем расселения. Для них установлены коэффициенты 0,89; 0,88 и 0,87 соответственно. Понятно, что такие коэффициенты вызывают уменьшение значения установленного норматива обеспеченности населения торговыми площадями.

Однако нельзя не учитывать тот факт, что в этих городах высоко развиты промышленность и транспорт, и что особенно важно — в целях совершения покупок их посещают жители не только близлежащих, но и более отдаленных горных районов.

Таким образом, значительно возрастает нагрузка на I кв. м торговой площади, обостряется необходимость размещения на тех же площадях дополнительного количества товаров.

Расчеты показали, что при определении потребности в торговых площадях непродовольственных магазинов этих городов следует руководствоваться коэффициентами 1,02; 1,01 и 1,02 соответственно, т.е. норматив обеспеченности населения торговыми площадями должен быть несколько выше среднесоюзного показателя, дифференцированного по типам городов.

Национальные особенности потребления отдельных групп непродовольственных товаров населением республики также обуславливают необходимость некоторой корректировки нормативов обеспеченности. Так, на наш взгляд, учитывая то обстоятельство, что ткани (в основном шелковые), шерстяные и хлопчатобумажные платки населением приобретаются не только для личного потребления, но и для подарков практически на все события жизни, следовало бы увеличить норматив с 4,5 кв. м на первую очередь строительства и 5 кв. м на расчетный срок соответственно до 5 и 5,5 кв. м.

Для размещения в специализированных секциях магазинов помимо традиционных видов обуви еще и национальных сапог и резиновых галош как женских, так и мужских требуется дополнительная торговая площадь. Поэтому предлагается увеличить

норматив обеспеченности с 6,9 кв. м – для магазинов городского значения до 7,2 кв. м. Предлагаемые нами скорректированные нормативы обеспеченности населения торговой сетью могут быть использованы не только для Киргизской ССР, но и для других республик Средней Азии, Казахстана и Закавказья.

Повышение научной и практической обоснованности нормативной системы определения потребности в торговых площадях непродовольственных магазинов призвано содействовать улучшению качества планирования, а также дальнейшему совершенствованию хозяйственного механизма отрасли.

Литература

1. Ч е р н я к В. Экономические законы и хозяйственный механизм. – Киев: о-во "Знание" УССР, 1984. – 48 с. (Серия "Экономика: наука, управление, практика", № 19).

2. Л а ц и с О. Цена равновесия. – Знамя, 1988, № 2.

О РОЛИ УСТАНОВКИ И РЕЧИ В РЕКЛАМЕ

Л.И. Аувяэрт, И.Н. Горелов

Рекламное дело, развивающееся в нашей стране пока что медленно, требует научной основы. Об этом свидетельствуют зарубежная практика, а также ряд работ отечественных специалистов в области социальной психологии, социолингвистики, психолингвистики.

Поскольку реклама призвана выполнять, по крайней мере, две главные функции (1. Передача информации о рекламируемом продукте и о его производителе; 2. Воздействие на реального и потенциального покупателя в направлении, запланированном производителем товара и автором рекламы), то функционирование "рекламного стимула" протекает в условиях столкновения различных установок: установок заказчика рекламы и ее автора; установок, сформированных у потребителя до появления рекламы; установок, формируемых у потребителя с помощью рекламы. Явление установки (в смысле отечественной психологической школы Д.Н. Узнадзе) характеризуется, в частности, тем, что оно реализуется подсознательно, а формируется как

подсознательно (на основе прежнего опыта, прежних знаний), так и с участием сознания, детерминированного в значительной мере общественным мнением, мнением ближайшего к потребителю группы.

В основе установки лежат сложные системные механизмы головного мозга, динамические функциональные структуры, где особую роль играют сложившиеся стереотипы. Последние касаются речевой сферы, вкусов, "образа поведения", "образа привычных объектов" и т.п. Практически это означает, например, что реклама, включающая "привычный текст" и "привычный зрительный ряд" (изображение) двояко воздействует на потребителя: 1) она отвечает уже сложившейся установке "на данный товар" (если товар отвечает потребностям потребителя в полной мере или просто привычен); 2) она не в состоянии сформировать желаемую (с точки зрения заказчика рекламы) установку на новый товар — следствие полного несоответствия текста и зрительного ряда тому, что может ожидать (желать) потребитель, хотя объективно новый товар значительно лучше старого.

Таким образом, перед создателями рекламы (и заказчиком ее) стоит сложная проблема, решить которую можно лишь с помощью специальных знаний и экспериментов. Необходимо, например, знать потребителя как "адресата рекламы" с различных точек зрения: социальной (возрастной, профессиональной, половой и др.), эстетических вкусов (они касаются не только производственной эстетики товара, но и самой рекламы), речевой.

Существует ряд эффективных методик опроса потребителей в желаемом направлении выяснения его характеристик. Эти методики учитывают закономерности социального и психофизиологического характера, а также уровни различных речевых стереотипов потребителя.

Создание рекламного текста в непосредственной связи с изображением — весьма серьезная проблема, учитывающая, в частности, условия, в которых происходит восприятие рекламы. Один тип рекламы одного и того же товара, как правило, не может обеспечить успеха: во-первых, исчезает сам эффект новизны (реклама как раздражитель переходит "порог раздражения"); во-вторых, одна и та же информация, как известно,

ны.

Коллектив и человек – два разных мира. У каждого в отношении другого свои желания и требования, которые сталкиваются между собой под самыми разными углами. Каждый нуждается в другом и опирается на него. Взаимодействуя, они в определенной мере изменяют друг друга. Отсюда и один из самых главных вопросов: как приспособить коллектив и личность друг к другу? В каждом коллективе трудовые взаимоотношения сопровождаются взаимным психологическим влиянием общающихся сотрудников.

В каждом коллективе есть маленькие группы с определенной направленностью, между которыми идет борьба при формировании общественного мнения коллектива. При этом важно, какую позицию занимает та или иная группа в организации труда коллектива. Ведь микроклимат коллектива формируется в результате совместного влияния производственных и личных факторов и при определении общественного мнения часто решающим оказывается голос работника, занимающего руководящий пост. Каждый член коллектива субъективно претендует на какое-то место в коллективе. Если это стремление соответствует объективной позиции в той или иной ситуации, отношения с коллегами приобретают для данного работника положительную окраску. В противном случае и в самой личности, и в коллективе возникает конфликт.

Часто утверждают, что у всех членов коллектива должна быть одна и та же цель. Это хотя и желательно, но крайне редко достижимо. У каждого человека или группировки может быть и, как правило, есть не одна, а несколько целей. Эти цели далеко не одинаковы, а часто и противоположны, поэтому и достижение единого мнения, если оно даже и возможно, то во всяком случае существенно затруднено. У людей же есть не только различные цели, способы действий и пути решения проблем, но и разные отношения и ценностные ориентации, что делает достижение единого мнения по всем вопросам почти невозможным. Если члены коллектива имеют разные цели, коллектив может успешно решить поставленные задачи лишь тогда, когда среди его членов царит атмосфера единодушия, взаимной поддержки, где личное "я" подчинено чувству "мы". Три чет-

вести опрошенных тартуских продавцов так и считает.

Значительно заметнее различие по магазинам. Из оценок можно заключить, что в коллективах протоварных магазинов чувство коллективизма и взаимопонимания развито сильнее. В контингентах работников продтоварных магазинов оценки рас-средоточились по двум полюсам примерно поровну: число признавших наличие единодушия примерно равно числу отрицающих его наличие.

Одним из важнейших показателей микроклимата коллектива является результативность его деятельности, его общих усилий. Насколько, по мнению работников, царящая в коллективе атмосфера способствует выполнению работ, мы узнаем из таблицы I.

Т а б л и ц а I
Оценка атмосферы коллектива
как способствующее работе обстоятельство, %

№ пп.	Оценки	В с е	Работники протоварных магазинов	Работники продтоварных магазинов
1.	В незначительной мере	2,7	4,3	1,1
2.	В относительно незначительной мере	14,2	10,2	18,4
3.	Не в слабой, но и не в сильной мере	33,9	27,3	40,8
4.	В значительной мере	43,7	51,3	35,8
5.	В очень значительной мере	5,5	6,9	3,9
	Средняя оценка:	3,3	3,5	3,2

Тех, кто считает, что климат хорошо или даже очень хорошо влияет на трудовой процесс, — почти половина. Однако привлекает внимание другая часть опрошенных, которым создавшееся положение кажется тревожным, препятствующим работе обстоятельством, и здесь вновь заметно преобладание продавцов продтоваров, чаще попадающих в неблагоприятные обстоятельства.

может быть подана в разном виде (только изображение с кратким текстом; изображение с подробным текстом; только текст; письменный текст; радиотекст и т.д. и т.п.). В различных условиях (на улице, т.е. "на ходу"; в прессе; на экране телевизора; в устном сообщении) требуются различные способы подачи, однако некоторый элемент, содержащий главный раздражитель, должен присутствовать неизменно, создавая постоянный "очаг возбуждения". Каким образом создавать подходящий стимул, как поддерживать указанный "очаг возбуждения" - все это изучается в комплексе, относящемся к явлению установки.

Изолированные друг от друга исследования и рекомендации по культуре речи, по эстетике торговой марки, по изучению реального спроса - все это может не привести к успеху (и, как правило, к успеху не приводит), так как нет единого основания, критерия, воздействия данного товара, на данного потребителя в данных условиях.

Рекламным делом у нас занимаются (в основном) специалисты в области экономики и торговли, а выполняют рекламы художники-дизайнеры (или оформители) и "текстовики" (или сами заказчики), обладающие определенной культурой речи. Однако, общая психологическая (главным образом, в связи с психологией установки) основа, как правило, отсутствует. Необходимо ее создать - как в виде общих рекомендаций, перечня типовых условий и эталонных образцов (и соответствующих пояснений), так и в виде психолингвистической службы рекламного дела.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КЛИМАТ КАК ПРЕДПОСЫЛКА ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОЛЛЕКТИВА

Л.И. Аувяэрт, Х.В. Дсисс

Отношение работников к своему труду зависит от большого числа всевозможных обстоятельств. Может создаваться впечатление, будто это отношение легче всего формировать давлением извне. Однако руководитель коллектива уже по своему

собственному опыту, добытому в повседневной практической деятельности, знает об ограниченности внешнего воздействия. Следовательно, руководство предприятием должно так регулировать производственные отношения, чтобы формирование положительного отношения к труду базировалось на конкретных, действительных стимулах. Этот путь предполагает глубокое знание обуславливающих социальную активность регуляторов поведения. Чтобы формировать правильные представления, определяющие положительное и активное отношение к труду, необходимо знать те факторы, которые влияют на эти представления. Число этих факторов весьма велико, вследствие чего отношение к труду конкретного работника может быть продиктовано комбинацией обстоятельств, что придает ему в достаточной мере индивидуальный оттенок. Такими обстоятельствами, например, являются уровень развитости личности, ее образовательная и профессиональная подготовленность, политическая развитость, моральный облик, мировоззренческая зрелость.

Одним из наиболее важных факторов формирования активного отношения к труду является психологический климат внутри коллектива, для создания которого руководство располагает достаточно широкими возможностями.

Трудовые коллективы различаются как по форме, так и по содержанию. Жизнь в коллективе — прежде всего совместная жизнь, где коллектив и личность то идут в ногу, то обгоняют друг друга, то избегают друг друга, то сталкиваются друг с другом. В одной крайности совместная жизнь может протекать, как в счастливой семье, в другой — как на фронте. Коллективы состоят не только из взрослых и зрелых людей, они и сами часто являются незрелыми. Для некоторых происходящее в коллективе интересно, захватывающе и привлекательно. Они все делают с удовольствием и с желанием. Других это не интересует или настолько неприятно, что они стараются этого избежать. Многообразие внутренней жизни коллектива затрудняет его изучение. Это объясняется двумя причинами: меняются люди и меняется среда. Сложность подоплеки внутренней жизни, однако, не значит, что коллектив в своих стремлениях и действиях абсолютно непонятен, непредсказуем и неуправляем. Тем не менее знания в этой области еще весьма поверхностны и отрывоч-

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЦЕНОБРАЗОВАНИЯ

Н.Ф. Байдаков, И.Н. Байдакова

На современном этапе развития нашего общества предстоит осуществить планомерную перестройку системы цен как единого целого в интересах налаживания действенного хозяйственного расчета и в соответствии с задачами повышения реальных доходов населения. Следует придать ценам большую гибкость, увязывать их уровень не только с затратами, но и с потребительскими свойствами товаров, степенью сбалансированности производимого продукта с общественными потребностями и спросом населения. Требования к ценам определяются задачами повышения эффективности общественного производства, ускорением темпов его роста, интенсификации экономики.

Важнейшим инструментом решения проблем повышения уровня жизни народа является система розничных цен. Розничные цены позволяют формировать оптимальную структуру потребления и управлять спросом населения. Совершенствование системы розничных цен осуществляется по мере изменений условий производства и реализации товаров народного потребления.

Существуют определенные направления совершенствования розничных цен:

- единовременные снижения розничных цен на основные товары народного потребления;
- изменение розничных цен на отдельные группы товаров;
- упорядочение внутри групповых соотношений цен при сохранении сложившегося уровня цен на соответствующие группы товаров или их некоторое изменение;
- формирование уровня цен на принципиально новые товары народного потребления.

Современная практика отмечает, что необходимо тщательнее решать вопросы отражения в цене различий в качестве товаров, установления рационального соотношения спроса и предложения. Следует активнее применять метод установления пробной цены на новые товары. Необходим пересмотр преysкурантов цен с целью совершенствования преysкурантного хозяйства в целом. Целесообразны стабильные преysкуранты, в которых

цены определялись бы расчетным путем на основе нормативов затрат, рентабельности, качества и других потребительских свойств. Важным моментом в практике ценообразования является внедрение нормативно-параметрического метода в отраслях легкой промышленности. Это имеет большое значение для улучшения экономической работы на предприятиях, повышения обоснованности цен.

Существуют перспективы для совершенствования сезонной дифференциации цен за счет расширения сезонных цен по продовольственным товарам ярко выраженного сезонного характера производства и спроса, поясной дифференциации розничных цен в форме дифференцированного снижения розничных цен на соответствующие товары для отдельных республик, краев, областей страны.

Экономически правильно обосновывать не только уровень розничной цены, но и такие ее элементы как основные и дополнительные торговые скидки (накидки).

Количественное соизмерение основных ценообразующих факторов на основе нормативно-параметрических факторов позволяет формализовать процессы ценообразования, внедрять автоматизированную систему расчета прейскурантов. Очень важное место в этом процессе принадлежит применению экономико-математических методов и современных вычислительных машин.

Расширяются возможности улучшения экономической работы на предприятиях по мере применения нормативного определения цен. Предприятия могут сами довольно точно спроектировать оптовую и розничную цену нового товара и на основе этой информации определить нижний и верхний пределы величины затрат на новую продукцию.

Предусматривается шире использовать лимитные и договорные цены.

Затронутые вопросы требуют пристального внимания, глубокого научного исследования. Изучение вопросов ценообразования с использованием конкретных цифровых материалов региона позволяет осуществить последовательный переход к новым условиям хозяйствования.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ УЧЕТА ИЗДЕРЖЕК ОБРАЩЕНИЯ ВНУТРИХОЗРАСЧЕТНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

А.А. Баранова

1. В соответствии с постановлением ЦК КПСС и Совета Министров СССР от 17 июля 1986 г. № 842 "О совершенствовании планирования, экономического стимулирования и управления в государственной торговле и потребительской кооперации", для повышения эффективности использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов большое значение приобретает доведение принципов хозяйственного расчета до всех первичных трудовых ячеек, до каждого рабочего места.

2. Одним из показателей оценки хозяйственной деятельности внутрихозрасчетного подразделения следует считать издержки обращения. С каждым годом, в связи с развитием торговли, увеличением числа розничных предприятий, возрастает и величина издержек обращения. Так, издержки государственной и кооперативной розничной торговли по Украине в 1980 г. составили 2962,12 млн. руб., а в 1986 г. - 3120,9 млн. руб. или, соответственно, 7 % и 6 % к розничному товарообороту. Снижение уровня издержек обращения (при соблюдении высокого качества обслуживания покупателей) только на 0,1 % дает экономию более 3,12 млн. руб.

Известно, что все розничные предприятия в стране переведены на полный хозяйственный расчет, а входящие в состав магазинов отделы и секции должны быть выделены на внутрихозяйственный расчет. По данным исследований, в г. Харькове все крупные торговые предприятия с 1 января 1988 г. перевели свои отделы и секции на внутрихозяйственный расчет. В связи с этим перед бухгалтерией встали новые задачи - выявлять необходимые показатели, в их числе и издержки обращения, раздельно по каждому структурному подразделению.

3. По нашему мнению, во внутрихозяйственных подразделениях должен осуществляться учет издержек обращения по всей номенклатуре статей, т.е. прямые и общие расходы. Предложение учитывать только прямые статьи издержек будет поощрять коллектив к выполнению плана товарооборота любой ценой,

а это отрицательно скажется на работе как самого подразделения, так и всего торгового предприятия.

На практике многие бухгалтерии широко применяют так называемый "котловой" метод учета издержек обращения. Недостатки этого метода общеизвестны. Вести учет прямых и общих издержек по каждому структурному подразделению по действующей методике не целесообразно. Такая постановка учета препятствует широкому внедрению внутрихозяйственного расчета.

4. Однако, известны и другие методы ведения учета издержек внутрихозрасчетных подразделений. Рассмотрим один из применяемых методов. Он заключается в том, что издержки обращения по установленной номенклатуре статей учитываются отдельно по каждому структурному подразделению. Прямые расходы по статье относит на соответствующие подразделения на основании первичных документов, общие расходы учитывают в целом по предприятию, а в конце месяца их распределяют по внутрихозрасчетным единицам. Общие расходы распределяют по каждой статье применяя дифференцированную базу. Так, расходы по торговой рекламе распределяют пропорционально товарообороту, проценты за кредит - пропорционально плановым товарным запасам по себестоимости, расходы на содержание аппарата управления - пропорционально товарообороту и т.д.

При данном методе, учет направлен на наиболее точное, полное определение всех затрат отдельно по каждому структурному подразделению. Вместе с тем, он имеет ряд недостатков. Один из них заключается в сложности постатейного распределения общих издержек обращения между внутрихозрасчетными подразделениями пропорционально дифференцированной базе. На практике этот недостаток устраняется тем, что все общие расходы распределяются пропорционально одной базе - объему товарооборота. Распределение упрощается, но нет точности и обоснованности в отнесении затрат на отдельные структурные подразделения.

Причем, даже точное распределение общих расходов вносит в организацию внутрихозяйственного расчета элементы формализма, ведь как бы точно не распределялись общие расходы, их величина, относимая на структурные подразделения, не зависит от качества работы коллектива, от соблюдения ими ре-

жима экономии и бережливости. Так, перерасход или экономия общих издержек обращения, даже при самом их точном распределении, обязательно в одном случае ухудшает, а в другом — улучшает конечный финансовый результат работы данного подразделения. Отдел, добившийся наибольшего выполнения плана товарооборота, в свою очередь, получает и большую долю издержек обращения. А это нарушает основные принципы внутрихозяйственного расчета.

5. На наш взгляд, целесообразно общие расходы относить на структурные подразделения в твердо установленном размере. Для этого необходимо в момент составления сметы издержек определить перечень прямых и общих расходов. Прямые расходы составляют примерно 60 % всей суммы издержек обращения, а остальные следует относить к общим. В каждом отдельно взятом торговом предприятии деление издержек на прямые и общие по статьям будет индивидуальным. В смете издержек обращения структурных подразделений прямые и общие расходы указываются в абсолютной сумме и в процентах к товарообороту, причем прямые расходы следует указывать по статьям, а общие — одной позицией без разбивки по статьям. Учет прямых издержек осуществляется непосредственно по каждому подразделению. Однако возможны случаи, когда расходы, предусмотренные сметой как прямые окажутся общими, относящимися к нескольким отделам. В данном случае эти расходы должны быть распределены между отделами конкретно по каждому документу.

Таким образом, включение общих расходов в издержки обращения структурных подразделений, переведенных на внутрихозяйственный расчет, в заранее предусмотренной плановой величине, позволит значительно уменьшить объем учетной работы, т.к. нет необходимости ежемесячного их распределения. Это будет способствовать дальнейшему развитию и укреплению внутрихозяйственного расчета и явится дополнительным стимулом для выполнения плановых заданий.

МЕХАНИЗМ ПЕРЕСТРОЙКИ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ТОРГОВЛИ

И.Х. Баширов, Е.В. Винда, В.П. Коломыцев

Перестройку управления, переход к преимущественно экономическим методам руководства и современным организационным структурам управления, как подчеркивалось на икньском (1987 г.) Пленуме ЦК КПСС, необходимо рассматривать в качестве первоочередной социально-политической и хозяйственной задачи.

Совершенствование хозяйственного механизма торговли требует пересмотра структур управления ею, ломки сложившихся стереотипов об управлении торговыми предприятиями, поскольку структура управления предприятиями торговли остается сложной и многоступенчатой. Например, в Донецкой области торговлю осуществляют 155 торговых организаций, 16 различных министерств и ведомств. Из-за отсутствия рациональных систем управления снижаются темпы роста объемов реализации товарной массы и торговых услуг, медленно повышается эффективность хозяйствования.

Вместе с тем, начатые в истекшей пятилетке работы по совершенствованию структуры управления торговлей замедлились. Половинчато решались вопросы сокращения звенности и упразднения промежуточных органов управления, сокращение количества управленческих ступеней и уровней.

Во временных методических указаниях по планированию совершенствования системы управления розничной торговлей и в приказе Минторга СССР № 218 от 18 сентября 1987 г. "О мерах по совершенствованию оптовой торговли и структуры ее управления" не предусмотрены конкретные числовые показатели, характеризующие количественные и качественные параметры структур управления розничными и оптовыми торговыми предприятиями. Кроме этого отсутствуют отраслевые нормативные акты по комплексному совершенствованию системы управления, которые учитывали бы особенности формирования трудовых коллективов, решения социальных вопросов в торговле.

По нашему мнению, для оценки качества структуры управления торговым предприятием, целесообразно установить критерий, который явился бы функцией для всех других характеристик структуры.

Установлено, что на формирование структуры управления влияет целый ряд факторов: функции управления и их распределение между структурными подразделениями; число уровней, звеньев, ступеней и степень централизации управления; норма управляемости и диапазон управления и др. Важнейшими характеристиками структуры управления, оказывающими существенное влияние на ее проектирование и функционирование являются: уровень функциональной специализации; уровень стандартизации; адаптируемость структуры к изменяющимся условиям хозяйствования.

На основе изучения деятельности 27 торговых организаций и использования центроидного метода факторного анализа были выделены факторы управления и классифицированы объекты управления по степени их организованности.

Проведенное исследование показало, что выделенные факторы помогают оценить степень развития инфраструктуры управления торговых организаций по отдельным совокупным факторам и признакам-показателям и могут способствовать формированию торговых систем и объектов управления на единой теоретической и методической основе при минимуме ступеней и звеньев управления, при активном участии трудящихся в управлении производством в соответствии с Законом СССР о государственном предприятии (объединении).

РЕЗЕРВЫ РОСТА ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА РАБОТНИКОВ МАГАЗИНОВ В НОВЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Я.М. Бельчиков, В.Р. Бицадзе

Высокая эффективность розничной торговой сети в новых условиях хозяйствования в решающей степени зависит от эффективности использования имеющихся в ней ресурсов. Первостепенное значение имеет при этом эффективное использование

трудовых ресурсов, что обусловлено весьма высокой долей заработной платы в общей сумме издержек обращения розничной торговли.

Это предопределяет необходимость изыскания резервов повышения эффективности труда работников магазинов. Исследования показали, что в настоящее время в розничной торговой сети имеется весьма большое число разнообразных по своему характеру резервов, использование которых позволит существенно повысить эффективность труда работников магазинов.

По своему содержанию резервы повышения эффективности труда работников магазинов возможно, на наш взгляд, подразделить на три основные группы: резервы экономического характера, организационно-технического характера и социально-психологического характера.

К резервам повышения эффективности труда работников магазинов экономического характера могут быть отнесены: объем товарооборота, широта ассортимента товаров в магазинах и его устойчивость, применяемые формы материального стимулирования труда работников магазинов.

Исследования показали, что с ростом объема товарооборота магазинов, как правило, повышается и товарооборот в среднем на одного его работника. Наряду с этим товарооборот на одного работника магазинов повышается в тех магазинах, которые при примерно равных прочих условиях имеют более широкий и более устойчивый ассортимент товаров. В тесной корреляционной связи находятся также, с одной стороны, объем товарооборота на одного работника, а с другой — формы материального стимулирования труда. Установлено, что товарооборот на одного работника магазина существенно повышается в том случае, когда уровень материального стимулирования труда адекватен выполняемому его объему и его качеству.

В качестве организационно-технических резервов повышения эффективности труда следует рассматривать: укрупнение магазинов, их рациональное размещение на территории населенного пункта, внедрение прогрессивных форм продажи товаров и развитие услуг, оказываемых магазинами покупателям, совершенствование режимов работы магазинов, применение прогрессивных форм организации труда, а также достижение опти-

мального уровня механизации труда.

Исследования показали, что эффективность труда работников, как правило, выше в более крупных магазинах, а также размещенных в местах наиболее интенсивных потоков покупателей. Кроме того, более эффективно используется труд в магазинах, применяющих прогрессивные формы продажи товаров — самообслуживание, по заказам покупателей и по образцам, так как в этом случае затраты времени работников магазинов на продажу одних и тех же товаров значительно меньше, чем при продаже через прилавок.

Существенно сказываются на уровне эффективности труда работников и режимы работы магазинов. Установлено, что наиболее высокая эффективность труда работников магазинов достигается тогда, когда режим работы магазинов соответствует интенсивности покупательских потоков.

Повышению эффективности труда работников магазинов способствует также применение рациональных форм организации труда, особенно применение рациональных форм разделения и кооперации труда. В частности, исследования показали, что товарооборот на одного работника существенно повышается в тех магазинах, где уровень разделения труда и формы кооперации труда приближаются к оптимальным.

Весьма важную роль в повышении эффективности труда работников магазинов играет повышение уровня его механизации. Однако, повышая уровень механизации труда, необходимо учитывать и затраты средств на приобретение и эксплуатацию технических средств. Повышение уровня затрат этих средств не должно превышать адекватного сокращения затрат на оплату труда работников.

К резервам повышения эффективности труда социально-психологического характера могут быть отнесены, по нашему мнению, также как повышение уровня квалификации работников магазинов, их образовательного уровня и стажа работы, улучшение условий труда, режимов работы и отдыха, совершенствование системы морального поощрения работников, а также создание благоприятного психологического климата в трудовых коллективах.

Установлено, что более высокая эффективность труда

работников наблюдается в тех магазинах, где работники имеют более высокую квалификацию, более высокий образовательный уровень и более продолжительный стаж работы. Весьма большую роль в повышении эффективности труда работников играет создание благоприятных условий труда, а также рациональных режимов труда и отдыха, так как в этих условиях существенно повышается продолжительность работоспособности человека.

На повышение эффективности труда работников магазинов влияет применяемая система морального поощрения, общественное признание полезности выполняемой работы. В связи с этим одной из актуальных задач является создание такой системы морального поощрения, которая активизировала бы работников на достижение высокой эффективности труда.

Наконец, большое влияние на уровень эффективности труда работников магазинов оказывает и психологический климат в трудовом коллективе. Установлено, что товароборот на одного работника выше в тех коллективах, где созданы хорошие отношения между членами этих коллективов, а также между руководителями и подчиненными.

Таким образом, в розничной торговле имеется еще большое число резервов повышения эффективности труда ее работников. Их использование позволит не только повысить эффективность розничной торговли, но и существенно улучшить торговое обслуживание населения.

О ПРОБЛЕМАХ ПОВЫШЕНИЯ И ОЦЕНКИ ДОХОДНОСТИ В ТОРГОВЛЕ

П.Р. Вийрес, А.К. Валге

В новых условиях хозяйствования основной хозрасчетной деятельности торговых организаций и предприятий являются доходы от торговой и других видов деятельности, из которых вычитаются издержки обращения (кроме расходов на оплату труда), обязательные платежи и отчисления и прибавляются прочие доходы. Остаточные доходы используются на образование фонда оплаты труда и фонда производственного и социального

развития.

В связи с этим актуальны пути и возможности повышения доходности для обеспечения оптимальных темпов роста заработной платы и благосостояния торговых работников, развития материально-технической базы торговли.

Основными путями увеличения доходов являются: рост товарооборота, совершенствование ценообразования, обоснованные торговые скидки, экономия издержек обращения на базе эффективного использования ресурсов.

Доведение торговым организациям наряду с нормативом образования фонда оплаты труда и норматива соотношения между темпами роста товарооборота и фондом оплаты труда должно способствовать повышению доходности за счет увеличения товарооборота. Это требует, в первую очередь, усиления коммерческой работы на основе внедрения самопланирования и самотовароснабжения – заключение договоров на производство и поставку товаров в результате свободной продажи и на оптовых ярмарках или в рамках долгосрочных прямых связей. Переход, по сути дела, от директивного планирования к государственному заказу требует внедрения и соблюдения следующих принципов: государственный заказ производства и продажи товаров должен быть ниже производственного и торгового потенциала; государственный заказ должен охватывать товары первой необходимости и быть обеспеченным товарными ресурсами; формирование государственных ресурсов должно опираться на стабильные нормативы поставки товаров в общесоюзные и республиканские фонды исходя из уровня нынешней пятилетки.

В новых условиях хозяйствования в торговле механизм распределения доходов содержит разные категории доходности, но ни один из них не отражает комплексное использование ресурсов при формировании доходов.

Доходность распределяемых доходов можно выразить формулой:

$$D_p = \frac{ВД - И}{O} \times 100 ,$$

где D_p – доходность распределяемых доходов;

ВД – валовой доход;

И – издержки обращения;

0 - оборот.

Но эта связь выражает только эффективность материальных затрат (издержки обращения). Повышение доходности в условиях уменьшения издержек обращения ограничено.

Поэтому предлагаем параллельно с показателем Др использовать показатель рентабельности (Р), который исчисляется через показатели валового дохода, издержек обращения и фонда оплаты труда:

$$P = \frac{ВД - (И + ФОТ)}{0} \times 100,$$

где ФОТ - фонд оплаты труда;

Р - рентабельность.

ПОВЫШЕНИЕ РОЛИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В ХОЗЯЙСТВЕННОМ МЕХАНИЗМЕ ТОРГОВЛИ

М.А. Виксиниш

Объективные возможности неуклонного роста эффективности социалистического производства заложены в общественной форме собственности, в ее качественно новом уровне, плановом способе функционирования экономической системы. В современных условиях перестройки экономической системы хозяйствования на передний план выступают проблемы повышения заинтересованности трудовых коллективов, их членов и руководителей в достижении наилучших конечных результатов хозяйственной и трудовой деятельности.

Решение основных задач по принятию более напряженных производственных заданий, ускоренному обновлению производственных мощностей с внедрением достижений научно-технического прогресса при обеспечении экономного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов требует мобилизации трудовых коллективов к творческому решению хозяйственных ситуаций и в области коммерческой деятельности и управления трудовым коллективом.

В новых условиях хозяйствования основной предпосылкой научного и практического подхода к повышению эффективности

работы торговых предприятий является овладение знаниями об экономических явлениях и тенденциях их развития. Эффективность хозяйствования представляется, с одной стороны, как результат, и с другой — как мерило интенсификации. Сама интенсификация связана с использованием рабочей силы, средств и предметов труда, что отражается в производительности труда, фондоотдаче и текущих затратах.

Ответственность за деятельность предприятий в условиях действия Закона о государственном предприятии (объединении) возлагается на трудовой коллектив. Такое качественно новое положение требует коренным образом и неотлагательно перестраивать сложившиеся прототипы мышления по отношению к пониманию товарно-денежных, рыночных отношений, коммерческой деятельности и выполнению возрастающих функциональных обязанностей предприятий, бригады и их членов.

Одним из основных составных направлений перестройки психологических отношений в торговых коллективах по отношению к трудовой деятельности является развитие убежденности в самостоятельности хозяйствования и понимании своих прав и обязанностей. При этом важное значение имеет развитие творческой коммерческой активности в отношениях с новым кооперативным движением и индивидуальной трудовой деятельностью по производству товаров народного потребления и оказанию услуг.

Совершенствование и создание практически нового хозяйственного механизма на основе действующей материально-технической базы и трудовых коллективов влечет за собой коренное изменение производственных отношений. Практически это означает решение трех социально-организационных проблем, решение которых должно обеспечить повышение эффективности затрат живого и овеществленного труда.

Первая группа мероприятий связана с отказом от административно-директивной формы управления торговыми предприятиями, вмешательства и регулирования внутренней хозяйственной деятельности и мелочной опеки. Следовательно, целый комплекс управленческих, экономических и хозяйственных функций в системе вертикального управления передается нижестоящим звеньям управления вплоть до предприятия, торговой единицы,

бригады.

Одновременно с передачей значительного круга прав вниз по вертикали существенно возрастает самостоятельность предприятий и повышается ответственность трудовых коллективов за их деятельность и функционирование как в народно-хозяйственном комплексе, так и за результаты экономической деятельности предприятий.

Коренная перестройка хозяйственного механизма приводит к повышению напряженности в период замены сложившихся отношений новыми, к возникновению временных противоречий не только в управленческих и экономических отношениях, но и в отношениях между администрацией и коллективом, между руководителями и подчиненными, между бригадой и индивидуумом.

От того, как быстро руководители, специалисты и рабочие осмыслят, изучат и поймут конкретное содержание перестройки этих отношений, личную роль и ответственность в своем коллективе, во многом определяется успех и темпы перевода работы на новые рельсы.

К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В НОВЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Н.М. Витренко

Социальное предназначение предприятий розничной торговли - максимально полно удовлетворять потребности покупателя по количеству, качеству, ассортименту товаров, по формам и методам их приобретения. Следовательно, оценка деятельности торговых организаций должна максимально полно отражать степень достижения ими этой цели. В этом случае будет обеспечено единство целей развития отрасли с развитием народного хозяйства социалистического общества в целом.

Социальное предназначение предприятий розничной торговли дает основание отнести розничную торговлю к комплексу отраслей социальной инфраструктуры. Отметим, что под инфраструктурой понимаем комплекс всех тех объектов, которые создают общие условия функционирования базовых отраслей и обе-

спечивают жизнедеятельность человека. В зависимости от выполняемых функций инфраструктуру можно подразделить на производственную (объекты, обслуживающие базовые отрасли народного хозяйства региона), социальную (объекты, обслуживающие непосредственно каждого человека), институционную (объекты, оказывающие услуги обществу в целом) и научно-техническую (учреждения науки и научного обслуживания).

Само понятие социальной инфраструктуры многокомпонентно, в социальную инфраструктуру включаются отрасли социально-бытовой инфраструктуры (жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание, розничная торговля, общественное питание, пассажирский транспорт, связь по обслуживанию населения), и социально-культурной (народное образование, культура и искусство, здравоохранение, физкультура и спорт, охрана окружающей среды). Реализация целей социальной политики нашего государства предусматривает сбалансированное развитие всего комплекса отраслей социальной инфраструктуры каждого региона.

На розничную торговлю как составную часть социальной инфраструктуры распространяется единый подход к стимулированию деятельности ее предприятий: рост объемов оказываемых услуг до размеров, определяемых спросом населения, необходимость постоянного совершенствования форм и методов оказания услуг, повышение научной обоснованности планирования и управления.

С этих позиций оценивая, нельзя признать правомерной оценку деятельности торговых организаций по показателю товарооборота. Что он отражает? Выручку торгового предприятия от продажи товаров. Это чистейший затратный показатель, прямо нацеливающий торговлю на реализацию более дорогих товаров. В условиях монополизации производства продукции и ее продажи потребителям именно такой механизм функционирования предприятий розничной торговли сложился и достаточно прочно укрепился в экономике нашей страны. Не может возникших проблем решить и сам по себе перевод торговли на полный хозяйственный расчет. В условиях диктата производителя над потребителем, в условиях диктата монопольных цен на подавляющее количество товаров, в условиях отсутствия реальной борьбы за пску-

пателя, торговля знает, что покупатель вынужден будет все равно приобрести предлагаемый товар любого качества и по любой цене. Отсюда и неудержимый рост цен на товары народного потребления — именно это отвечает интересам и производителей, и торговли, покупатель же другого выхода не имеет.

Бесспорным свидетельством неудовлетворенного покупательского спроса является опережающий рост сбережений населения по сравнению с ростом товарооборота розничной торговли. Так, в Украинской ССР розничный товарооборот вырос за 1981-1987 гг. на 21,5 %, в том числе с 1985 по 1987 г. на 2,5 % или на 1,4 млрд. руб., в то же время вклады населения в сберегательные кассы за 1981-1987 гг. возросли на 73,2 %, с 1985 по 1987 г. — на 19,5 % или на 9,7 млрд. руб. (1).

В условиях перестройки народного хозяйства должен реализовать себя антизатратный механизм, что прежде всего отвечает интересам потребителя. С точки зрения оценки эффективности функционирования торговых предприятий это предполагает отказ от показателя товарооборота в качестве оценочного, использование в планировании и управлении статистических показателей, реально оценивающих объем торговых услуг отрасли. Торговля должна абстрагироваться от розничных цен на товары, так как они отражают прежде всего не ее затраты, а затраты производителей. Более того, торговые предприятия должны быть заинтересованы в снижении розничных цен, что при прочих равных условиях повышает вероятность реализации товара.

С нашей точки зрения этим требованиям отвечают показатели "объема товарных услуг" (измеренного в нормативах трудоемкости и предпочтительности) и "коэффициента эффективности работы" (соотносящего объем торговых услуг с величиной товарооборота), разработанные доцентом Полтавского кооперативного института Кизуб Н.Л. (2).

Их использование на практике позволит стимулировать снижение розничных цен, уменьшение торговой скидки, соблюдение договоров поставки, будет способствовать повышению реальной заинтересованности в создании и развитии маркетинга.

Литература

1. Народне господарство Української РСР. Статистичний щорічник. - Київ: Техніка, 1987, с. 264, 258.
2. Коммерческий вестник, 1987, № 22, с. 10-12; № 20, с. 14-16.

ФОРМИРОВАНИЕ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В НОВЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Б.И. Гаврилов, Т.Н. Морголь

Достоверную и объективную оценку эффективности работы в новых условиях хозяйствования можно дать только на основе глубокого анализа всех сторон деятельности торговых предприятий и организаций.

Комплексное совершенствование хозяйственного механизма в розничной торговле предполагает повышение эффективности использования оборотных средств, оптимизацию источников их формирования, увеличение доли собственных ресурсов в товарных запасах.

Переход на самофинансирование означает полную отмену бюджетного финансирования в оборотные средства. Значительно снижаются масштабы перераспределения оборотных средств. С вводом новых Правил кредитования прекращается предоставление кредитов на временное восполнение недостатка собственных оборотных средств и на перераспределение оборотных и других средств. Имеющаяся задолженность по этим ссудам погашается по мере наступления сроков.

Новые условия хозяйствования предусматривают перевод торговли на кредитование по укрупненным объектам. Такими объектами в торговле является совокупность товаров текущей реализации, сезонного и временного накопления, других товарно-материальных ценностей. Усиливается банковский контроль за хозяйственно-финансовой деятельностью предприятий. Учреждениям банков предоставлено право понижать или повышать процентные ставки за кредит в зависимости от соблюдения предприятиями размера запасов товарно-материальных ценностей.

ускорения (замедления) оборачиваемости оборотных средств, обеспечения их сохранности и своевременности возврата кредитов.

В свою очередь торговым предприятиям предоставлено право самостоятельно определять норматив товарных запасов при соблюдении установленной доли участия собственных оборотных средств в образовании плановых запасов. Определяя размер норматива предприятия тем самым могут регулировать и размер кредита. В настоящее время кредиты банка составляют 55 % оборотных средств розничной торговли. В 1986 году торговые предприятия системы Министерства торговли СССР выплатили за них свыше 300 млн. руб. в виде процентов. Сокращение доли банковских кредитов только на 1 % позволило бы увеличить уровень хозрасчетных доходов предприятий на 0,04 % к розничному товарообороту (1).

Общепризнано, что повышение доли собственных средств в обороте торговых предприятий и организаций при одновременном уменьшении доли заемных средств способствует уменьшению расходов и укреплению хозяйственного расчета, а также усилению материальной заинтересованности коллективов в повышении отдачи имеющихся в их распоряжении финансовых ресурсов.

Проведенное исследование источников формирования оборотных средств по областным управлениям торговли системы Министерства торговли СССР свидетельствует о наметившейся тенденции роста источников собственных средств. На начало 1988 года по сравнению с началом 1987 года их доля в источниках оборотных средств возросла с 42,2 до 43,9 % и стала преобладающей. Доля кредитов банка уменьшилась на 4,9 процентных пункта и составила 42,9 %. Анализ соотношения темпов роста собственных оборотных средств и краткосрочных кредитов Госбанка за истекший год свидетельствует о значительном опережении темпов роста собственных оборотных средств над кредитами. Если первые возросли на 1,8, то вторые снизились почти на 9,6 процентных пункта. Указанные сдвиги следует считать положительными, учитывая их благотворное влияние на финансовые результаты работы за счет снижения расходов по уплате процентов за кредит. Уровень последних снизился с 0,18 до 0,16 процентов к товарообороту. Общая сумма расходов

по уплате процентов за кредит уменьшилась на 935 тыс. руб. Однако доля их в материальных издержках остается значительной, что отрицательно сказывается на хозяйственных результатах работы трудовых коллективов. Это обстоятельство побуждает к дальнейшему поиску резервов увеличения доли собственных оборотных средств в товарных запасах. Об увеличении доли можно предметно говорить при наличии источника такого увеличения.

Изучение генезиса источников формирования оборотных средств розничных торговых предприятий показало, что повышению доли собственных оборотных средств препятствовало отсутствие финансовых ресурсов на эти цели. В новых условиях хозяйствования ситуация меняется. Созданы предпосылки для радикального решения данной проблемы. Плановые задания по основным показателям успешно выполнены. Прирост розничного товарооборота в сопоставимых ценах составил 6,5 %. Уровень доходности (по доходам к распределению) в 1987 году в сравнении с 1986 годом возрос на 0,29 %.

В настоящее время финансирование прироста норматива собственных оборотных средств осуществляется за счет фонда производственного и социального развития. Последний образуется по нормативу от доходов, оставшихся в распоряжении предприятий. Таким образом, устанавливается тесная зависимость между доходами и ростом оборотных средств. В истекшем году план образования фонда производственного и социального развития значительно перевыполнен. Дополнительно к плану в указанный фонд направлено 38,8 млн. руб. На отдельных предприятиях этот фонд создан в объеме, в 2-3 раза превышающем плановый.

Значительно возросли внереализационные доходы. Экономическое воздействие на поставщиков позволило получить только за недопоставку товаров почти в 3 раза больше штрафных санкций, чем в 1986 году.

Среди резервов увеличения доли собственных средств в товарных запасах особого внимания заслуживает вовлечение в хозяйственный оборот свободных денежных средств. Свободные средства на расчетных счетах предприятий розничной торговли БССР возросли против прошлого года почти в 2 раза и составили

14,4 млн. руб. Вовлечение в оборот хотя бы 70 % этих средств позволит уменьшить долю кредитов Госбанка в товарных запасах и даст экономию по уплате процентов за кредит при ставке 2 % годовых 201,8 тыс. руб.

Несмотря на наличие свободных средств у предприятий банк продолжает выдавать кредит под установленный процент, обеспечивая тем самым свой стабильный доход. В условиях перехода банков на хозяйственный расчет едва ли они добровольно откажутся от своих доходов. Указанная ситуация, на наш взгляд, противоречит логике нового хозяйственного механизма. Считаем, что в ходе начавшейся реформы банковского дела эти моменты должны быть отрегулированы на справедливой основе, а не в пользу одной из сторон.

Использование резервов увеличения доли собственных средств в запасах товаров значительно уменьшит зависимость финансового положения торговых предприятий от кредитов банка и будет способствовать дальнейшему укреплению хозяйственного расчета.

Литература

И. К и з и л о в В. Хозяйственный механизм: проблемы освоения. - Советская торговля, 1988, № 3, с. 12.

О РАЗВИТИИ НООПЕРАТИВНЫХ ФОРМ ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ В МАЛЫХ И СРЕДНИХ ГОРОДАХ РСФСР

Н.А. Горелов, П.Р. Коротенко, М.Э. Мусин

Малые и средние города являются важным звеном в структуре городского поселения РСФСР. На их долю приходится почти 90 % всех городских населенных пунктов республики, в которых проживает треть всего городского населения.

К малым и средним относятся города с населением до 100 тысяч жителей. Такие населенные пункты, как правило, ориентированы на монопроизводство и с истощением природных ресурсов теряют до 30 % своего населения.

Характерной особенностью малых и средних городов является "старение" населения, падение рождаемости, отток моло-

дежи в крупные промышленные центры, что снижает темпы роста трудоспособного населения. За последнее десятилетие они были более, чем в три раза ниже прироста в больших и крупных. Кроме того, почти половину малых и средних городов можно отнести к городам с преобладающим женским или мужским населением, к так называемым "женским" или "мужским" городам с нерациональной (в демографическом аспекте) структурой занятости.

На занятость населения в общественном производстве оказывает влияние развитие социальной инфраструктуры небольших городов. По сравнению с крупными городами малые и средние отстают по объему бытовых и торговых услуг, предоставляемых их жителям.

На сегодняшний день в малых и средних городах большей части РСФСР сложилась неблагоприятная ситуация с обеспечением населения товарами народного потребления, оказанием платных услуг. Этот факт можно объяснить недопоставкой товаров от иногородних смежников, хронической нехваткой торговых площадей, дефицитом кадров и т.д. Вместе с тем, как показал проведенный анализ, в общем объеме товаров народного потребления в последнее время была снижена доля изделий, производимых из местного сырья и отходов производства.

Следует отметить, что проблемы наращивания выпуска товаров и объема услуг приходится решать в условиях сужения здесь дополнительных инвестиций, и это особенно актуально для малых и средних городов. Существенные резервы для удовлетворения растущего спроса населения раскрываются в условиях развития кооперативного движения и индивидуальной трудовой деятельности, которые позволяют без значительных капитальных вложений расширить производство многих товаров и услуг, приближая их к потребителю, гибко реагировать на рыночный спрос, широко использовать местные источники сырья и отходы производства, возрождать народные промыслы, в некоторой степени выравнивать условия жизни людей в населенных пунктах различных масштабов. Кооперативная и индивидуальная трудовая деятельность позволяют вовлечь в производство лиц пенсионного возраста, учащихся, домохозяек, и желающих трудиться в свободное от основной работы время, а также частич-

но предоставляет возможность трудоустройства работников, высвобождаемых с предприятий в условиях сокращения монопроизводства в малых и средних городах.

Развитие индивидуального и кооперативного производства должно сопровождаться созданием необходимых условий для реализации товаров и услуг от этой деятельности. Важно, чтобы лица, занятые производством товаров народного потребления в индивидуальном и кооперативном секторе, посвящали свое рабочее время непосредственно производственной деятельности, а не изысканию возможностей по продаже своей продукции. Необходимо оградить эту сферу и от проникновения сюда различных посредников, перекупщиков, спекулянтов. Поэтому особое значение приобретает создание сети торговых кооперативов, специализирующихся на реализации товаров кооперативного и индивидуального производства, о чем говорилось в Постановлении Совета Министров СССР "О мерах по улучшению организации продажи товаров, производимых кооперативами и гражданами, занимающимися индивидуальной трудовой деятельностью"¹. Надо широко привлекать к членству в таких кооперативах лиц пенсионного возраста, работавших ранее в сфере торгового обслуживания, домохозяйек и учащихся на условиях неполной занятости, а также лиц с экономическим образованием, высвобождаемых с различных предприятий, учреждений, организаций. Многие здесь зависят от инициативы местных Советов, широкого использования рекламы, оповещения населения с помощью средств массовой информации. В числе основных мер, необходимых для создания торговых кооперативов в малых и средних городах следует выделить обеспечение кооперативов помещениями для своей деятельности. В качестве возможных вариантов решения этой проблемы можно назвать следующие: инвентаризация жилых помещений, передача в ведение кооперативов бездействующих киосков и других мелких торговых точек, строительство специализированных магазинов (с возможностью передачи их на коллективный и семейный подряд), в том числе и за счет средств производственных кооперативов, предоставление помещений на колхозных рынках.

¹ Правда, 1987, 22 октября.

Необходимо, на наш взгляд, предоставлять торговым кооперативам больше хозяйственной самостоятельности, не ограничивать их рамками однопрофильной деятельности.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ

Т.К. Грубич, А.Ф. Кононенко, Л.Г. Саркисян

Совершенствование территориального планирования розничной торговой сети относится к числу наиболее актуальных и недостаточно разработанных проблем экономики торговли. В условиях развитого социализма должно быть обеспечено фактическое равенство условий экономического и социального развития всех союзных республик, регионов и народностей. Это требует усиления комплексного подхода к разработке перспективных планов развития розничной торговой сети во взаимной связи с факторами экономического и социального развития на основе региональных нормативов. Сложные и многоплановые вопросы разработки региональных нормативов розничной торговой сети требуют более глубокого экономического обоснования.

В основу разработки нормативов, дифференцированных по областям, могут быть положены факторы, определяющие различия в развитии розничной сети.

Так, розничный товароборот является не только одним из основных показателей торговли, но и важнейшим показателем, характеризующим развитие экономики регионов. Он отражает рост товарных ресурсов, денежных доходов населения, общественных фондов потребления, распределение национального дохода на фонды потребления и накопления. Этот показатель тесно связан с ростом численности населения, развитием промышленности, сельского хозяйства и транспорта, а также со многими другими важнейшими показателями развития народнохозяйственного комплекса.

Объем розничного товароборота характеризует уровень жизни народа, а его структура - удовлетворение потребностей в отдельных товарах. Основные закономерности, присущие

развитию розничного товарооборота, непосредственно отражаются на развитии розничной торговой сети в областях республики. Исследования показали, что обеспеченность населения торговой сетью лучше в тех регионах, где среднедушевой товароборот выше. Например, в таких областях, как Ворошиловская, Донецкая, Днепропетровская, Запорожская в 1987 г. обеспеченность населения продовольственной торговой сетью была на 62,8 %, а уровень среднедушевого товарооборота – на 53,5 % выше, чем в Винницкой, Житомирской, Черновицкой. Колебания среднедушевого товарооборота в областях УССР настолько велики, что не учитывать этот фактор при разработке региональных нормативов розничной сети нельзя. Соотношение между экстремальными значениями этого показателя составило в областях 1 : 1,2. Правомерность выбора среднедушевого товарооборота в качестве важнейшего экономического фактора дифференциации среднереспубликанского норматива потребности в розничной сети подтверждается и результатами корреляционного анализа. (Коэффициент корреляции между показателями обеспеченности розничной сетью на 1000 жителей и среднедушевым товарооборотом составил 0,937).

Следовательно, дифференциация среднереспубликанского норматива розничной сети должна осуществляться прежде всего с учетом среднедушевого товарооборота в областях. Однако уровень среднедушевого товарооборота не может быть принят в качестве единственного критерия дифференциации. Показатель обеспеченности населения розничной сетью испытывает воздействие и демографических факторов, в частности таких, как изменение структуры населения, увеличение численности городских жителей.

Там, где высок удельный вес городского населения, уровень обеспеченности торговой площадью выше среднереспубликанского. Например, в группе областей с удельным весом городского населения менее 40 % (Винницкая, Ивано-Франковская, Ровенская, Тернопольская, Хмельницкая, Черновицкая) обеспеченность населения продовольственной сетью ниже среднереспубликанского показателя в среднем на 22 %. В то же время в группе областей с удельным весом городского населения более 70 % (Ворошиловградская, Днепропетровская, Донецкая,

Запорожская) этот показатель выше среднереспубликанского на 20 %.

Урбанизация сопровождается увеличением общего объема товарооборота, повышением уровня среднедушевого товарооборота и темпа роста торговых площадей. Изменения, вызванные ею, непосредственно влияют на развитие товарооборота и обеспеченность населения розничной сетью. Результаты корреляционного анализа подтверждают, что между долей городского населения в общей численности населения регионов и обеспеченностью торговой площадью на 1000 жителей существует достаточно тесная связь (коэффициент корреляции - 0,774).

Аналогичен и характер зависимости между показателями обеспеченности населения розничной торговой сетью и удельным весом товарооборота государственной торговли в общем объеме реализации продовольственных товаров (коэффициент корреляции - 0,673).

РЕЗЕРВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ФОНДОВ КООПЕРАТИВНОЙ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

Ю.С. Гуцев

С переходом торговли на новый механизм хозяйствования, на экономические методы управления, когда главными критериями становятся хозяйственный расчет, самоокупаемость и самофинансирование, резко возрастают требования к более эффективному использованию материально-технической базы и, как главной ее части, основным фондам.

Одним из главных резервов наиболее эффективного использования основных фондов опта - это экономически обоснованное планирование развития и размещения оптовых баз и складов. В настоящее время в потребительской кооперации взят курс на оптимальное сочетание числа крупных, средних и мелких оптовых предприятий. В условиях Белоруссии это проявляется в разумном сочетании сети универсальных и специализированных межрайонных оптовых баз и баз районного звена, между которыми проведено рациональное разграничение обслуживания роз-

ницы. Базы районного звена, в основном, обслуживают розничную сеть ассортиментом товаров повседневного спроса и некоторыми грузоемкими товарами, а межрайбазы — товарами сложного ассортимента, требующими обязательной подсортировки и накопления, сезонными товарами и некоторыми другими.

Не менее важный резерв заключается в максимальном использовании складских площадей и объемов хранения товаров. Вместе с тем в настоящее время складская площадь и особенно емкости складов используются крайне неудовлетворительно, на многих высотных складах товары укладываются лишь на высоту человеческого роста, между стеллажами остается много свободной площади. Так, в Белорусском потребсоюзе такой показатель, как коэффициент использования мощностей опта составляет всего лишь 54,7 % и продолжает снижаться. Одной из причин снижения коэффициента использования мощностей является также удорожание их ввода. С другой стороны, велика степень износа основных фондов оптовой торговли. Особенно это проявляется в материально-технической базе опта райпотребсоюзов, где начислен значительно больший износ, чем по межрайбазам. Все это указывает на то, что помимо нового строительства, необходимо ускоренными темпами вести реконструкцию и перевооружение действующей оптовой сети и более интенсивно осуществлять ее в районном опте.

Тесно связан с этим резервом и такой, как повышение удельного веса машин и оборудования, используемых в оптовой торговле. Так, если в кооперативной промышленности Белоруссии удельный вес активной части составляет порядка 28 %, в общественном питании — 14 %, в заготовках — 18 %, то в торговле всего лишь — 10 %.

Наиболее эффективному использованию основных фондов будет способствовать увеличение доли их активной части. В соответствии с нормативами удельных капитальных вложений, утвержденными Правлением Центросоюза, она должна составлять к 2000 г. порядка 32,5 %. В условиях интенсивного ведения хозяйства важно не только количественное увеличение числа машин и механизмов для складских операций, но и качественное их улучшение, использование большего количества высокопроизводительного современного оборудования, а также специального

оборудования для небольших складов.

Повышение технической оснащенности оптовых предприятий будет зависеть также от снижения запасов неустановленного оборудования. Так, на начало 1987 г. при острой нехватке подъемно-транспортного оборудования, в опте потребительской кооперации БССР было неустановлено 7 автопогрузчиков, 17 электропогрузчиков и штабелеукладчиков, 141 конвейер и транспортер различных видов. Также много оборудования не работает из-за плохой организации ремонта. До сих пор в системе потребкооперации нет четко налаженной системы ремонтной службы оборудования и механизмов.

Применение высокопроизводительного оборудования вводит в действие и такой резерв, как совершенствование технологических процессов в опте, что влечет за собой и рационализацию всего процесса товародвижения. Основное направление здесь — применение контейнеров по всей цепочке движения товаров.

Важный резерв повышения эффективности использования основных фондов — это увеличение запасов товаров в опте. В настоящее время в оптовой торговле потребкооперации БССР удельный вес запасов товаров составляет чуть более 30 %. По расчетам же экономистов для эффективного функционирования опта этот показатель должен составлять 50–60 %. Недостаточность запасов на складах опта ухудшает снабжение розничной сети товарами в подсортированном виде, приводит к перебоям в снабжении. В основном это касается непродовольственных товаров, и особенно товаров сложного ассортимента. Однако концентрация товарных запасов в опте не будет резервом без ускорения их оборачиваемости.

В условиях перехода всей отрасли на принципы хозяйственного расчета, самоокупаемости и самофинансирования все эти резервы приобретают исключительно важное значение. И в то же время они должны сочетаться с таким резервом, как активизация экономических методов руководства оптовой торговли, осуществляемая в первую очередь руководителями и специалистами предприятий.

УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ В НОВЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Т.В. Добрянская

Переход торговли на новые условия хозяйствования существенно повышает требования к качеству управления отраслью в связи с необходимостью наращивания доходности торговых предприятий и организаций.

Товарные запасы являются одним из наиболее сложных объектов управления в торговле, так как они испытывают влияние со стороны факторов, формирующихся во всех сферах общественного производства. В свою очередь от величины, структуры и оборачиваемости товарных запасов зависит размер валовых доходов, издержек обращения и доходов торгового предприятия. Поэтому совершенствование механизма управления товарными запасами на основе широкого применения экономических методов, рычагов и стимулов становится необходимым условием улучшения конечных результатов деятельности предприятий и организаций торговли. Использование товарно-денежных отношений, составляющих основу экономических методов управления, позволит нацелить управленческую деятельность на повышение эффективности использования товарных запасов, ликвидацию непроизводительных затрат, всемерное укрепление режима экономики.

Особое значение в новых условиях хозяйствования приобретает совершенствование текущего планирования товарных запасов. Наиболее приемлемым для определения нормативов товарных запасов в торговле является метод технико-экономических расчетов. Однако его использование затруднено из-за отсутствия необходимой информации о количестве ассортиментных разновидностей по товарным группам, средних ценах, затратах времени на приемку товаров. Получение таких данных требует проведения специального обследования, а сложность расчетов вызывает необходимость использования электронно-вычислительной техники. Обследование и обоснованный поэлементный расчет нормативов товарных запасов целесообразно, по нашему мнению, проводить один раз в пять лет с последующей ежегод-

ной корректировкой их с учетом оптимальных темпов прироста товарных запасов. Такой порядок нормирования товарных запасов позволит повысить их экономическую обоснованность, так как при расчетах учитываются условия деятельности конкретного предприятия (организации), а также обеспечивается преобладание интенсивных факторов роста объема розничного товарооборота.

Проблема повышения научной обоснованности нормативов товарных запасов приобретает особую актуальность в связи с изменением порядка кредитования торговых организаций. Правильное определение нормативов товарных запасов необходимо для поддержания нормальных отношений с учреждениями банка, которым предоставлено право ограничения кредитования плановым размером кредита в случае, если торговая организация более двух месяцев имеет сверхнормативные товарные запасы, а меры по их снижению, разработанные совместно с учреждением банка, не приносит желаемого результата.

Новый порядок кредитования торговых организаций предоставляет учреждениям банка право взимать проценты с суммы превышения планового размера кредита по обычной либо по повышенной ставке. Размер изменения процентной ставки предусматривается в кредитном договоре и может колебаться в пределах установленного общего размера понижения или повышения в зависимости от выполнения следующих условий:

- соблюдения плановых размеров запасов;
- ускорения оборачиваемости оборотных средств;
- сохранности собственных оборотных средств;
- выполнения обязательств перед банками по возврату кредитов.

Изменение процентных ставок за кредит может производиться учреждениями банка ежеквартально на основании показателей финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия (объединения), организации. Те из них, которые систематически допускают убытки, несвоевременно рассчитываются с бюджетом, банком и поставщиками и не принимают мер к улучшению финансового состояния, могут быть объявлены неплатежеспособными и переведены на особый режим кредитования и расчетов. Таким образом, новый порядок кредитования заставит

работников плановых и коммерческих служб торговых предприятий усилить контроль за состоянием товарных запасов и их движением, повысить внимание к вопросам, связанным с созданием, хранением и реализацией товарных запасов.

Переход торговли на новые условия хозяйствования делает правомерной постановку вопроса о разработке каждым торговым предприятием (организацией) показателя, характеризующего минимально допустимую эффективность использования товарных запасов. Это предложение особенно актуально для той их части, которая сформирована за счет заемных средств. В качестве показателя эффективности использования товарных запасов предлагается использовать ресурсоотдачу, которая характеризуется величиной розничного товарооборота, приходящегося на I рубль средних товарных запасов.

Проведенные исследования показали, что ресурсоотдача товарных запасов изменяется обратно пропорционально товарооборачиваемости, коэффициент корреляции колеблется от $-0,72$ до $-0,98$. Очевидно, что рациональное использование финансовых ресурсов, вложенных в товарные запасы, требует неуклонного сокращения времени обращения товаров на основе перестройки всей плановой и коммерческой работы с товарной массой.

Повышение эффективности использования товарных запасов в торговле требует существенной активизации человеческого фактора путем дальнейшего совершенствования системы материального стимулирования. Новый хозяйственный механизм создает для этого благоприятные предпосылки, поставив размер вознаграждения за результаты работы в прямую зависимость от выполнения экономических показателей, характеризующих качество и эффективность управления товарными запасами (соблюдение ассортиментного перечня, ускорение товарооборачиваемости, рациональное использование финансовых ресурсов). Это вызывает необходимость создания системы показателей оценки эффективности использования товарных запасов, которая могла бы найти широкое применение при разработке положений о премировании торговых работников, объединенных в хозяйственные бригады и функциональные группы, на которые возложены операции по заводу, хранению и реализации товаров.

Резюмируя вышесказанное следует подчеркнуть, что широ-

кое использование экономических методов управления товарными запасами в торговле нацелит трудовые коллективы предприятий и организаций на выявление и использование всех резервов снижения издержек обращения и наращивания доходности.

В ОСНОВУ РАЗМЕЩЕНИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ - СОЦИАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНОВ

И.Г. Дорошенко

Основными направлениями экономического и социального развития СССР на 1986-1990 годы и на период до 2000 года предусмотрено обеспечить дальнейший рост благосостояния советского народа, сближение уровня продажи товаров в городской и сельской местности, устранение региональных различий в уровне и образе жизни населения на основе устойчивого поступательного развития народного хозяйства.

В решении этих задач важная роль принадлежит торговле. Масштабы развития торговой отрасли требуют дальнейшего совершенствования материально-технической базы розничной торговли потребительской кооперации.

Региональное развитие розничной торговой сети заключается, прежде всего, в дифференцированном подходе к ее планированию с учетом особенностей отдельных регионов. Решение проблемы сглаживания существующих различий в уровне жизни также органически связано с оптимизацией размещения объектов торгового обслуживания по типам поселений.

Современный уровень развития торгового обслуживания еще не полностью соответствует предъявляемым требованиям. Так, например, в Черниговском облпотребсоюзе 14,2 % общего количества магазинов размещены в непригодных для торговли или требующих капитального ремонта помещениях, 4,2 % всех магазинов не отапливаются.

По данным обследований ВНИПК, около 40 % покупок непродовольственных товаров колхозники вынуждены совершать в городских магазинах. Такому положению во многом способствуют недостатки в организации снабжения населения глубинных

сел товарами первой необходимости, частое отсутствие в продаже целого ряда непродовольственных товаров повседневного спроса, имеющих в достаточном количестве, нерациональное использование автомагазинов, частое закрытие магазинов на длительный срок из-за отсутствия продавцов. Недостатки в организации торговли на селе увеличивают затраты времени на приобретение товаров и снижают возможность полноценного участия сельских труженников в производстве. Специальные исследования показывают, что средние затраты времени на покупку товаров в районных центрах в 2,9-4,5 раза, в остальных центрах - в 4,2-8,3 раза выше, чем в сельских магазинах.

Наибольшие трудности в настоящее время с приобретением товаров испытывают жители малых глубинных поселений. В таких селах необходимо предусматривать создание комбинированных предприятий, состоящих из магазина и столовой, или магазина и заготовительного пункта. Привлекать для работы в таких предприятиях, организованных на кооперативных началах и работающих на принципах полного хозрасчета членов-пайщиков, обеспечивая их материальную заинтересованность в высоких конечных результатах и качестве обслуживания, обеспечении рентабельности эксплуатируемых основных фондов.

Важным принципом региональной организации торгового обслуживания в сельской местности является создание максимальных удобств населению в приобретении товаров и услуг. Уменьшение затрат времени на покупку, максимальная доступность магазинов, создание в крупных торговых центрах дополнительных услуг покупателям, широкое внедрение тары-оборудования, дальнейшее совершенствование таких форм торгового обслуживания, как развозная и посылочная торговля, торговля по образцам и заказам - все это является удобствами, призванными улучшить торговое обслуживание сельского населения, обеспечить максимальный охват населенных пунктов торговым обслуживанием.

Немаловажным условием достижения высокого уровня торгового обслуживания является наличие средств связи. Плановое расширение сети дорог с твердым покрытием позволит не только повысить доступность центров общественного обслуживания для районных центров и центров первичных систем расселе-

ния, но и, что немаловажно, внедрить динамичные формы обслуживания, при которых поток товаров и услуг будет направлен к потребителю.

При разработке перспективных планов развития и размещения розничной торговой сети в региональном разрезе необходимо предусматривать дальнейшее выравнивание обеспеченности сельского населения торговой площадью по областям и экономическим районам республики.

До 2000 года в системе потребительской кооперации Украины предполагается незначительный рост торговых площадей — всего на 4 %. Это обусловлено достижением высокого уровня обеспеченности населения торговыми площадями. Небольшой ввод в действие новых предприятий торговли предполагает повышение эффективности использования имеющихся площадей.

В населенных пунктах с численностью жителей от 100 до 500 человек представляется целесообразным развивать и совершенствовать торговлю товарами массового спроса и первой необходимости через торговую сеть магазинов "Товары повседневного спроса". В небольших поселениях с численностью жителей до 100 человек с созданием стационарной сети получит дальнейшее развитие развозная и посылочная торговля, система дополнительных торговых услуг.

Стационарные магазины в малых селах будут строиться по специально разработанным проектам Центросоюзпроекта — торговой площадью 56 и 90 кв. м, а также проектам магазинов с квартирой для продавца.

Улучшится снабжение населения по месту работы (на животноводческих фермах и полевых станах) путем увеличения сети филиалов магазинов и ларьков без продавцов. Товары для этой сети будут выдаваться под отчет работникам ферм, полевых бригад.

Дальнейшее развитие получит развозная торговля. Если в 1987 году общий объем товарооборота автомагазинов составлял 2,3 % от общего объема розничного товарооборота потребительской кооперации, то к 2000 году он должен возрасти в 3 раза. Через автомагазины будут удовлетворяться не только потребности в товарах массового спроса, но и заказы жителей глубинки на товары сложного ассортимента. Таким образом, развоз-

ная торговля станет одним из путей расширения такой прогрессивной формы обслуживания сельского населения, как торговля товарами народного потребления по заказам и каталогам.

Рациональное размещение объектов торговли должно обеспечивать их пространственно-временную доступность для населения, формирование региональных комплексов обслуживания с учетом особенностей территориальной организации населения, совершенствование научных основ перспективного планирования отраслей сферы обслуживания путем широкого использования отраслевых нормативов и переход в отдаленной перспективе от традиционно используемых этих нормативов к региональным, учитывающим взаимосвязь и уровень территориальной иерархии населенных мест внутри различных региональных систем расселения.

КАКИМ БЫТЬ ГОСУДАРСТВЕННОМУ ЗАКАЗУ

Л.П. Дядечко

Переход к преимущественно экономическим методам управления торговлей предъявляет особые требования к совершенствованию планирования, центральным моментом которого выступает перестройка исходных данных формирования планов экономического и социального развития отрасли.

Новым и пока недостаточно обоснованным понятием в составе исходных данных планирования является государственный заказ. Ясно одно, что государственный заказ становится главным централизованным рычагом регулирования производственно-торговой деятельности хозрасчетных предприятий (объединений). Но налицо расхождение между определением государственного заказа в общей концепции перестройки управления экономикой и практикой формирования его состава и доведения до торговых организаций и предприятий.

Общее определение государственных заказов, гарантирующих удовлетворение первоочередных общественных потребностей и выдаваемых предприятиям на ввод в действие наиболее важных производственных мощностей и объектов социальной сферы за

счет государственных централизованных капитальных вложений, а также на производство и поставку важнейших видов сельскохозяйственной продукции и отдельных видов непродовольственных товаров народного потребления, имеющих особую социальную значимость, дает основание определить состав государственного заказа для торговли.

На наш взгляд, состав государственного заказа торговле по основной деятельности, т.е. продаже товаров, должен определяться задачами удовлетворения первоочередных общественных потребностей в товарах народного потребления и увязываться с государственными заказами на поставку этих товаров в торговлю. А это значит, что государственный заказ на продажу товаров народного потребления будет формироваться от потребителя с учетом возможностей производства и тем самым будет гарантироваться его обязательное выполнение. Понятно, что в составлении такого государственного заказа роль Госплана СССР является решающей.

Думается, Госплан СССР совместно с Министерством торговли СССР должен определять круг важнейших вопросов народного потребления и в соответствии с развитием производственных мощностей выдавать государственные заказы на их производство, рыночные фонды и поставки в общесоюзный фонд. В пределах выделенных фондов Министерство торговли СССР по согласованию с Госпланом СССР формирует состав конкретных государственных заказов для отрасли, например, на межреспубликанские поставки продовольственных и непродовольственных товаров, на розничную реализацию товаров в пределах выделенных рыночных фондов по союзным республикам и др. В союзных республиках и на местах проводится аналогичная работа по формированию государственных заказов по регионам.

При таком формировании государственных заказов на розничную реализацию товаров очевидно, что они будут охватывать не весь объем розничного товарооборота, а только ту его часть, которая обеспечивается централизованно распределяемыми рыночными фондами. С освоением нового хозяйственного механизма по мере ликвидации дефицита товаров и сокращения доли централизованно распределяемых товарных фондов в общем обеспечении товарооборота будет сокращаться и доля государственных зака-

зов в общем объеме товарооборота, что обеспечит большую самостоятельность при планировании на основе заказов производству и результатов оптовых ярмарок.

Ориентиром при планировании розничного товарооборота должны стать контрольные цифры, показывающие предприятиям, какие параметры их работы обеспечат им устойчивое экономическое положение. И контрольные цифры и государственный заказ из инструментов административного давления превращаются в действенные инструменты помощи в разработке планов и организации их выполнения.

На практике вопрос о государственном заказе для торговли на 1988-1990 годы сведен к традиционному директивному показателю - общему объему розничного товарооборота. "План товарооборота на 1988 год определен в сумме 363 млрд. руб. При этом он установлен как единый показатель - государственный заказ на общий объем розничного товарооборота"¹, - пишет П. Кондрашов.

Если государственный заказ будет охватывать весь объем розничного товарооборота, то он ничем не отличается от ранее доводимого директивного показателя товарооборота, лишает отрасль и отдельные ее предприятия самостоятельности в планировании товарооборота и размещении своих заказов среди производственных предприятий, что противоречит содержанию государственного заказа в концепции перестройки планирования.

Государственный заказ для торговли, как нам представляется, - это прежде всего заказ на поставку в общесоюзный и республиканский фонды и на реализацию товаров народного потребления, имеющих особое социальное значение и произведенных в соответствии с государственными заказами на их производство. Если государственные заказы, например, на производство товаров легкой промышленности и изделий культурно-бытового и хозяйственного назначения на 1988 год ограничены 35 наиболее социально значимыми видами товаров, то, разумеется, и заказы торговли на реализацию этих товаров тоже должны ограничиваться этими же видами товаров в объемах, предусмотрен-

¹ Кондрашов П. Совершенствовать и ускорять перестройку. - Советская торговля, 1987, № 3, с. 3.

ных в заказах на их производство. Ничего другого, кроме товаров, произведенных по государственному заказам, в государственный заказ торговли включать не следует. К наращиванию объемов товарооборота торговлю побуждает полный хозрасчет и переход на самофинансирование.

Такой подход к формированию состава государственных заказов обеспечит повышение сбалансированности показателей хозяйственной деятельности торговли на новой исходной базе планирования.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Л.А. Журавлева

Согласно Закону СССР о государственном предприятии (объединении) ему определена "... главная роль в развитии экономического потенциала страны и достижении высшей цели общественного производства при социализме - наиболее полного удовлетворения растущих материальных и духовных потребностей людей".

В то же время, как свидетельствуют итоги 1987 г., 1/4 предприятий не выполнила план по финансовым результатам, что сказалось на темпах роста национального дохода. Доля убыточных промышленных предприятий составляет 13 %. В массовом масштабе не выполняются договорные обязательства по поставкам. Так, предприятиями Минлегпрома СССР недопоставлено продукции в сравнении с заключенными договорами на 1 млрд. руб. Нарушило свои договорные обязательства каждое четвертое предприятие, что определило выполнение плана прибыли отраслью только на 97 %. В конечном итоге населению нашей страны пришлось затратить на осуществление покупок 65 млрд. человеко-часов в год. При этом сюда не входят часы, включаемые на поиск нужного товара. По подсчетам ученых, временные затраты населения на ожидание в очередях эквивалентны годовому фонду рабочего времени почти 20 млн. человек (2).

Одновременно с этим, как свидетельствуют данные Украин-

ского филиала ВНИИСа, половина покупателей областных центров республики не смогла приобрести ни одежду, ни обувь из-за ее отсутствия в продаже. А более 70 %, совершивших покупки, сделали это по причине отсутствия выбора товара (I).

Особую тревогу вызывает качество выпускаемой продукции. Оптовыми организациями торговли в течение года бракуется каждое восьмое швейное и трикотажное изделие, каждая шестая пара обуви и т.д. На многие товары заявки торговли удовлетворяются на уровне 30-80 %.

Таким образом, практика свидетельствует о наличии глубоких противоречий в достижении главной цели производственно-хозяйственной деятельности предприятий, объединений легкой промышленности, в значительной мере обусловленных несовершенством действующего механизма хозяйствования.

Встает вопрос: "Как в условиях развития экономических методов хозяйствования соединить интересы трех задействованных в процесс удовлетворения покупательского спроса сторон — производителя, оптового потребителя и непосредственного покупателя готовой продукции?".

Первым шагом в разрешении поставленного вопроса должно стать устранение диктата производителя и дефицита товаров. Достичь этого возможно путем активного использования в экономике системы маркетинга, при параллельном завершении формирования нового хозяйственного механизма. Маркетинг по своей сути может стать формой, выражающей социалистическую предприимчивость, творческий подход к системному разрешению проблем производства и реализации продукции легкой промышленности. Для объединений, взявших на вооружение теорию маркетинга, начальным пунктом всего цикла производственно-хозяйственной деятельности становится изучение потребительского спроса, поиск покупателей и уже на этой основе формирование производственного процесса. При таком подходе производство выступает в подчиненной роли по отношению к рынку, роли поставщика товаров в соответствии с рыночным спросом. Ориентация на маркетинг придает первостепенное значение информации. Три основных источника информации выделяются как особо значимые для оптимального планирования производственно-бытовой деятельности объединений, предприятий. Это —

данные, касающиеся возможностей предприятий, результаты исследования маркетинга и социально-экономические показатели (3).

В существующей практике планирования производственно-хозяйственной деятельности легкой промышленности ни один из них не нашел еще должного применения. Аналогичным образом можно охарактеризовать плановую деятельность торговых организаций и предприятий.

В начале 80-х годов в стране была предпринята попытка научного обоснования сбора, обработки и использования информации о спросе на базе СНИПС. В ней приняли участие 17 научно-исследовательских институтов 11 отраслей и ведомств. Главным разработчиком являлся ВНИИКС Минторга СССР. Однако промышленного внедрения СНИПС, намеченного в легкой промышленности и торговле на 1985 г., так и не произошло. Во многом это определяется ведомственной разобщенностью экономических интересов задействованных сторон.

Поэтому вторым шагом в решении вышепоставленного вопроса следует считать создание в отдельных регионах страны новых форм управления легкой промышленностью и торговлей - торгово-промышленных объединений, несущих полную экономическую и социальную ответственность за конечные результаты своей деятельности.

Экономическая и социальная результативность новых организационных структур управления в значительной мере будет определяться их самостоятельностью, компетентностью и наличием конкуренции на рынках сбыта продукции. Достичь этого в современных условиях возможно путем преодоления ведомственных границ по товарообмену между соседними регионами и областями.

Плановой основой регулирования рыночных отношений может стать совместная деятельность соответствующих планово-экономических органов исполкомов Советов, систематизирующих учет потребительских и производственных интересов задействованных в удовлетворении покупательского спроса сторон. Определенным шагом в этом направлении является создание первой в стране Ассоциации сибирских городов, в которую вошли 27 исполкомов городских Советов. Созданная ассоциация будет

способствовать развитию принципиально новых экономических, партнерских взаимоотношений как внутри городов, так и между ними. Что, в конечном итоге, приведет к ускорению социального развития Сибири на основе широкой демократизации и неуклонного повышения внимания к потребностям человека.

Литература

1. Анатомия "пустого прилавка". - Экономическая газета, 1988, № 2, с. 7.
2. Н у й к и н А. Идеалы или интересы. - Новый мир, 1988, № 2, с. 215.
3. Производить то, что продается, а не продавать то, что производится. - Наука и жизнь, 1987, № 4, с. 22.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РАЙПО (РАЙПОТРЕБСОЮЗОВ) ПРИ ПЕРЕЖОДЕ НА НОВЫЕ УСЛОВИЯ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

С.Б. Зангеева

На июньском, 1987 года, Пленуме ЦК КПСС "О коренной перестройке управления экономикой" отмечалось, что "исходным пунктом радикальной перестройки хозяйственного механизма является основное звено экономики - предприятие (объединение)". Таким образом, необходимость качественного преобразования хозяйственного механизма райпо (райпотребсоюза) как основного звена экономики потребительской кооперации очевидна.

В целях коренного улучшения торгового обслуживания и более полного удовлетворения спроса населения с I января 1987 года на новые условия хозяйствования переведены организации (предприятия), расположенные в Белорусской, Латвийской, Эстонской ССР, а с I июля 1987 года - всех остальных союзных республик.

Требования к совершенствованию управления райпо (райпотребсоюзов) в новых условиях хозяйствования касаются прежде всего форм и способов реализации основных функций управления - планирования, организации, стимулирования, контроля и других. Коренным образом меняется само содержание этих

функций, их соотносимость и рядоположенность, в частности, место, роль и значение планирования и координации.

В новых условиях хозяйствования переход райпо на преимущественно экономические методы управления, основанные на принципах полного хозрасчета и самофинансирования, расширение границ самостоятельности, развитие хозяйственной инициативы, повышение ответственности их за конечные результаты работы – эти основные направления совершенствования механизма хозяйствования предопределяют обострение проблемы согласованности в разработке и осуществлении собственных планов, что требует формирования соответствующих управленческо-координационных воздействий.

Так, рассмотрение функционирования Новосибирского райпо системы Новосибирского облпотребсоюза позволяет выявить некоторые особенности перевода его на новые условия хозяйствования. Данное предприятие, являясь одним из передовых систем районного уровня и эталонным по системе Роспотребсоюза, осуществило перевод на новые условия хозяйствования в порядке эксперимента по Новосибирскому облпотребсоюзу с 01.04.87 года.

Несмотря на сравнительно большие масштабы его деятельности (годовой объем розничного товарооборота системы колеблется в пределах 80 млн. руб. и более), его специфические черты, связанные с обширной дислокацией торговой сети в радиусе 80 км вокруг города Новосибирска, что несомненно осложняет переход на новые условия хозяйствования – этот процесс успешно осуществляется благодаря наличию таких особенностей в функционировании хозяйственного механизма Новосибирского райпо, как:

- надежная и гибкая система организации труда отраслевого аппарата управления, включающего такие подразделения, как: объединение розничной торговли, объединение общественного питания, коопзаготпром, пищекомбинат, автобаза и другие;

- четкое разграничение сфер деятельности между функциональными подразделениями (торговый отдел, планово-экономический отдел, бухгалтерия и т.д.);

- целостная и эффективная система контроля за ходом

выполнения планов хозяйственной деятельности с помощью информационно-диспетчерской службы (ИДС), оснащенной средствами связи и выступающей в роли координатора всей системы управленческих воздействий.

В рамках любого механизма хозяйствования имеются определенные, нередко весьма значительные резервы повышения эффективности работы. В любой отрасли, в каждом регионе страны находятся хорошо работающие предприятия и такие, где при примерно одинаковых (а иногда и лучших) объективных условиях производства получают более низкие результаты. Разумеется эти различия нельзя полностью отнести на счет хозяйственного механизма. Вместе с тем, уместен тезис о "разноэффективности" работы предприятий не вследствие различий в квалификации кадров, обеспечении ресурсами, а в результате разного подхода к использованию объективных возможностей системы, его координации одного потенциала.

Таким образом, существование предпосылок успешного перехода основного звена потребкооперации на новые условия хозяйствования способствует ускорению процесса перестройки деятельности отрасли.

ПОВЫШЕНИЕ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ КООПЕРАТИВНОЙ ТОРГОВЛИ БЕЛОРУССКОЙ ССР В НОВЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

А.И. Капштык

С начала 1987 г. система потребительской кооперации Белорусской ССР перешла на новые условия хозяйствования, которые направлены на коренное улучшение торгового обслуживания покупателей и более полное удовлетворение их платежеспособного спроса. При этом для повышения заинтересованности и ответственности трудовых коллективов организаций и предприятий кооперативной торговли за конечные результаты работы в основу их хозрасчетной деятельности положены доходы. В частности, формирование средств на оплату труда поставлено в прямую зависимость от доходов и издержек обращения.

Следует, однако, отметить, что проблема повышения до-

ходов кооперативной торговли Белорусской ССР является весьма острой и актуальной. Это связано с очень низкой рентабельностью торговой отрасли Белорусского потребительского союза, которая в силу ряда причин и объективных условий (наличие в системе потребительской кооперации республики большого количества мелких магазинов, отмена во многих районах накидок на розничные цены товаров, реализуемых в глубинных населенных пунктах и др.) в 1,5 раза ниже, чем в целом по системе Центросоюза, и почти в 3 раза ниже, чем в розничном звене Министерства торговли БССР.

Таким образом, учитывая сказанное, можно предполагать, что если проблема повышения доходов малорентабельных кооперативных организаций не будет решена, то часть из них в новых условиях хозяйствования вынуждена будет в целях образования достаточных средств для оплаты труда сокращать издержки обращения, связанные с обслуживанием жителей мелких и глубинных населенных пунктов, так как эти издержки (особенно транспортные расходы) являются самыми высокими. Все это отрицательно скажется на состоянии торговли в сельской местности.

Следовательно, для коренного улучшения торгового обслуживания сельского населения необходимо с помощью различных мер повысить рентабельность торговой отрасли потребительской кооперации. Для этого, как показал анализ, надо использовать не только имеющиеся внутренние резервы, но возможности повышения в пользу потребительской кооперации размеров торговых скидок. Одним из таких путей является распространение на потребительскую кооперацию размеров торговых скидок, установленных для ОРСов, которые в настоящее время по ряду продовольственных товаров в 1,5-2,5 раза превышают размеры скидок, действующие для организаций кооперативной торговли.

Необходимо также решить вопрос о повышении для потребительской кооперации Белорусской ССР размеров торговых скидок на обувь, ткани, трикотажные изделия и некоторые другие непродовольственные товары до уровня, установленного в пользу организаций кооперативной торговли Нечерноземной зоны РСФСР.

В целях повышения рентабельности кооперативных оптовых

предприятий следует ходатайствовать о возмещении расходов межрайонных оптовых баз областных потребсоюзов, возникших при переходе потребительской кооперации на прямые связи с предприятиями промышленности. Этого можно достигнуть путем предоставления указанным межрайбазам потребительской кооперации оптово-сбытовых скидок, действующих в настоящее время для специализированных оптовых баз Министерств торговли союзных республик.

Указанные меры наряду с различными мероприятиями по усилению режима экономии и сокращению издержек обращения будут способствовать повышению эффективности функционирования экономического механизма кооперативной торговли в новых условиях хозяйствования.

ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ МЕХАНИЗМА ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ СРЕДСТВАМИ ПРОИЗВОДСТВА В РЕГИОНЕ

П.Г. Капшин

Как показывает многолетняя практика, а также опыт работы предприятия в новых условиях, материально-техническое снабжение — это едва ли не самое узкое место в нашей экономике и изменить к лучшему обеспечение производителей материально-техническими ресурсами можно лишь мерами принципиального характера.

Вопрос об оптовой торговле средствами производства впервые был поднят в решениях сентябрьского (1965 г.) Пленума ЦК КПСС. Тогда это рассматривалось как естественное условие, без которого хозяйственная реформа произойти не может. Тем не менее уже более 20 лет нам не удается реализовать эту идею. Нужны энергичные усилия, чтобы оптовая торговля средствами производства была наконец внедрена. Но эта прогрессивная форма товарного обращения материально-технических ресурсов может получить господствующее положение в материально-техническом снабжении при условии внедрения механизма социалистического рынка, элементом которого она и является.

Существующая система товарного обращения средств про-

изводства реализует все еще неоправданно жесткую систему централизованного воздействия на деятельность предприятия. Уровень развития экономики предопределяет переход от планирования промежуточных результатов на планирование конечных результатов хозяйственной деятельности. Хозяйственный механизм интенсивного типа функционирует таким образом, что несоответствие спроса и предложения устраняется планомерно управляемым рыночным механизмом. Задача централизованного управления состоит в создании и развитии условий, необходимых для функционирования рыночного механизма, с таким расчетом, чтобы заинтересованность в прибыли не снижалась.

Социалистический рыночный механизм интенсивного типа, как один из важнейших результатов радикальной экономической реформы, должен оказывать на производство и обращение средств производства в рамках региона значительно большее влияние, чем на этапе директивной экономики. Изменяется система доведения плановых заданий до производителей материально-технических ресурсов. Централизованное управление должно осуществляться в основном через экономические методы планирования, количество же директивных устанавливаемых показателей резко сокращается. Подобное сокращение обусловлено изменением взаимоотношений производителя и потребителя на региональном рынке.

Новый тип рыночных отношений предполагает ликвидацию господствующего положения производителя средств производства, которое, до недавнего времени, фиксировалось устойчивым превышением спроса над товарным предложением. При переходе к полному хозяйственному расчету развивается соревнование производителей материально-технических ресурсов за потребителя и лучшее удовлетворение потребностей. Усиливается роль потребителя на основе повышения уровня сбалансированности и предоставления ему определенных возможностей выбора. Согласование производственных ресурсов и общественных потребностей осуществляется через систему работы производителя по конкретному заказу потребителя, при воздействии общества на этот процесс через систему экономических регуляторов. Основная идея оптовой торговли предполагает отказ от выделения потребителям фондов и лимитов, то есть от-

каз от жесткой регламентации в обеспечении материально-техническими ресурсами. Развитие региональной оптовой торговли идет по пути преодоления фондирования средств производства, в первую очередь, по товарам, предложение которых удовлетворяет спрос. Эта недефицитная продукция уже в 1987 году составляла около 20 % от общей массы обращающихся материально-технических ресурсов. В условиях перехода к полному хозяйственному расчету сокращается материалоемкость продукции и резерв для развития оптовой торговли еще больше возрастает. Эта форма товарного обращения позволит уменьшить запасы товарно-материальных ценностей, имеющихся в регионе, и освободить средства на обороте. Критерием оптимальности подобного перехода является размер производственного запаса, обеспечивающий бесперебойность собственно производственного процесса в пределах установленного норматива. Своевременное и комплектное обеспечение каждого потребителя в регионе необходимыми средствами производства оптовая торговля ставит в зависимость лишь от его платежеспособности, которая в свою очередь определяется результатами производственно-хозяйственной деятельности. Взаимодействие производственных предприятий и снабженческо-сбытовых организаций в условиях функционирования регионального рыночного механизма можно схематично представить следующим образом.

Предприятия производители и предприятия потребители материально-технических ресурсов устанавливают между собой прямые длительные хозяйственные связи по оптовой торговле средствами производства, потребляемых в достаточно больших количествах. Свою потребность в небольших количествах продукции (менее транзитной нормы) предприятия удовлетворяют закупками средств производства у территориальных снабженческо-сбытовых организаций. Эти организации имеют возможность продавать материально-технические ресурсы не крупными партиями, так как участвуют в оптовой торговле средствами производства с производителями этой продукции.

Важнейшей целью происходящих изменений в управлении производством и обращением продукции материально-технического назначения является нормативный характер регулирования. Одной из характеристик нормативности служит принцип заинтере-

сованности в прибыли. Учитывая, что все предприятия и организации в новых условиях стремятся к получению высокой прибыли, каждое из них заботится о том, чтобы всегда иметь товары необходимого ассортимента и качества, но с нормальными запасами, ибо нарушение этих условий будет снижать прибыль. Подобная ситуация обеспечит экономное и эффективное для народного хозяйства функционирование рынка средств производства.

РЕЗЕРВЫ ПОВЫШЕНИЯ ДОХОДНОСТИ ПРОДТОРГОВ В НОВЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

С.И. Коломыцева, А.А. Недрляко, А.В. Паничкин

В соответствии с Законом СССР о государственном предприятии (объединении) и перестройкой управления экономикой необходимо повысить эффективность работы торговых организаций с низкими доходами, к которым относятся прежде всего продторги.

Исследования проведены по 4 типам торговых организаций (предприятий): управлениям торговли горисполкомов, райпродторгам и райгастрономторгам, объединениям "Продтовары" и универсамам.

Основным источником доходов торговли являются скидки на реализованные товары. Вместе с тем имеются и другие источники, которые используются пока недостаточно. К ним относятся: продажа кулинарной и кондитерской продукции общественного питания; продажа потребкооперацией отдельных товаров на комиссионных началах; продажа в магазинах сопутствующих непродовольственных товаров; взимание дополнительных торговых скидок; продажа продовольственных товаров по предварительным заказам населения; расширение доставки товаров на дом покупателям; возмещение поставщиками дополнительных расходов на премирование работников за сбор стеклотары; рациональное ведение операций с тарой; взыскание с поставщиков и других организаций штрафов, пени, неустоек в полном объеме.

В основу расчета дополнительных валовых доходов положены материалы экономического анализа, особенности отдельных типов розничных торговых организаций, опыт розничных торговых организаций, опыт передовых предприятий, а также действующие нормативные и методические документы. Результатом исследований явились примерные нормативы по типам торговых предприятий, алгоритмы расчетов и возможные резервы дополнительных доходов по указанным четырем типам торговых организаций в разрезе отдельных источников и в целом по продовольственной торговле. По результатам исследований удельный вес продажи кулинарной и кондитерской продукции, производимой предприятиями общепита и передаваемой торгу для реализации населению, может быть доведен до 1-3 %. В среднем при росте оборота этой продукции на 100 руб. может быть получено 13,7 коп. дополнительного дохода.

С целью более полного удовлетворения спроса населения и увеличения доходов целесообразно реализовать часть фондов потребкооперации по ценам комиссионной торговли в сети городских продторгов. Согласно результатов исследований рекомендуется довести долю этих товаров в соответствующих товарных группах до 6-12 %, за счет чего валовой доход увеличится в среднем на 11,8 коп. в расчете на 100 руб. оборота.

Учитывая имеющийся опыт, необходимо довести продажу сопутствующих товаров в обороте продторгов до 5-10 %. Это даст 41,5 коп. дополнительного дохода с каждых 100 руб. оборота.

Экспериментально на основе выборочного обследования различных типов торговых организаций установлено, что реализация товаров, требующих дополнительных скидок на завес тары, возмещение дополнительных расходов при продаже мяскопченостей, битой птицы, на возмещение потерь от боя плодосовощных консервов, занимает от 0,3 до 80 % в обороте соответствующих групп товаров. В целом от полного взимания торговлей дополнительных скидок валовой доход составляет 1,7 коп. на 100 руб. оборота.

По результатам исследований, решая задачу повышения качества торгового обслуживания населения, рекомендуется расширить продажу товаров по предварительным заказам до 5-20 %

в обороте рассматриваемых типов продторгов. Это позволит увеличить доходы в среднем на 15,1 коп. в расчете на 100 руб. оборота. Определение доходов от доставки товаров на дом рассмотрено на примере молока. Практика показала, что на дом покупателям может быть доставлено до 2 % поступающей продукции, что увеличит доходы на 1 коп. со 100 руб. оборота.

Проведенные расчеты свидетельствуют, что возмещение поставщиками расходов на премирование работников за сбор стеклотары позволит торговым организациям получить дополнительный доход в сумме 0,9 коп. с каждых 100 руб. оборота. Как показывает опыт, за счет рационального ведения операций по таре доходы увеличиваются в среднем на 2,2 коп. в расчете на 100 руб. оборота. Взыскание с поставщиков и других организаций санкций в полном объеме может привести к увеличению доходов торгов примерно на 2,3 коп. на 100 руб. товарооборота.

Из проведенных исследований и расчетов следует, что за счет рассматриваемых источников торговые организации, реализующие продовольственные товары, могут получить дополнительно доходов в среднем 0,88 % к обороту.

По материалам исследований разработаны для планово-экономических служб торгов нормативы и рекомендации, практическое использование которых позволит выявить и использовать внутренние резервы как роста доходности торговли продтоварами, так и повышения качества торгового обслуживания населения.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТРУКТУРЫ РЕАЛИЗАЦИИ БЫТОВЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ХОЗРАСЧЕТА

Э.М. Кольх, В.В. Тамм

I. Результативность хозяйственной деятельности бытового обслуживания в условиях хозрасчета зависит в значительной степени от структуры реализуемых услуг. Известно, что выручка от реализации услуг с одной стороны, и затраты от

оказания услуг с другой стороны предопределяют степень рентабельности функционирования любого предприятия бытового обслуживания.

2. Авторами разработана двухуровневая модель определения структуры реализации бытовых услуг. Она позволяет найти различные варианты плана реализации, в том числе и оптимальные. Последние обеспечивают при определенных условиях наибольшую массу прибыли для предприятий бытового обслуживания.

3. Модель основывается на матрицах технологических коэффициентов затрат двух видов:

- матрица затрат высшей ступени, элементы которой характеризуют величину затрат по статьям на единицу реализованных услуг по определенной отрасли оказания услуг;

- матрица затрат низшей ступени, элементы которой характеризуют величину затрат по статьям на единицу реализации по отдельным видам оказываемых услуг внутри отрасли.

Таким образом, для каждого предприятия бытового обслуживания разрабатывается одна матрица высшей ступени и несколько матриц низшей ступени. Число последних зависит от числа отраслей бытового обслуживания на данном предприятии. Матрица высшей ступени является более устойчивой по сравнению с матрицами низших ступеней. Последние используются для периодической корректировки матрицы высшей ступени.

4. Рассматриваемая модель приобретает особую ценность в условиях хозрасчета, где цены на бытовые услуги, а также на используемые материалы, оборудование и рабочую силу строго предопределены. Однако при этом возможность выбора при закупке различных материалов, оборудования и машин по существу отсутствует.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПРЕДУСЛОВКИ ПЛАНИРОВАНИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ В ГОРОДАХ-ПУТНИКАХ

И.И. Корольков, Н.В. Максименко

I. Как отмечалось в постановлении ЦК КПСС и Совета Министров СССР от 17 июля 1986 года, в связи с осуществлением мер по совершенствованию планирования, экономического сти-

мулирования и управления в государственной торговле и потребительской кооперации, возрастает необходимость комплексного совершенствования хозяйственного механизма торговли. В этой связи возникает потребность в повышении уровня всей плановой работы, в совершенствовании организации и методологии планирования — основного звена управления в системе хозяйственного механизма.

Качество торгового обслуживания населения во многом зависит от рационального территориального размещения и территориальной организации розничной торговой сети.

Отмечая важность учета в практической деятельности советской торговли территориальных особенностей ее развития В.И. Ленин писал: "... надо учесть различие местностей, различие требований на товар, различие эквивалента"¹.

В настоящее время проблема научно обоснованного планирования торговых предприятий состоит в том, чтобы экономически целесообразно увязать планы развития розничной торговой сети с закономерностями расселения, механизмом развития и функционирования городов.

2. Современный этап социально-экономического развития городов и других населенных мест характеризуется возникновением большой группы городов-миллионеров, формированием множества новых городов, развитием агломераций. Как известно, городская агломерация — это компактная территориальная группировка городских и сельских поселений, объединенных в сложную динамическую локальную систему многообразными интенсивными связями — производственными, трудовыми, культурно-бытовыми, рекреационными, а также совместным использованием данного ареала и его ресурсов. Территориальная структура агломерации состоит из ядра-центрального города, городов-спутников первого и второго порядков и городов периферийной зоны. Особое значение в агломерации имеет ее крупный город-центр. В условиях концентрации населения, высоких темпов урбанизации рост крупных городов, с одной стороны, обеспечивает более высокие темпы общественного производства и жизненного уровня населения, с другой стороны, рост крупных городов на

¹ Ленин В.И. Полн. собр. соч. — Т. 43. — С. 356.

основе все большего сосредоточения промышленного производства, как правило, ведет также к интенсивному использованию окружающей природной среды, что ухудшает условия жизни людей. В связи с этим, в ряду проблем совершенствования расселения, важное место занимают вопросы использования возможностей малых и средних городов-спутников. В них следует размещать небольшие специализированные предприятия, филиалы действующих заводов, предприятий торговли и других отраслей сферы обслуживания.

Однако существующая практика не располагает методическими разработками, позволяющими планировать розничную сеть агломерации как единое целое с учетом особенностей ее формирования в городе-ядре, поселениях-спутниках и в поселениях периферийной зоны.

3. Основной предпосылкой научного подхода планирования является анализ закономерностей, выявление особенностей экономических явлений, качественная и количественная их оценка.

Материалы исследований территориальных особенностей развития торговой сети в поселениях-спутниках Киевской областной системы расселения свидетельствуют, что по мере увеличения расстояния спутников от города-центра обеспеченность населения розничной торговой сетью на 1000 жителей увеличивается. Если в спутниках первого порядка обеспеченность населения розничной торговой сетью на 1000 жителей составляет 152 кв. м, то в спутниках второго порядка и поселениях периферийной зоны - соответственно 220 кв. м и 262 кв. м. Аналогичная тенденция наблюдается и в поведении среднедушевого товарооборота. В частности, товарооборот на душу населения в спутниках первого порядка составляет 523 руб. По мере отдаления населенных пунктов от Киева среднедушевой объем товарооборота возрастает и составляет в поселениях, расположенных от города-центра более чем на 100 км - 827 руб.

Характерно, что значения исследуемых показателей в спутниках первого и второго порядков ниже чем в среднем по области, а в населенных пунктах периферийной зоны их величины превышают среднеобластные значения.

4. Неотъемлемым элементом экономически обоснованного планирования является изучение влияния отдельных факторов на

показатели деятельности розничных торговых предприятий. Из всей совокупности факторов, исследуемых нами, наибольшее влияние на обеспеченность населения розничной торговой сетью в городах (поселениях)-спутниках оказывают: уровень среднедушевого товарооборота, месторасположение спутника относительно Киева, удельный вес продовольственных товаров в розничном товарообороте, средний размер объекта розничной торговли. Величина коэффициентов корреляции составляет соответственно: 0,941; 0,795; 0,662; 0,538.

5. Важной предпосылкой планирования развития розничной торговой сети является методическое обоснование нормативов обеспеченности населения торговой площадью на 1000 жителей.

Одним из альтернативных методов обоснования дифференцированных нормативов торговой сети для городов (поселений) - спутников может быть выражен следующей формулой:

$$N_i = N_c \cdot \sum \frac{Z_{ij}}{Z_j} \cdot a_j,$$

где N_i - норматив торговой площади на 1000 жителей для i -го спутника;

N_c - среднеобластной норматив торговой площади на 1000 жителей;

Z_{ij} - значение j -го показателя (фактора) для i -го спутника;

Z_j - среднеобластные значения j -го показателя (фактора);

a_j - коэффициент весомости j -го фактора.

Мы полагаем, что предложенный подход позволит разработать дифференцированные нормативы розничной торговой сети для городов (поселений)-спутников, обеспечить рациональное использование торговой площади в зоне влияния крупного города.

НАРОДНОХОЗЯЙСТВЕННАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
ПРОГРЕССИВНЫХ ФОРМ ПРОДАЖИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ
КАК ЭЛЕМЕНТА ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В.В. Космач

В Комплексной программе развития производства товаров

народного потребления и сферы услуг на 1986-2000 годы перед торговлей поставлена задача внедрения прогрессивных, удобных для покупателей форм обслуживания.

С позиции покупателей прогрессивные формы продажи являются весьма эффективными. Особенно обслуживание их по заказам. В частности, затраты времени на совершение одной покупки из 4-х наименований при продаже через прилавок, самообслуживании, по предварительным заказам с доставкой на предприятии промышленности, соответственно составляют: 38 мин., 15 мин., 4 минуты.

В то же время переход на более совершенные формы обслуживания связан с дополнительными затратами для отрасли, т.е. нужны дорогостоящие сортировочно-упаковочные линии, здания и сооружения и т.д.

В связи с этим возникает необходимость определения народнохозяйственной эффективности (Эн.х.) совершенствования форм обслуживания, то есть учитывающей экономические последствия нововведения суммарно для предприятий промышленности, куда доставляются заказы из торговли, а именно экономический эффект первых (Эп) и возможный ущерб вторых (Ут)

$$\text{Э н.х.} = \text{Эп} - \text{Ут.} \quad (I)$$

Эта задача не имеет однозначного решения: наличие эффекта и его величина будут зависеть от ряда факторов и в первую очередь от величины (мощности) торгового предприятия.

Если в общем виде мощность торгового предприятия обозначить через (x) , то можно утверждать, что, во-первых, все компоненты формулы (I) зависят от (x) , то есть

$$\text{Эп} = f_1(x); \quad \text{Ут} = f_2(x).$$

Во-вторых, может иметь место "критическое", "граничное" значение $(X_{гр})$, являющееся "порогом" эффективности торговли по предварительным заказам населения.

Надо полагать, что при $X < X_{гр}$ будет эффективным самообслуживание, а при $X > X_{гр}$, торговля по предварительным заказам.

Экономический эффект предприятий промышленности (Эп) от внедрения торговли по предварительным заказам по сравнению с

самообслуживанием представляет собой выраженную в рублях разницу в годовых затратах на осуществление покупок, совершенных их трудящимися.

$$Эп = З_0 - З_I \quad (2)$$

где Z_0 и Z_I - названные затраты соответственно при базовой (самообслуживание) и "новой" (предварительные заказы) формах обслуживания.

Величина ($Ут$) аналогично представляет собой разницу в годовых торговых издержках при различных формах обслуживания

$$Ут = И_I - И_0 \quad (3)$$

где индекс "0" - при самообслуживании; индекс "I" - при продаже по предварительным заказам.

С учетом выражений (2) и (3) формула (1) народнохозяйственного эффекта принимает следующий вид:

$$Эн.х. = (И_0 + З_0) - (И_I + З_I) \quad (4)$$

Обозначим все учитываемые издержки при любом (i -м) виде обслуживания через ($Х_i$), т.е. примем

$$Х_i = И_i + З_i \quad (5)$$

тогда величина народнохозяйственного эффекта может быть представлена выражением:

$$Эн.х. = Х_0 - Х_I \quad (6)$$

Анализ межотраслевых комплексных программ по механизации труда в торговле на 1986-1990 г.г. в БССР, г. Новосибирске показал, что планирование развития материально-технической базы розничной торговли, осуществляется без учета комплексного подхода в оценке эффективности намечаемых к строительству магазинов, применяющих различные прогрессивные формы продажи. В итоге магазины (отделы) заказов на промышленных предприятиях и в открытой сети создаются не по типовым проектам, без учета специфики технологии торговых процессов в них. По сути нарушается приказ Министерства торговли СССР и Госгражданстроя от 29 декабря 1981 г. № 289/368 "Номенклатура типов магазинов", которым предусмотрено строительство как одного из основных типов продовольственных магазинов,

предприятий, комплектующих от 2 до 20 тыс. заказов в день.

Исследования, проведенные автором, показывают, что магазины заказов могут избавить человека от обязанности посещать магазин для совершения покупок.

По мере развития материально-технической базы этой формы продажи у нас в стране будет создана мощная торговая система, которая в перспективе может перерасти в аппарат коммунистического распределения материальных благ среди всех членов общества.

МЕТОДИКА АНАЛИЗА ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ В НОВЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Д.И. Кравченко, С.Л. Кравченко, Т.Л. Кравченко

В современных условиях хозяйствования, когда одним из основных источников экономического и социального развития становится ресурсосбережение, возрастает значимость экономического анализа в изучении и оценке эффективности и интенсификации хозяйствования. Эффективность хозяйствования в торговле характеризуется прежде всего уровнем и полнотой использования экономического потенциала (товарных и трудовых ресурсов, материально-технической базы торговых предприятий) и качеством обслуживания покупателей. Необходимость ресурсного подхода к определению результативности хозяйственной деятельности вызвана политикой КПСС и Советского правительства по проведению режима экономии и бережливости, достижению наилучших результатов при наименьших затратах труда и средств. По нашему мнению, экономическую эффективность необходимо изучать системно. В систему ее исследования должны включаться показатели оценки рациональности использования фонда оплаты труда, основных и оборотных средств, производительности труда, рентабельность и др. Для комплексной оценки эффективности использования хозяйственных ресурсов при осуществлении торговой деятельности нами предлагается использовать следующую формулу:

$$\mathcal{E}_{\text{торг}} = \frac{P}{C_{\text{опл}} + (C_{\text{об}} + C_{\text{осн}}) \times K_{\text{прив}}},$$

где $\mathcal{E}_{\text{торг}}$ - показатель эффективности торговой деятельности;

P - розничный товароборот;

$C_{\text{опл}}$ - расходы (средства) на оплату труда;

$C_{\text{об}}$ - среднегодовые остатки оборотных средств;

$C_{\text{осн}}$ - среднегодовая стоимость основных производственных фондов;

$K_{\text{прив}}$ - нормативный коэффициент приведения производственных фондов к годовой равномерности.

Показатель $\mathcal{E}_{\text{торг}}$ дает оценку эффективности использования экономического потенциала при осуществлении основной функции торговли - розничной реализации товаров. Чем выше его значимость, тем лучше осуществляется торговая деятельность при минимизации функционируемых хозяйственных ресурсов.

Аналогичный показатель может быть исчислен для комплексной оценки финансовой деятельности торговых предприятий ($\mathcal{E}_{\text{фин}}$). Для этого в числителе приведенной выше формулы вместо объема товарооборота проставляют данные о сумме прибыли или доходов к распределению. Этот показатель дает оценку, при каких ресурсах достигнут финансовый результат и насколько эффективно они используются. К сожалению, действующий в торговле хозяйственный механизм недостаточно стимулирует оптимизацию использования экономического потенциала и его формирования.

Для оценки эффективности трудовой деятельности необходимо определить и проанализировать прирост производительности труда на каждый рубль увеличения средней заработной платы ($\mathcal{E}_{\text{труд}}$):

$$\mathcal{E}_{\text{труд}} = \frac{P_{\text{р тр}}}{C_{\text{р зпт}}},$$

где $P_{\text{р тр}}$ - производительность труда торговых работников;

$C_{\text{р зпт}}$ - средняя заработная плата на I торгового работника.

Показатель $\mathcal{E}_{\text{труд}}$ может быть также исчислен отношением объема товарооборота к сумме расходов на оплату труда. Значимость показателя эффективности трудовой деятельности неизмеримо возросла после перехода торговых предприятий на новые условия хозяйствования, когда во главу их деятельности поставлены хозяйственные отношения опережения темпов роста товарооборота по сравнению с темпами увеличения фонда оплаты труда.

Для комплексной, обобщающей оценки всей хозяйственной деятельности торговых предприятий предлагается определять интегральный показатель эффективности хозяйствования ($S_{\text{хоз}}$) путем извлечения кубического корня из произведения показателей эффективности торговой, финансовой и трудовой деятельности:

$$S_{\text{хоз}} = \sqrt[3]{\mathcal{E}_{\text{торг}} \times \mathcal{E}_{\text{фин}} \times \mathcal{E}_{\text{труд}}}$$

Если первые три показателя оценки эффективности хозяйствования могут изучаться как в абсолютных, так и в относительных размерах, то интегральный показатель эффективности использования экономического потенциала оценивается по данным темпов его изменения (по сравнению с данными планов и в динамике) по следующей формуле:

$$T_{\text{хоз}} = \frac{S_{\text{хоз}_I}}{S_{\text{хоз}_0}} \times 100,$$

где $T_{\text{хоз}}$ - темп изменения (роста или снижения) интегрального показателя эффективности хозяйствования;
 $S_{\text{хоз}_I}$ и $S_{\text{хоз}_0}$ - отчетное и базисное значения интегральных показателей эффективности хозяйствования.

Приведенные показатели эффективности использования производственного потенциала имеют годовую размерность. Для текущей оценки эффективности хозяйствования могут быть использованы такие показатели, как отношение товарооборота и прибыли (или доходов к распределению) к текущим затратам (издержкам обращения, включая расходы на оплату труда, и издержкам потребления). Указанные показатели характеризуют социально-экономическую эффективность деятельности торговых

предприятий. Однако определить их довольно сложно из-за отсутствия информации об издержках потребления в учете и отчетности.

В настоящее время, в период проведения радикальной экономической реформы большое значение имеет изучение интенсификации торговли. Интенсификация в отрасли характеризуется такими качественными показателями, как производительность труда, фондоотдача, оборачиваемость оборотных средств. Для оценки уровня интенсификации хозяйствования нами предлагается определить темп интенсификации ($T_{\text{инт}}$), сопоставив темпы изменения указанных качественных показателей с темпами роста или снижения размеров хозяйственных ресурсов:

$$T_{\text{инт}} = \frac{T_{\text{пр тр}} \times T_{\text{ск обр}} \times T_{\text{фо}}}{T_{\text{Сопл}} \times T_{\text{Соб}} \times T_{\text{Сосн}}} \times 100 ,$$

- где $T_{\text{пр тр}}$ - темп повышения (снижения) производительности труда;
- $T_{\text{ск обр}}$ - темп роста (снижения) скорости обращения оборотных средств в количестве оборотов;
- $T_{\text{фо}}$ - темп повышения (снижения) фондоотдачи;
- $T_{\text{Сопл}}$ - темп увеличения (уменьшения) расходов на оплату труда;
- $T_{\text{Соб}}$ - темп роста (снижения) среднегодовых остатков оборотных средств;
- $T_{\text{Сосн}}$ - темп роста (снижения) среднегодовых остатков основных производственных фондов.

В связи с практической реализацией концепции ускорения экономического и социального развития страны возникают методологические и методические проблемы совершенствования анализа и оценки экономического роста. Экономический рост в торговле характеризуется прежде всего качественными показателями хозяйственной деятельности торговых предприятий и организаций. Для комплексной оценки уровня экономического развития необходимо, используя качественные показатели, определить по следующей формуле темп экономического роста ($T_{\text{эк рост}}$):

$$T_{\text{эк рост}} = \sqrt[5]{T_{\text{пр тр}} \times T_{\text{ск обр}} \times T_{\text{фо}} \times T_{\text{зо}} \times T_{\text{рент}}}$$

где $T_{\text{зо}}$ - темп роста (уменьшения) затратоотдачи (товарооборота на 1 рубль издержек обращения);

$T_{\text{рент}}$ - темп повышения (снижения) уровня рентабельности (прибыли от реализации товаров в % к обороту).

Рекомендуемые нами показатели оценки эффективности хозяйствования носят сквозной характер и могут быть использованы на всех уровнях управления торговлей. Комплексное применение разработанной методики анализа эффективности и интенсификации хозяйствования позволяет достаточно глубоко и объективно изучить социальную и экономическую деятельность торговых предприятий и организаций, полнее выявить и мобилизовать имеющиеся резервы повышения эффективности использования производственного потенциала, выработать стратегию и тактику их хозяйственного развития.

О НОВЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВЕТСКОГО ГОСУДАРСТВА

В.И. Кринал

1. В настоящее время СССР поддерживает внешнеэкономические связи с подавляющим большинством стран земного шара. Среди примерно 150 государств мира, с которыми осуществляются внешнеэкономические связи, все ведущие капиталистические страны Западной Европы, Азии, Австралии и Америки, более 100 развивающихся стран на всех континентах и 15 социалистических стран, в том числе 10 стран-членов СЭВ.

2. За сравнительно короткий срок сотрудничество на компенсационной основе советских организаций с фирмами иностранных стран превратилось в одну из важных форм внешнеэкономических связей СССР.

С 1976 по 1986 гг. в Советском Союзе построено около 100 промышленных объектов на компенсационной основе, в том числе 31 - для производства минеральных удобрений, 49 - для

других отраслей химической и нефтехимической промышленности. Остальные объекты сооружены в газовой, угольной, лесной, деревообрабатывающей и других промышленных отраслях. В обмен на эти объекты мы эксплуатируем природный газ, химические товары, нефтепродукты, лесоматериалы, уголь. Такая форма сотрудничества содействовала ускорению научно-технического прогресса, повышению эффективности производства, обеспечению народного хозяйства необходимой продукцией, позволило в известной мере повысить экспортный потенциал Советской экономики.

3. Но все старые формы сотрудничества на сегодняшний день являлись недостаточными. Ныне в комплексе внешнеэкономических связей Советского Союза можно выделить следующие новые направления:

а) создание новых организационных структур и перестройка системы управления внешнеэкономическими связями;

б) развитие новых форм внешних связей. Это прежде всего прямые связи непосредственных исполнителей и возникновение различных совместных формирований в основном производственном звене сотрудничающих стран;

в) совершенствование валютнофинансового механизма социалистических стран, уделить особое внимание поэтапному обеспечению конвертабельности рубля, в первую очередь, в рамках СЭВ.

4. Экономическое совещание стран-членов СЭВ на высшем уровне выдвинуло два наиболее существенных направления развития экономического механизма сотрудничества между странами. Первое – углубление согласования странами-членами СЭВ научно-технической и экономической политики на основе Комплексной программы научно-технического прогресса и улучшения координации народнохозяйственных планов. Второе – развитие взаимодействия непосредственно на уровне предприятий и организаций.

5. Прямые связи имеют огромные перспективы в системе экономического сотрудничества. Однако для их широкого развертывания необходимо создать целый ряд соответствующих предпосылок. Прежде всего, к таким предпосылкам следует отнести повышение взаимной информированности предприятий о технических и экономических возможностях своих зарубежных партнеров

и получение прав для самостоятельного осуществления внешне-торговых операций. С 1 января 1988 года на основе закона предприятия каждый из них может установить прямые связи с предприятиями социалистических стран.

6. В целях создания действенного хозяйственного механизма в области внешнеэкономических связей республики Совет Министров ЭССР создал 20 марта 1987 г. Республиканское хозяйственное внешнеэкономическое объединение "Эстимпекс".

Основными задачами внешнеэкономического объединения являются:

- 1) обеспечение с другими ведомствами республики реализации заданий государственных планов экономического и социального развития Эстонской ССР;
- 2) осуществление в соответствии с установленными плановыми заданиями по договорам и заявкам экспортных и импортных операций по закреплённой номенклатуре товаров и услуг;
- 3) содействие приоритетному развитию экономических связей с социалистическими странами;
- 4) развитие экспорта товаров и услуг, улучшение его структуры и расширение номенклатуры, повышение качества и конкурентоспособности экспортных товаров;
- 5) получение максимальной валютной выручки от экспорта товаров и услуг и экономия валютных средств при осуществлении внешнеэкономических связей;
- 6) повышение эффективности внешнеэкономических операций;
- 7) развитие новых форм внешнеэкономических связей, включая содействие в создании совместных предприятий и международных объединений, и оказание содействия и платных услуг иностранным и республиканским предприятиям и организациям, связанным с внешнеэкономической деятельностью;
- 8) изучение и использование конъюнктуры товарных рынков по номенклатуре внешнеэкономического объединения;
- 9) обеспечение правовой защиты интересов внешнеэкономического объединения, и другие.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ТОРГОВЛЕ В НОВЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

И.А. Кукурудза

1. Глубокая перестройка хозяйственного механизма страны, намеченная решениями XXVII съезда КПСС, требует создания эффективной и гибкой системы управления народнохозяйственным комплексом, его отраслями и звеньями, отдельными предприятиями на основе усиления экономических методов управления, улучшения использования экономических рычагов и стимулов.

В решении поставленных задач первостепенное значение уделяется программе финансового оздоровления народного хозяйства, укреплению и кардинальной перестройке финансовой системы, проведению радикальной финансово-кредитной реформы, перестройке системы финансовых планов.

Основным направлением совершенствования финансового планирования в новых условиях хозяйствования является усиление роли перспективных финансовых планов предприятий и отраслей народного хозяйства, создание научнообоснованной нормативной базы для их разработки на всех уровнях управления.

Поскольку в условиях экономической реформы, основной формой планирования деятельности торговых организаций является пятилетний план экономического и социального развития, его составной и неотъемлемой частью должен стать финансовый план на соответствующий период, что позволит обеспечить необходимую сбалансированность материально-вещественных и финансово-стоимостных пропорций в развитии народного хозяйства, его отраслей и отдельных организаций.

2. Осуществление перспективного финансового планирования в торговле призвано решить следующие задачи:

- определить взаимосвязь между величиной основных показателей хозяйственной деятельности организаций торговли и объемом используемых финансовых ресурсов, и количественно оценить ее;

- рассчитать плановую потребность торговых организаций в собственных финансовых ресурсах, кредитных и прочих заем-

ных средствах для осуществления бесперебойного финансирования торгово-хозяйственной деятельности, обеспечения выполнения планов товарооборота, развития сети, социальные нужды с учетом требований хозяйственного расчета, самокупаемости и самофинансирования;

- обосновать размер собственных финансовых ресурсов на перспективу по каждому источнику их образования (доходы, подлежащие распределению, амортизационные отчисления, отчисления на подготовку кадров, паевые взносы (для кооперативной торговли), прочие доходы);

- выявить внутрихозяйственные резервы увеличения финансовых накоплений за счет рационального использования ресурсов, повышения эффективности торгово-хозяйственной деятельности и затрат на ее осуществление;

- обеспечить рациональное распределение финансовых ресурсов по направлениям использования - на прирост норматива собственных оборотных средств, развитие материально-технической базы, финансирование мероприятий по расширенному воспроизводству трудовых ресурсов;

- сбалансировать показатели перспективного плана развития торговой организации в натуральном и стоимостном выражениях и на основе этого обеспечить выполнение планов по основной хозяйственной деятельности (товарообороту) необходимым объемом финансовых ресурсов;

- обеспечить контроль за финансовой устойчивостью торговых организаций, соблюдением режима экономии в расходовании финансовых ресурсов.

3. Решение изложенных задач требует соответствующей организации перспективного финансового планирования.

Первое. Перспективный финансовый план должен разрабатываться на всех уровнях управления в комплексе и взаимосвязи, и определять оптимальное сочетание личных, коллективных и общегосударственных интересов в использовании финансовых ресурсов.

Второе. Расчеты показателей перспективного финансового плана следует осуществлять параллельно с разработкой показателей хозяйственной деятельности и социального развития коллективов, увязывая потребности в финансовых ресурсах с

возможностью их формирования.

Третье. В основу построения системы перспективных финансовых планов должен быть положен отраслевой признак, поскольку образование и использование финансовых ресурсов определяется спецификой основной хозяйственной деятельности.

Четвертое. Перспективный план финансовых ресурсов должен являться по своему содержанию финансово-кредитным планом. Он должен включать все виды используемых ресурсов (собственные, перераспределенные, заемные) и обосновывать пропорции в их использовании.

4. Переход к практике разработки перспективных финансовых планов организациями торговли требует создания соответствующего методического обеспечения.

На наш взгляд, может быть предложена следующая методическая схема расчета показателей использования финансовых ресурсов на перспективный период.

На первом этапе на основе анализа зависимости между основными показателями торгово-хозяйственной деятельности организации и объемом имеющихся в ее распоряжении финансовых ресурсов формируется экономико-математическая модель потребности в финансовых ресурсах для собственных нужд. Параметры модели рассчитываются для группы однотипных организаций. Их среднерегрессионное значение можно принять за оптимальную (эталонную) потребность в финансовых ресурсах для обеспечения единицы прироста товарооборота (обобщающий показатель потребности), основных фондов, оборотных средств, трудовых ресурсов (частные показатели потребности) для всех организаций исследуемой группы.

На втором этапе рассчитываются нормативные показатели взаимоотношений с вышестоящей организацией и бюджетом. Величина каждого из них определяется в результате соответствующего исследования, но с учетом того, что их общий размер не должен превышать разницу между объемом финансовых ресурсов организации и оптимальной потребностью в финансовых ресурсах для собственного развития, а также величиной обязательств перед банком и прочими кредиторами, погашаемой в планируемом периоде.

На третьем этапе в соответствии с частными показателями

оптимальной потребности и принятой очередности финансового обеспечения осуществляется распределение финансовых ресурсов, оставшихся в распоряжении организации, по направлениям использования.

Предлагаемые организационные и методические основы перспективного финансового планирования в торговле будут способствовать реализации принципов единой финансовой политики, укреплять хозяйственный расчет и усиливать материальные стимулы повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности торговли.

ХОЗРАСЧЕТ И ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ В ТОРГОВЛЕ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕФОРМЫ

А.А. Кылу

Торговля является важной отраслью народного хозяйства. Ее развитие связано с повышением жизненного уровня народа и, поэтому, требует большого внимания.

1. С 1 июля 1987 г. торговые организации и предприятия системы Министерства торговли СССР были переведены на полный хозяйственный расчет, в основе которого не только самокупаемость и рентабельность, но и самофинансирование. Производство и социальное их развитие, оплата труда работников в этих условиях осуществляются за счет доходов, заработанных трудовыми коллективами.

2. В соответствии с новыми методами хозяйствования Министерство торговли СССР по согласованию с Минфином СССР внесло изменения и дополнения в методологию учета доходов и расходов, формирования фондов.

3. Основой хозрасчетной деятельности, самофинансирования становится доход, полученный от торговой и других видов деятельности, за вычетом издержек обращения (кроме расходов на оплату труда). За счет этого дохода осуществляются платежи в бюджет, другие обязательные взносы и отчисления, а оставшаяся часть поступает в распоряжение предприятия и направляется на образование фонда производственного и социаль-

ного развития и фонда оплаты труда.

4. Порядок учета конечного финансового результата в виде прибыли (убытка) не стал соответствовать новым условиям. Теперь вместо нее будет новый показатель, который получил название доход к распределению и, в основном, представляет собой разницу между валовым доходом от реализации и издержками обращения (кроме расходов на оплату труда).

5. Министерство торговли ЭССР перешло на новые условия хозяйствования с 1 января 1987 г. Проведенный анализ финансовых результатов Минторга ЭССР за период 1985-1987 гг. показал, что заметного влияния на изменение финансовых результатов это не оказало. Валовой доход рос примерно теми же темпами, как и в прошлом году. Издержки обращения немного уменьшились. Уровень доходности по сравнению с 1986 годом повысился, но по сравнению с 1985 годом остался практически на достигнутом уровне (темп роста 100,2 %).

6. По данным одного года работы в новых условиях хозяйствования каких-либо выводов сделать нельзя. Но можно сказать, что пока еще хозрасчет не доведен до каждого магазина. Работники магазинов часто не знают, как образуется конечный результат их работы - доход, и не чувствуют влияния своей работы на образование дохода. Это показывают и данные анализа. Доход к распределению на 1 руб. средств на оплату труда за период 1985-1987 гг. постоянно уменьшался. Так что действующая система материального стимулирования не способствует повышению доходов к распределению.

7. Для улучшения работы торговых организаций и предприятий надо подробно изучать возможности новых условия хозяйствования и умело их использовать. Надо довести хозрасчет в той или иной форме до каждого магазина, отдела, секции. Работники должны чувствовать влияние своей работы на конечные финансовые результаты предприятия и это должно отражаться на их зарплате.

ДВЕ КАТЕГОРИИ КАЧЕСТВА: ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ

Г.М. Ладченко

Цель социалистического общественного производства - наиболее полное удовлетворение потребностей населения в товарах народного потребления. На повестке дня сегодня стоит вопрос не только количественного насыщения рынка товарами, но и удовлетворение спроса покупателей за счет доброкачественной продукции.

Сложность экономической оценки качества заключена в существующем разрыве во времени между моментом выпуска из производства продукции, то есть моментом образования качества, и моментом окончательного проявления его в процессе потребления. Поэтому выделены две категории качества - производственное и потребительское. Производственное качество служит выражением технической стороны потребительной стоимости, а потребительское - экономической, то есть по сути своей эти категории разнятся. Не совпадают отсюда и оценочные параметры качества. Так, признанные доброкачественными с технологической позиции товары, покупателем могут быть отвергнуты под воздействием собственных представлений о качестве, вкусе и запросов. Не удовлетворяют спрос населения товары устаревших фасонов и моделей, неспулярных расцветок и окраски, морально устаревшие и т.д. Потребительское качество всегда должно ориентироваться на моду и быть обусловлено совокупностью признаков предпочтения.

Установлено, что на качество товаров оказывает влияние упаковка, как в части сохранения потребительских свойств, так и удовлетворения покупательского спроса. Красивой, яркой и современной формы упаковка делает покупку более привлекательной и ускоряет процесс реализации.

Чем качественнее товар, тем быстрее удовлетворяется спрос населения, причем меньшим количеством. При этом, непосредственным производителям товарных ценностей уже на этапе их создания необходимо учесть критерии оценки потребительского качества. В этом существенную помощь оказало бы введение таких дополнительных характеристик, как уровень реализации

товара, процент оседания в запасах, процент уценки.

Промышленными предприятиями функции контроля возложены на органы Госприемки и ОТК, однако на практике полностью они не используют свои права и полномочия, допуская проникновение некачественных товаров в торговую сеть.

Потери качества неизбежно возникают из-за дефектов, образующихся в процессе транспортировки продовольственных и непродовольственных товаров (деформация изделий, изменение внешнего вида, упаковки и т.п.). Отсюда не утрачивает своего первостепенного значения организация и качественное проведение разбраковки товаров, поступающих в торговую сеть.

Изменение качества происходит и на этапе хранения и реализации товаров. Частичная потеря ими первоначальных свойств происходит либо по причине превышения завоза над потребностями населения, либо из-за несоответствия моде, вкусам. И, как следствие этого - неизбежно образуются неходовые запасы. При этом расходы по хранению, переоценке и распродаже некачественных товаров несет, в основном, торговля. А экономическое положение промышленных предприятий практически не зависит от соответствия выпускаемой продукции спросу потребителей.

Новым хозяйственным механизмом торговым организациям предоставлено право продажи товаров, поставленных с отклонениями по качеству, ассортименту либо на комиссионных началах, либо по договорным ценам с согласия сторон. Эти экономические меры призваны исключить производство и поставку низкачественной, непользуемой спросом продукции.

Неоднократные исследования порядка уценки товаров устаревших фасонов и моделей и частично потерявших первоначальное качество в торговле вновь поднимают вопрос об оптимальном размере переоценки ценностей. Так, материалы анализа уценки неходовых и залежалых товаров позволяют рекомендовать размер (норму) уценки довести до 60-65 процентов первоначальной стоимости. При этих параметрах гарантируется наибольшая реализация уцененных товаров, уменьшаются расходы по хранению. На практике, изучению этого вопроса уделяют недостаточно внимания. Мало исследуется и применяется взаимосвязь между процентом уценки товаров и уровнем их распродажи, влияние

процента продажи уцененных товаров на долю неходовых и залежалых запасов.

Организации потребительской кооперации зачастую не используют возможности заложенные в статистической отчетности, например, для предъявления штрафных санкций к промышленности, в особенности к предприятиям Минлегпрома. Так как потери качества в большей степени относятся к продукции этого министерства, то считаем правомерным предложение экономистов о том, чтобы разницу между фактической уценкой и планируемым фондом возмещала легкая промышленность.

Итак, проблемы удовлетворения покупательского спроса неразрывно связаны с вопросами качества и потерь качества товаров народного потребления. Поскольку качество формирует промышленность, а реализуется торговлей - отсюда вытекает вся острота и актуальность взаимоотношений между ними.

ВНУТРЕННИЙ ХОЗРАСЧЕТ И ИЕРАРХИЧЕСКАЯ СИСТЕМА ОСТАТОЧНОГО ДОХОДА В ТОРГОВЛЕ

Э.Э. Лепшик, Ю.Х.-И. Сепп

I. В новых условиях хозяйствования все торговые единицы должны внести свой вклад в увеличение хозрасчетного дохода торговой организации. Это должно обеспечиваться системой внутреннего хозрасчета.

Разделяем мнение, что в условиях внутреннего хозрасчета принцип самокупаемости становится относительным. Однако, это далеко не означает, что следует отказаться от определения финансового результата деятельности торговых единиц в виде разницы между доходами и расходами. Наоборот, необходимо найти возможности модифицирования показателя остаточного дохода на каждом уровне торговли. При этом следует подчеркнуть, что определение конечных результатов деятельности торговых единиц (повышение его точности) не является самоцелью. Целью является увеличение хозрасчетного дохода на уровне торговой организации. Это ставит проблему создания оптимальной системы хозрасчетных показателей для всех уровней торговли.

2. В качестве теоретической основы здесь подходит метод учета остаточного дохода, распространенный на Западе. Остаточный доход (Д) формируется в каждой торговой единице следующим образом:

$$Д = Т - П - И ,$$

где Т - товарооборот;

П - покупная стоимость проданных товаров;

И - прямые надержки обращения.

В ряде случаев принцип прямого учета надержек обращения дополняется принципом зависимости их от деятельности (решений) данной торговой единицы.

3. Перспективным является иерархическое (ступенчатое) применение принципа остаточного дохода. Финансовый результат деятельности каждого уровня управления представляет собой разницу между доходами от реализации и соответствующими прямыми издержками обращения. Данный результат (остаточный доход) предусмотрен для покрытия расходов и образования остаточного дохода уже на следующем уровне.

Схематично это можно отразить следующим образом:

Товарооборот

- покупная стоимость товара
- = валовой доход
- прямые издержки секции
- = остаточный доход I (вклад секции)
- дополнительные прямые надержки филиала
- = остаточный доход II (вклад филиала)
- дополнительные прямые надержки магазина
- = остаточный доход III (вклад магазина)
- дополнительные надержки торговой организации
- = остаточный доход IV или прибыль торговой организации.

4. В нашей торговле целесообразно при выявлении финансового результата деятельности торговых единиц применять описанный принцип остаточного дохода. Для этого необходимо определить валовой доход и специфические издержки обращения торговой единицы.

По нашему мнению, необходимая точность валового дохода обеспечивается его определением по среднему проценту магазина. При этом магазину надо передавать сумму торговой

скидки, отвечающей объему и структуре поступивших товаров.

Вторым компонентом остаточного дохода являются издержки обращения. Здесь целесообразно учитывать только прямые, зависящие от решений, принятых в данной торговой единице, издержки обращения. Например, при выявлении остаточного дохода по филиалам и секциям следует учитывать только следующие статьи издержек обращения: расходы на содержание зданий, сооружений, помещений и инвентаря; износ санитарной одежды, малоценных и быстроизнашивающихся предметов; расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров, на содержание холодильного оборудования; потери товаров в пределах норм; потери товаров сверх норм; расходы на тару; потери по таре; прочие расходы.

5. Остаточный доход следует распределять по стабильным нормативам на отчисления вышестоящим звеньям торговли и фонд оплаты труда торговой единицы. В таком случае иерархический принцип остаточного дохода обеспечивает согласование экономических интересов на различных уровнях организации и управления торговли.

СОЦИАЛЬНЫЕ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КУЛЬТУРЫ ТРУДА В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Э. Липченко

Советская торговля призвана удовлетворять материальные и некоторые духовные потребности людей, предоставляя им возможность по своему выбору приобрести созданные промышленностью и сельским хозяйством товары в обмен на деньги, источником которых служит труд. Торговля, таким образом, стимулирует трудовую деятельность человека и поддерживает непрерывность общественного воспроизводства. В этом и заложена основная психологическая характеристика торговой деятельности.

Стимулом для повышения эффективности труда торговых работников в деле создания высокой культуры обслуживания покупателей, в первую очередь, является правильная организация труда.

Клайпедское управление торговли занимается этим вопросом постоянно. Совершенство системы управления почти 25 лет, мы осуществили комплексную рационализацию торговли города, создав новую, отличную от традиционных систему управления торговли предприятиями, направленную на улучшение процесса продажи товаров и повышение культуры обслуживания.

Основными направлениями рационализации торговли являются следующие:

- совершенствование структуры управления: создание продовольственных объединений, торговых фирм по торговле непродтоварами и служб неторговой деятельности;

- создание материально-технической базы;

- организация складского хозяйства;

- организация фасовки товаров;

- внедрение системы товародвижения с применением тары-оборудования;

- разработка и изготовление тары-оборудования;

- механизация всего процесса товародвижения;

- механизация учета и бухгалтерского, и статистического учета;

- создание объединения мелкорозничной сети;

- создание единой тарной базы по скупке стеклотары от населения;

- создание единой информационной службы;

- проведение аттестации и рационализации рабочих мест.

Таким образом, основой новой структуры управления торговли является универсализация продовольственной торговли, специализация непродовольственной торговли и разделение труда между сферами торговой деятельности.

Такая организация торговли принесла большой социальный эффект: созданы удобства при выборе товаров, исключены очереди, сэкономлено время поисков товара. Упорядочение торговой сети значительно повысило экономическую эффективность ее использования, возрос товароборот с каждого квадратного метра торговой площади, повысилась производительность труда.

Внедрение индустриальной системы товародвижения дало еще больший экономический и социальный эффект:

- механизирован тяжелый ручной труд;

- увеличен коэффициент полного использования автомобильного транспорта;

- применение тара-оборудования в складском хранении товаров увеличило коэффициент полезного использования складов и овоцехранилищ;

- реконструкция торговых предприятий расширила торговую площадь магазинов за счет сокращения их складской площади.

Итак, Клайпедская система управления торговли и схема товародвижения в таре-оборудовании, сегодня действует безотказно. Благодаря ТЭДП - транспортно-экспедиционному диспетчерскому предприятию управления торговли, оно успешно манипулирует перевозками продуктов и непродтоваров от городских промышленных предприятий до торговых предприятий всего города, принадлежащих городскому управлению торговли, организациям "Рыбкооп" и "Торгмотранс", а также доставляет грузы в контейнерах контейнеровозами с нескольких республиканских городов транзитом от предприятия-изготовителя.

Перевод торговых предприятий на новый метод обслуживания на своем пути преодолевал немало трудностей как организационного порядка, так и психологического. Одним из методов преодоления психологического барьера в деле повышения эффективности и культуры труда в торговле видимо является усиление материальной заинтересованности, небезразличное отношение к результатам своего труда.

В новых условиях хозяйствования материальная заинтересованность работников торговли особенно усилилась, поэтому мы успешно внедряем бригадный хозрасчет, коллективный и семейный подряд, кооперативную торговлю и т.п.

"Золотым фондом" в повышении эффективности труда были и остаются сами люди; их квалификация, профессиональные навыки, черты характера - решают дело. Именно здесь кроется резерв ускорения производительности труда, и этим необходимо заниматься, активно используя и социальные, и психологические науки.

К сожалению, психологическая квалификация не входит в учебные планы торговых учебных заведений, поэтому она складывается на основе интуиции или путем самообразования.

Видимо настало время появления психолога в штате управ-

ления торговлей с тем, чтобы с помощью его рекомендаций нивелировать шероховатости во взаимоотношениях продавца и покупателя. Только тогда социальная психология торговли сможет гарантировать высокий уровень торгового обслуживания.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПЕРЕСТРОЙКИ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ

Г.В. Маклахов

Успешное проведение радикальной экономической реформы в сфере обращения возможно при усилении роли и значения оптовой торговли, которая должна стать главным коммерческим звеном в процессе доведения товаров от производственных до розничных предприятий.

Радикальная реформа нацелена на предоставление потребителям приоритета в хозяйственных отношениях. Создаваемый хозяйственный механизм предусматривает формирование планов производства и реализации продукции на основе общественных потребностей, платежеспособного спроса. Интересы потребителей, интересы народа будут гарантироваться через госзаказы, представляемые торговыми организациями производственным предприятиям.

Наиболее подготовленными и экономически целесообразными к выполнению роли заказчика являются оптовые предприятия, которые концентрируют потребность в товарах всех обслуживаемых организаций и предприятий на закрепленной территории и могут мобильно вступать во взаимоотношения с производственными предприятиями (заключать договоры поставки, согласовывать ассортимент, объемы и сроки поставки товаров, влиять на обновление ассортимента и улучшение качества поставляемых товаров, требовать увеличения поставок товаров, подготовленных к окончательной реализации, расфасованных в тару, оборудовании, согласовывать участие производственных предприятий в покрытии затрат по уценке не пользующихся спросом товаров и т.п.)

Аккумулируя широкий ассортимент товаров на своих складах, оптовые предприятия смогут бесперебойно снабжать роз-

ничную сеть в соответствии с представленными заявками, что приведет к снижению площади магазинов, занятых под хранение товарных запасов и за счет этого увеличению площади торговых залов (хранение товарных запасов в розничной торговле в 2,6 раза выше, чем в оптовой), ликвидации складов у розничных организаций, централизации выполнения транспортно-экспедиционных операций, высвобождению времени работников розничной торговли на доставку товаров, сосредоточению в оптовой торговле функций по доставке товаров к окончательной реализации.

Являясь единственным источником поступления товаров в розничную сеть, оптовые предприятия смогут следить за ходом реализации товаров в розничной сети, вносить коррективы в договоры поставки в соответствии с изменениями в спросе покупателей, предпринимать меры в изыскании дополнительных товарных ресурсов, производить перемещение товаров между розничными предприятиями, централизованно решать вопросы их уценки, разрабатывать рациональные схемы товародвижения и обеспечивать своевременное доведение товаров до розничной сети с наименьшими затратами труда, времени и материальных ресурсов.

Выполнение возложенных задач на оптовую торговлю требует вести перестройку в следующих направлениях:

1. Развивать и совершенствовать материально-техническую базу. В областях Западной Сибири обеспеченность оптовых предприятий складскими помещениями не превышает 50 %, а с увеличением доли товарных запасов в оптовом звене потребность в складской площади до 2005 г. возрастет в 4 раза. Строить только крупные склады, не сдерживающие развитие технического прогресса, и обеспечивающие высокий уровень механизации и автоматизации труда: с применением ЭВМ.

2. Рационализировать технологию переработки товаров на оптовых предприятиях с использованием прогрессивных форм организации труда, рекомендаций научных и проектно-технологических учреждений, достижений рационализаторов и изобретателей, передового опыта в отечественной и зарубежной практике.

3. Концентрировать оптовые предприятия на одной террито-

рии, создавать крупные складские хозяйства вместо разрозненных и территориально рассредоточенных складов отдельных оптовых предприятий. Это сокращает расходы на проектно-исследовательские работы, концентрирует строительную технику, материальные и трудовые ресурсы, создает общие подъездные пути и коммуникации, сокращает эксплуатационные расходы и затраты по выполнению технологических процессов. Значительно повышается эффективность использования трудовых ресурсов, складских площадей, оборудования и транспорта при создании хозрасчетного транспортно-экспедиционного складского предприятия.

4. Рационализировать организационное построение, управление оптовой торговлей. Радикальная реформа возлагает полную ответственность за состояние торговли в области на Советы народных депутатов. Следовательно, и оптовая торговля должна быть по настоящему ответственна за положение дел на рынке. Она должна быть единой, мощной и в подчинении облисполкома. В связи с тем, что товарные ресурсы доводятся до области и распределяет их по торговым системам облисполком, теряет свое значение внутрисистемная оптовая торговля и создаются предпосылки для устранения параллелизма в деятельности оптовых предприятий.

5. Совершенствовать коммерческую работу в оптовой торговле. Укрепить службы изучения спроса квалифицированными специалистами; повысить экономическую обоснованность заказов и принципиальную требовательность к промышленным предприятиям при согласовании условий договора; вносить и отстаивать предложения, направленные на повышение торговой деятельности и качество обслуживания населения; усилить требования к качественной приемке товаров и к выполнению условий договора поставщиками, не оставлять безнаказанными ни одного нарушения и требовать возмещения причиненного ущерба; повысить контроль за соблюдением установленных ассортиментных перечней на товарных складах и выполнением договоров поставки розничным предприятиям и т.д.

6. Повышать экономическую эффективность оптовой торговли. Совершенствовать анализ и планирование основных показателей оптовых предприятий, разработать обоснование распределения торговых скидок между оптовой и розничной торговлей,

усилить ответственность оптовых предприятий и материальное стимулирование от результатов работы обслуживаемых розничных предприятий, разработать новые формы и методы социалистического соревнования.

7. Повысить внимание к социальному развитию трудовых коллективов оптовых предприятий. Ускорить улучшение условий труда и отдыха работников, решение жилищного вопроса и развитие спорта, повышение профессиональной, экономической и общеполитической подготовки кадров, что должно послужить основой для активного участия рабочих и служащих в перестройке оптовой торговли.

ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МИКРО-ЭВМ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

Л.А. Малич, Е.Ф. Мискич

1. В настоящее время три четверти всего управленческого аппарата заняты ведением учета. Ежегодный рост объемов информации требует решения ряда проблем, в том числе способа сбора и переработки данных в условиях использования микро-ЭВМ.

2. В экономической литературе существуют теоретические исследования по машинной обработке информации с помощью ЭВМ класса "Искра". Анализ результатов этих исследований позволил выделить ряд проблемных вопросов по применению ЭВМ в учете и определить основные преимущества этих машин, которые сводятся к следующему: простота использования и обслуживания этих машин, низкая их стоимость; малая занимаемая площадь, небольшие габариты; установка их на рабочих местах бухгалтеров, возможность использования в разных подразделениях, исключение промежуточного звена - оператора ВЦ из технологического процесса; простота разработки и эксплуатации программ, корректировка программ без прерывания технологического цикла обработки; их использование способствует повышению оперативности учета, устранению операций приема-передачи на ВЦ, уменьшению количества ошибок при вводе данных

в машины, формированию первичных документов в местах возникновения; обеспечивает упрощение документооборота, однократный ввод первичных данных, замену бумажных учетных регистров машинными, тесную взаимосвязь между бухгалтерским аппаратом и технологией учетных данных; способствует повышению производительности труда бухгалтеров (операторов) в три раза.

3. Проблемными и наиболее слабо исследованными вопросами по использованию ЭЕМ в учете являются: выбор организационных форм использования ВТ и формы бухгалтерского учета при автоматизации на ЭЕМ; еще мало сделано в плане анализа и определения методологических основ механизации и автоматизации учета на ЭЕМ на рабочем месте бухгалтера; не определено содержание технологического, информационного и правового обеспечения; отсутствует алгоритмизация решения учетных задач. Проблематичными остаются вопросы совершенствования или трансформации формы бухгалтерского учета в условиях применения микро-ЭЕМ.

4. По использованию ЭЕМ в учете имеются ряд проектных разработок. Однако, на наш взгляд, проекты слабо увязаны с функциональными и техническими возможностями ЭЕМ типа "Искра". Есть определенный практический опыт применения ЭЕМ "Искра - 226" в учете в Крымском, Житомирском, Ташкентском и Полтавском потребсоюзах, но автоматизация учета в этих организациях достаточна трудоемка.

5. Нами проведен анализ организационных форм использования современных микро-ЭЕМ, который позволил выделить пять основных признаков, установить между ними взаимосвязи, которые, на наш взгляд, позволят выбрать наиболее рациональный вариант автоматизации учета.

Классификационными признаками являются:

1. Форма использования СВТ
 - 1.1. Централизованная.
 - 1.2. Децентрализованная.
2. Комплекс СВТ
 - 2.1. Одноуровневый.
 - 2.2. Многоуровневый.
3. Система обработки данных

- 3.1. Выписка первичных документов.
- 3.2. Решение частных задач.
- 3.3. Решение комплексных задач.
- 4. Отношение к АСУ
 - 4.1. В составе АСУ.
 - 4.2. Вне АСУ.
- 5. Назначение СВТ
 - 5.1. Терминальное устройство.
 - 5.2. Периферийное устройство.
 - 5.3. Устройство, реализующее преимущества ЭЕМ.

С учетом внесенных предложений построена модель взаимосвязи основных классификационных признаков.

Составленная классификация организационных форм использования вычислительной техники позволяет сопоставить состав средств с функциями по обработке данных, ориентировать ЭЕМ в зависимости от технических характеристик и уровня управления, а также для описания методологических, технических и информационных основ автоматизированного рабочего места бухгалтера (АРМБ).

6. Уточнено определение АРМБ, которое сводится к следующему: это комплекс персонально-профессиональных машин, обеспечивающий автоматизированную обработку данных на рабочих местах.

О КАДРОВОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ РАЗВИТИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА В ТОРГОВЛЕ

Н.Г. Маркина

На февральском (1988 г.) Пленуме ЦК КПСС особо отмечалось, что проведение в жизнь радикальной экономической реформы является крупнейшей политической задачей, решение которой лежит на путях перевода предприятий на принцип хозрасчета, самоокупаемости, самофинансирования и самоуправления. На этапе широкого развертывания экономической реформы острым является вопрос о кадрах, которые в состоянии обеспечить эффективное функционирование хозяйственного механизма тор-

говли.

Повышение роли человеческого фактора определяет возрастание требований к подготовке специалистов. Перестройка в торговой отрасли требует от ее руководящих работников и специалистов высокого уровня компетентности, творческой инициативы, современного экономического мышления, овладения новыми методами хозяйствования, навыками работы в условиях полного хозрасчета и демократизации управления.

Основу и успех в деле подготовки специалистов составляют такие слагаемые как содержание учебных планов и программ, профессионализм преподавателей, состояние материально-технической базы с учетом наличия и использования вычислительной техники, уровень общеобразовательной подготовки принимаемого на обучение контингента и т.д.

В части учебных планов важным остается приведение по каждой специальности в соответствие с требованием времени набора учебных дисциплин, в частности, гибкое изменение соотношения между ними во времени и по объему с учетом приоритетности отдельных направлений в развитии отрасли. Для работы на новых методах хозяйствования системе нужны специалисты, владеющие теорией и механизмом функционирования рынка товаров народного потребления. Они должны понимать взаимодействие спроса и предложения, уметь обеспечивать их развитие на сбалансированной основе.

Важным является обучение на базе широкого использования ЭВМ, активных методов с целью интенсификации учебного процесса. Внедрение деловых игр, ситуационных задач, метода "мозговых атак" эффективно для активизации творческого мышления, развития индивидуальных способностей студентов.

Одним из факторов повышения качества подготовки специалистов становится усиление внимания к развитию самостоятельной работы учащихся. В "Основных направлениях перестройки высшего и среднего образования в стране" особо отмечена необходимость развития творческих способностей будущих специалистов, опираясь на их самостоятельную работу. Такое существенное изменение в системе подготовки специалистов ставит по-новому вопрос о роли преподавателя в учебном процессе, его функциях, организационных формах и содержании про-

водимых занятий со студентами и формах контроля за самостоятельной работой учащихся. Актуальность в современных условиях развития самостоятельной работы студентов приобретает структура учебников. Имеется в виду включение в них контрольных заданий и упражнений, что необходимо для самопроверки. Подготовка учебников, соответствующих современным требованиям, будет способствовать их выполнению на конкурсной основе.

Развитие самостоятельной работы учащихся требует от кафедр иных подходов к организации ее методического обеспечения. Это связано с решением вопросов о переносе на самостоятельное изучение студентами отдельных частей курсов, создании специальных заданий, упражнений, которые должны быть выполнены таким порядком.

Возникает необходимость в подготовке кафедрами специальных методических указаний по развитию самостоятельной работы студентов при изучении отдельных учебных дисциплин. Они должны ориентировать учащихся в отношении содержания самостоятельной работы по предмету, бюджета времени на нее, форм и сроков контроля, вопросов для самопроверки и т.д.

В современных условиях особую значимость приобретают вопросы повышения квалификации специалистов отрасли. Важным фактором обеспечения эффективной деятельности предприятий и организаций торговли, каждого трудового коллектива становится непрерывное обучение трудящихся. Однако, состояние этой работы, система повышения квалификации и переподготовки специалистов и руководящих работников ни по масштабам, ни по качеству обучения не удовлетворяют возросших потребностей отрасли в приобретении и оперативном обновлении профессиональных знаний работников. Важной задачей в связи с этим является создание на новой основе единой государственной системы повышения квалификации и переподготовки кадров, переход от периодического к непрерывному их обучению. С этой целью необходимо развивать формы непрерывного обучения непосредственно на предприятиях и в организациях, использовать потенциал высших и средних специальных учебных заведений.

О НЕКОТОРЫХ ПРОБЛЕМАХ ОСВОЕНИЯ НОВОГО ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА В ТОРГОВЛЕ

М.А. Мильян

Необходимым условием успешного осуществления экономической работы является переход от административных методов управления и планирования к методам, основанным на экономической заинтересованности всех звеньев народного хозяйства в наиболее эффективном выполнении их функции.

Переход от старого к новому всегда труден и принесет с собой немало разных проблем. Анализируя ход перестройки в торговле нашей республики, нам хотелось бы остановиться на двух проблемах.

1. В хозяйственной практике мы привыкли считать хозрасчетными только предприятия, являющиеся юридическим лицом; торговые единицы - относились к подразделениям на неполном или внутреннем хозрасчете. По нашему мнению, при определенных условиях наиболее целесообразной и естественной формой экономической организации торговых единиц является коллективный подряд или арендовый метод. При этом, договорные условия должны быть дифференцированными и гибкими.

2. Важным направлением развития хозрасчетных отношений является повышение ответственности и расширение самостоятельности торговых организаций. Для реального усиления ответственности и расширения самостоятельности торговых организаций в новых условиях хозяйствования предусмотрено расширение прав и возможностей в решении производственных и социальных вопросов. Установлено, что основным источником средств на эти цели является единый фонд производственного и социального развития.

Анализ формирования фонда производственного и социального развития на предприятиях Минторга ЭССР показывает, что в среднем фонд производственного и социального развития составляет менее 10 % от доходов. Объем фонда производственного и социального развития, по нашим расчетам, не обеспечивает всем предприятиям полностью перехода на полный хозяйственный расчет, самофинансирование и самоокупаемость. Не-

которые торговые предприятия не имеют достаточно денежных средств для строительства новых, расширения, реконструкции и технического перевооружения действующих объектов, необходимого для обеспечения торговой площади по нормативам, а также для строительства жилых домов и иных объектов непродовольственной сферы. При этом многие торговые предприятия не имеют возможностей для использования фонда производственного и социального развития, главным образом, из-за отсутствия строительных мощностей.

В целом, несмотря на объективные и субъективные трудности освоения нового хозяйственного механизма в торговле, новые условия хозяйствования способствуют расширению самостоятельности и усилению их заинтересованности в достижении конечных результатов.

О НЕОБХОДИМОСТИ И ПРОБЛЕМАХ ПРЕДСТОЯЩЕЙ РЕФОРМЫ РОЗНИЧНЫХ ЦЕН

Х. Мюйр

Изменения розничных цен играют все возрастающую роль в формировании прироста товарооборота. Для достоверной оценки динамики потребления населением конкретных потребительских товаров и услуг, движения реальных доходов, покупательной способности денег и других важных социально-экономических процессов следует расширить наши познавательные возможности в области оценки изменений в уровне розничных цен. Для нормального управления всеми этими социально-экономическими процессами необходимо располагать информацией о движении (индексов) не только номинальных цен, но и средних (тоже государственных) розничных цен, и средних потребительских цен. Последнее стало актуальным в связи с явным расширением сферы действия неорганизованного рынка со своими рыночными ценами.

Тенденция роста средних розничных цен при недостаточной возможности выбора (проблемы принудительного ассортимента и качества), проблемы высоких рыночных и кооперативных

цен при недостаточной обеспеченности населения продовольствием через организованный рынок превратили нынешнюю систему розничных цен для населения неперспективной. Она является малоперспективной и для государства, так как усиливающиеся процессы перераспределения через цены, особенно рост дотаций (темп их роста обгоняет темп роста национального дохода страны), и социально необоснованное их распределение не содействуют решению программных задач по повышению жизненного уровня.

Настало время наладить нормальные товарно-денежные связи между производителями (реальными производственными возможностями отдельных видов продукции) и потребителями, их платежеспособным спросом на конкретные блага, который пока сильно деформирован перераспределительными перекосами в ценах. По установкам Ижньского (1987 г.) Пленума ЦК КПСС, необходимо привести цены в соответствие с общественно необходимыми затратами труда, с реальной социально-экономической обстановкой, сделать все возможное для сокращения и ликвидации дефицитности и дотационности товаров.

В рамках экономической реформы проводится сейчас усиленная подготовка к радикальной реформе всей системы ценообразования. Пересматривается и вся система розничных цен, которая после денежной реформы и реформы цен 1947 года подвергалась лишь косметическим уточнениям. Следует признать, что осведомленность населения по срокам, содержанию и конкретным направлениям пересмотра цен самая скромная именно в части реформы розничных цен. Но уже пару лет проводится значительная подготовительная работа в этой области.

Центральной проблемой реформы розничных цен выступает обоснование их нового уровня. Целью является здесь установление таких уровней и соотношений цен по видам продукции, которые всячески содействовали бы сбалансированности спроса и предложения. Так как при нынешних розничных ценах наша экономика реально не в состоянии в ближайшем будущем увеличить предложение товаров до платежеспособного спроса на них, а также невозможно достичь обратное - снизить спрос до уровня предложения, то вырисовывается неизбежность повышения розничных цен на продтовары.

Повышение именно розничных цен на продовольствие само по себе количества мяса на прилавках не прибавит. Поэтому новый уровень розничных цен должен включить в себя, кроме сокращения дотаций, и новый уровень закупочных цен на сельскохозяйственное сырье. Он также должен учесть удорожание в ходе реформы многих элементов себестоимости: стоимости продукции сырьевого-топливного комплекса, амортизации, зарплаты, отчислений на соцстрах. Прибыль предприятий в составе новых оптовых цен должен обеспечить их нормальную работу в условиях полного хозрасчета и самофинансирования, и включить в себя также целую гамму плат за ресурсы, что все предполагает повышение рентабельности промышленного производства.

Реальный уровень новых розничных цен будет исходить от конкретных мер указанных удорожаний. Он будет зависеть от изыскания возможностей экономии затрат у всех производителей, а также от потребностей в централизованных ресурсах в будущем. Так как основная масса вложений в расширенное воспроизводство будет формироваться на уровне предприятий, то налог с оборота будет иметь более суженные функции, и может появиться возможность снижения его доли в цене. Все эти вопросы сейчас прорабатываются у производителей, в плановых и финансовых органах.

Интересные проблемы связаны также с выплатой компенсации. Сейчас все же доминирует мнение, что этот процесс будет иметь не только ценовую, но и социальную нагрузку — он будет увязан не только с затратами на покупку продовольствия, но и с уровнем доходов у отдельных групп населения. Принципиальным и нерешенным остался вопрос об увязке компенсации либо к разным видам доходов получаемых населением, либо к среднедушевым доходам в семьях. Неизбежной будет в нашей большой стране дифференциация компенсации, в силу существенных различий в географии потребления продуктов, розничные цены на которые намечено повысить.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НОРМАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ В ТОРГОВЛЕ

Л.А. Омелянович

Система нормативных отношений в торговле является органической составной частью, результатом развития производственных отношений в целом в период интенсификации воспроизводства.

Использование системы экономических нормативов в планировании, оценке и стимулировании развития торговли дает реальные отраслевые и народнохозяйственные результаты лишь в условиях сбалансированного плана, устойчивого товарного обеспечения, строгого соблюдения финансовой, торгово-технологической, трудовой дисциплины. На практике не все эти условия в полной мере реализуются, а это в свою очередь снижает эффективность новых методов хозяйствования.

Нет сомнения, что использование в качестве основы экономических нормативных отчислений дохода торговли весьма целесообразно, так как его объем и динамика определяется всей системой коммерческих отношений отрасли и факторов эффективного хозяйствования.

Условием повышения доходности является развитие розничного товарооборота. В то же время в Украинской ССР, занимающей 17 % в общем объеме розничного товарооборота страны, план не выполняется в течение 1985-1987 гг. В 1985 г. было недоделано к плану 77,4 млн. руб., в 1986 - 1,6 млрд. руб., а в 1987 г. - более 1,8 млрд. руб. Здесь налицо недостаточная сбалансированность розничного товарооборота с товарными ресурсами, слабая коммерческая работа, отсутствие должного оперативного контроля.

Рост товарооборота связан с качеством товаров. Между тем, свидетельством неудовлетворительного качества товаров и недостаточного уровня изучения покупательского спроса является наличие неходовых и залежалых товаров, которые на предприятиях госторговли УССР составляли на 01.01.87 г. 531,5 млн. руб. Прямые потери от уценки определены в сумме 250,1 млн. руб. А к ним еще следует присовокупить непроизводительные затраты, связанные с нахождением в торговле нехо-

довых и залежалых товаров в сумме 27,4 млн. руб. или 0,07 % к товарообороту. В результате торговля теряет значительные суммы хозрасчетных доходов, составившие соответственно по годам 6,7, 99,8 и 155,6 млн. руб., что ведет к финансовым затруднениям в производственной и социальной деятельности. Одновременно подрываются такие хозрасчетные принципы, как материальная заинтересованность, а также социальная направленность хозяйственного расчета. В условиях невыполнения плана розничного товарооборота, а значит и отсутствия стабильности поступления хозрасчетных доходов не представляется возможным ускорить социальное развитие отрасли, значимость которого объясняется, наряду с рядом специфических факторов, и большой численностью молодых кадров (в возрасте до 25 лет), составляющих 17,6 % от общего числа работников.

Нормальные отношения в управлении торговлей предполагают наиболее высокую эффективность использования трудовых и материальных ресурсов.

Наличие значительных потерь рабочего времени в отрасли свидетельствует о недостаточной сбалансированности между потенциальными и фактическими результатами труда работников торговли. Анализ показывает, что в государственной и кооперативной торговле УССР потери рабочего времени составляют в среднем за год 1- 1,5 % от общего фонда рабочего времени. Несмотря на наметившуюся тенденцию снижения потерь рабочего времени в связи с сокращением прогулов и неявок с разрешения администрации, все же они остаются значительными и составляют 29 дней на одного работника в год. Расчеты показывают, что это измеряется потерями розничного товарооборота в сумме 1,6 млрд. руб. по республике. Сокращение потерь рабочего времени всего на один день может дать прибавку в товарообороте в сумме 56,9 млн. руб.

Эффективность труда зависит от технической оснащенности торгово-технологических процессов, степени использования оборудования. Анализ использования торгово-технологического оборудования в розничной торговле УССР показал, что если в целом по УССР в 1986-1987 гг. было 7,5 % неустановленного оборудования, то, например, в Черниговской области - 23,5, в Ровенской - 17,8, в Закарпатской - 17,3 %. Производитель-

ность труда в розничной торговле этих областей не растет. Вместе с тем непроизводительные затраты в результате простоя техники в госторговле республики достигли в 1987 г. 362,6 тыс. руб.

Усилению воздействия нормативных отношений на конечные результаты труда будет способствовать межотраслевая сбалансированность. Углубление интеграционных процессов подсказывает целесообразность внедрения межотраслевого хозрасчета и экономически обоснованного участия торговли в формировании, распределении и использовании доходов ее партнеров.

Перестройка хозяйственного механизма в торговле, управление торговлей с помощью экономических нормативов вызывает необходимость создания условий сбалансированного развития всех экономических показателей отрасли путем устранения непроизводительных затрат, имеющих отрицательные хозрасчетные последствия.

К ВОПРОСУ ОБ УКРЕПЛЕНИИ ПЛАТЕЖНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

С.П. Пономарева

Ликвидация автоматизма в процессе обмена, ускорение безналичных расчетов предполагают:

- материальную заинтересованность самого поставщика в процессе реализации путем участия собственными средствами в покрытии части стоимости товаров отгруженных, сроки оплаты которых не наступили. Реализация для многих предприятий заканчивается сдачей расчетных документов в банк за отгруженную продукцию. В дальнейшем товары отгруженные покрываются банковским кредитом и, тем самым, вся ответственность перекладывается на банк. Поставщик, участвуя собственными средствами в процессе обмена, будет заинтересован, не только в ускорении процесса обращения, но и процесса производства. Поэтому представляется целесообразным ввести нормирование товаров отгруженных, сроки оплаты которых не наступили, используя опыт ГДР.

- Совершенствование кредитования товаров отгруженных,

во-первых, сроки оплаты которых не наступили, во-вторых, неоплаченных в срок.

1. Кредитование по укрупненному объекту имеет аналоги с применяемым уже в 70-е годы кредитованием оборотных средств в ГДР. В укрупненный объект в ГДР были включены нормируемые оборотные средства, в т.ч. товары отгруженные, сроки оплаты которых не наступили. Такого вида товары включались в укрупненный объект лишь при постоянных поставках. При периодических поставках они кредитовались на отдельном ссудном счете. Вероятно, было бы целесообразно рассмотреть позитивный опыт Госбанка ГДР, разграничивающего этот вид товаров по поставкам: на постоянные и периодические. И товары отгруженные, сроки оплаты которых не наступили, включить в укрупненный объект лишь при постоянных поставках. При периодических же кредитовать на отдельном ссудном счете.

2. С точки зрения хозяйственной самостоятельности методически неверным является положение, обязывающее вышестоящий орган в случае отсутствия собственных средств у покупателя выделять ему средства за счет централизованных фондов. Это ведет к подрыву принципов хозяйственного расчета и здесь угадывается стремление облегчить предприятию выполнение фондообразующих показателей. Для покрытия неоплаченных в срок расчетных документов интересным представляется предложение экономистов о более широком использовании банковского кредита. При этом кредитовать под неоплаченные в срок расчетные документы следует поставщика. Этот вид кредита применяется в ГДР и предоставляется в сумме неоплаченных в срок расчетных документов. Он должен быть погашен до истечения месяца со дня выдачи. С 1972 года процентная ставка за этот кредит установлена на уровне 8 %, в то же время покупатель за просроченную кредиторскую задолженность платит 12 %, процентная ставка за ссуду под товары отгруженные, сроки оплаты которых не наступили - 5 %. Таким образом, в целях сокращения неплатежей в хозяйстве, ликвидации перекредитования, экономии труда при совершении операции следовало бы при временных финансовых затруднениях покупателя предоставлять хорошо работающему поставщику кредит под неоплаченные в срок расчетные документы при условии, что просрочка оплаты расчетных докумен-

тов не превышает 30 дней.

- Совершенствование организации безналичных расчетов.

По товарам народного потребления следует не только расширить сферу действия акцепта товара, но и считать реализованной продукцию лишь после того, како она приобретена населением. С этой целью выпущенные промышленными предприятиями неходовые, не пользующиеся спросом товары целесообразно было бы принимать объединениям розничной торговли на комиссию с оплатой этих товаров промышленности по мере их продажи населению. На время реализации таких товаров промышленным предприятиям банк мог бы предоставлять кредит. В условиях местного грузооборота при централизации учета райпо представляется наиболее целесообразным применение расчетов платежными поручениями, плановыми платежами с подведомственными райпо организациями и чеками с поставщиками, доставляющими товар собственным транспортом. В расчетах райпо с поставщиками при взаимных поставках товара и тары (например, с пивкомбинатом, молкомбинатом) целесообразным является клиринговая форма расчетов за возвратную тару в виде периодических расчетов по салдо.

Таким образом, кредит, безналичные расчеты являются "мощным рычагом" перестройки, но лишь как элементы в связи с другими мероприятиями оздоровления экономики. И это подтверждает анализ опыта ГДР, используемого в реорганизации кредитования в СССР. Так, применяемое уже в 70-е годы кредитование по укрупненному объекту позволило улучшить платежную дисциплину, но все же оно не ликвидировало роста сверхнормативных остатков, вызванных различными нарушениями производственно-хозяйственной деятельности, предприятий ГДР.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВНУТРИСИСТЕМНЫХ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ В КООПЕРАТИВНОЙ ТОРГОВЛЕ

Т.В. Правдивец

В современных условиях деятельности потребительской кооперации важное значение приобретает обработка внутриотрас-

левого механизма хозрасчетного взаимодействия оптовой и розничной торговли. Однако предпринимаемые на практике усилия заинтересовать, повысить ответственность оптового звена за результаты работы обслуживаемых розничных организаций не всегда достигают цели.

Кооперативное оптовое звено представлено предприятиями, существенно отличающимися по товарной специализации (универсальными, специализированными, узкоспециализированными), а также району деятельности (районные, межрайонные, областные, краевые, республиканские). В этой связи важное значение имеет правильный выбор основных оценочных показателей деятельности различных типов оптовых предприятий.

Несмотря на имеющийся многолетний опыт среди экономистов не существует единого мнения о правомерности оценки деятельности коллективов межрайбаз в зависимости от величины розничного товарооборота обслуживаемой зоны райпо. Результаты проведенного исследования показали, что при решении вопроса о выборе оценочных показателей деятельности оптовых баз областных, краевых потребсоюзов необходимо учитывать доленое участие оптово-складского оборота баз в розничном товарообороте обслуживаемых райпо. Так, в 1987 году удельный вес межрайбаз Алтайского, Кемеровского потребсоюзов в розничном товарообороте обслуживаемых организаций составили, соответственно, 61,4 % и 58,7 %, а универсальной и специализированных баз Новосибирского облпотребсоюза лишь 19,1 %. Следовательно, межрайбазы имеют большую возможность оказывать влияние на результаты работы розничных организаций и должны нести ответственность за выполнение плана розничного товарооборота. Оценку же эффективности работы универсальных, специализированных оптовых баз целесообразно осуществлять в зависимости от выполнения обязательств по поставкам товаров в соответствии с заключенными договорами.

Совершенствование хозяйственных связей в кооперативной торговле во многом зависит от деятельности районного оптового звена. В условиях Западной Сибири он играет заметную роль в организации товароснабжения розничной сети. Однако, эффективность его работы сдерживается из-за недостаточного использования хозрасчетного метода ведения хозяйства.

Внедрение хозрасчета в деятельность районных распределительных складов и баз, как показало исследование, может осуществляться параллельно в двух вариантах.

В соответствии с рекомендациями Центросоюза в райпо, имеющих объем розничного товарооборота свыше 20 млн. руб. в год, могут быть созданы хозрасчетные торговые базы. В Алтайском, Кемеровском потребсоюзах часть районных оптовых складов может быть передана межрайбазам на правах филиалов, функционирующих на принципах внутрихозяйственного расчета. Такого рода реорганизация районного опта потребует доведения филиалам плановых заданий по оптовому обороту, нормативам товарных запасов, их оборачиваемости, издержкам обращения, валовым доходам. Все это позволит более обоснованно подойти к проблеме дифференциации торговых скидок по звеньям товаропроводящей системы, повысит рентабельность торговли.

Перспективным направлением развития хозяйственных связей оптовой и розничной торговли является предоставление платных торговых услуг. Оптовыми базами обследованных потребсоюзов проводится недостаточная работа по оказанию торговых услуг обслуживаемым розничным организациям. Эти моменты не получили должного отражения в условиях договора поставки, в результате чего оптовыми базами не производится в полном объеме фасовка сыпучих товаров, подготовка и комплектование изделий для реализации по потребительским комплексам. В интересах увеличения доходов оптовых баз, а также улучшения обслуживания сельских покупателей, необходимо дальнейшее развитие системы торговых услуг на эквивалентной, хозрасчетной основе. Введение платности за торговые услуги позволит планировать базам не только оптовый оборот, но и объем услуг, предоставляемых розничным организациям.

О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ ТОВАРНО-ДЕНЕЖНЫХ ОТНОШЕНИЙ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ УПРАВЛЕНИЯ

В.Р. Раудсепп, Н.А. Иванова

На XXVII съезде КПСС была выдвинута задача совершенствовать территориальную структуру общественного производства,

обеспечивать рациональное сочетание экономического и социального развития в каждой союзной республике и каждом экономическом районе, улучшать их взаимодействие в едином народно-хозяйственном комплексе страны¹.

Созданный в отраслях материального производства региона национальный доход в ходе первичного распределения в большей части остается в данном регионе. Дело в том, что основой национального дохода на уровне предприятия является валовой доход, содержащий фонд оплаты труда (V) и чистый доход (M). Заработная плата рабочим и служащим полностью выплачивается в регионе, т.е. там, где находится предприятие. Чистый же доход в процессе перераспределения распределяется между предприятием, госбюджетом, соцстрахом, банками и вышестоящими организациями. В конечном итоге мы можем говорить о хозяйственном доходе ($V + M_1$), который, на наш взгляд, следует также в большей части расходовать в данном регионе.

Расходование большей части хозяйственного дохода в регионе даст следующие положительные результаты.

Во-первых, таким образом, мы обеспечим нормальное функционирование региона, в т.ч. нормализуем работу отраслей инфраструктуры, сэкономим свободное время трудящихся, так как им не нужно будет тратить время и средства на поездки за товарами и тем самым перегружать транспорт и связь. Согласно имеющимся оценкам, сейчас затраты времени на покупку товаров в СССР составляют от 40 млрд. до 65 млрд. часов в год, т.е. 130-140 млн. часов ежедневно².

В результате упаковки и пересылки товаров создается видимость национального дохода, что выражается в "приукрашивании" статистических данных, но не делает нас действительно богаче.

Во-вторых, покупка, упаковка и пересылка, перевозка товаров в другой регион отрицательно сказывается на выполнении кассового плана банка данного региона, расстраивает денежное

¹ Материалы XXVII съезда КПСС. - М.: Политиздат, 1986, с. 317.

² Журавлева Г. Товарное обращение, финансы и кредит (материалы к лекции)// Экономические науки, 1988, № 1, с. 86.

обращение и нарушает процесс выплаты заработной платы работникам данного региона.

В-третьих, если в регионе полученная заработная плата не имеет товарного покрытия, то денежные сбережения, приходящиеся на одного жителя региона, могут по стране сильно различаться. Следовательно, соответствующие статистические данные неправильно истолковывать однозначно.

В-четвертых, следует предоставить возможность трудящимся использовать заработную плату на решение социальных задач, стоящих перед регионом. Так, следует шире развивать кооперативное и индивидуальное строительство и т.д.

В-пятых, отсутствие товара в одном регионе и наличие его в достатке в другом порождает дефицит, в связи с чем покупательная способность населения отклоняется (т.к. дефицит, как правило, требует переплат), что отражается на психологии трудящихся и ухудшает покупательную способность в части других товаров, в т.ч. и первой необходимости.

Все вышеприведенные проблемы требуют решения в регионе, в том числе с применением средств вычислительной техники. Так как в Эстонской ССР в экспериментальном порядке создается интегрированная система обработки информации финансово-кредитных органов (ИОИИ ФКЮ), некоторые вышеприведенные задачи можно будет включить в эту систему, например, кассовый план Госбанка. В дальнейшем требуется больше изыскивать задач, охватывающих весь товарно-денежный оборот. В результате будет возможно управлять товарно-денежным оборотом региона и оперативно устранять возникающие в этой сфере диспропорции.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПЛАНИРОВАНИЯ И УКРЕПЛЕНИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОГО РАСЧЕТА В ТОРГОВЛЕ

А.Я. Сиймон

1. Постановление ЦК КПСС и СМ СССР № 842 от 17 июля 1986 г. "О совершенствовании планирования, экономического стимулирования и управления в государственной торговле и потребительской кооперации" требует перестройки всей эконо-

мической, финансовой и коммерческой работы во всех звеньях и на всех уровнях торговли.

2. Важными предпосылками успешной реализации намеченных сложных задач являются: 1) целостность намеченных мероприятий в контексте всей экономики; 2) четкая, продуманная организационно-методическая подготовка к перестройке; 3) активное участие всех торговых работников в реализации новых требований. Критический анализ показывает, что таких важных предпосылок еще не удалось в полной мере сформировать. Время разработки постановления (5 месяцев после XXVII съезда КПСС, один год до разработки концепции радикальной реформы на июньском (1987 г.) Пленуме ЦК КПСС и до утверждения закона о социалистическом предприятии) не обеспечило целостности намеченных мероприятий. Из-за спешного перехода на новые условия хозяйствования времени для существенной методической подготовки осталось явно недостаточно. Особенно недолгим осталось подготовительное время и недостаточной методической помощью для перестройки условий хозяйствования в торговых единицах. Кроме того, не были торговые работники везде и равномерно переключены на содержательную творческую работу.

3. В соответствии с постановлением и нормативно-методическими материалами внесены известные изменения в планирование: в систему показателей плана (снижение числа централизованно устанавливаемых показателей, розничный товароборот без объема реализации алкогольных напитков), в систему планов (увеличение роли пятилетнего плана). В первом году работы в новых условиях не удалось реализовать в полной мере вышесказанного, так как ранее разработанный пятилетний план не перестроили, контрольных цифр и экономических нормативов (кроме распределения доходов) для разработки нового пятилетнего плана не разработали, существенно перестроить годовые планы в рамках старого пятилетнего плана не удалось, снова поднялась потребность в планировании всего розничного товарооборота (для балансирования денежных доходов и расходов населения). Нового качества не создала и новая структура плана экономического и социального развития на 1988 г., в т.ч. включение показателей розничного товарооборота искусственно в государственный заказ. Следовательно, обоснованного форми-

рования пропорций развития (результатов, ресурсов и т.д.) торговли не достигли, переход на экономические методы по содержанию не состоялся.

4. В целях усиления экономической ответственности и заинтересованности в результатах работы установлено, что в основу хозрасчетной деятельности организации государственной торговли положены распределяемые доходы, т.е. доходы, полученные от торговой и других видов деятельности за вычетом издержек обращения (кроме расходов на оплату труда). Положительно можно подчеркнуть включение разницы между полученными и уплаченными штрафами в сумму (в 1987 году распределяемых, с 1988 года результативных) доходов торговой организации. Но ничего существенного не изменилось в области торговых скидок. Из-за короткого срока (3 месяца в постановлении) даже не передали торговым организациям задачу - подготовить и предъявить предложения Совету Министров СССР для налаживания торговых скидок. Следовательно, осталась неиспользованной возможность создать условия для обеспечения заинтересованности в продаже всех товаров.

5. Самые существенные изменения предвидели в порядке распределения доходов. В целях расширения самостоятельности, усиления заинтересованности в конечных результатах труда ввели нормативный метод распределения доходов. Можно сказать, что значение, обоснованность, перспективность использования этих 5 нормативов неодинакова. Первые два норматива (нормативы отчислений в бюджет и в централизованные фонды и резервы органов управления в процентах от распределяемых доходов) имеют важное значение: фиксируют четко и ясно отношения с бюджетом и органом управления, причем ликвидирован т.н. свободный остаток прибыли. Но возражения вызывает методика расчетов и существенные различия в размере названных нормативов. Остальные три норматива не обеспечивают самостоятельность торговых организаций, не учитывают специфику их работы. В то же время и эти нормативы (кроме норматива соотношения) "выведены" на базисном методе, на методе регрессивного расчета. Так что, и в новых условиях хозяйствования воздействует первый, главный фактор механизма торможения - планирование на базисном методе. Нельзя забывать, что неправильно

установленный норматив не только отрицательно влияет на хозяйственную деятельность организации, но и создает условия для перекрытия серьезных недостатков, безответственности. Следовательно, крутой поворот к широкому использованию в планировании прогрессивных экономических нормативов, необходим, но стоит еще впереди.

6. В новых условиях хозяйствования "исчезла" прибыль в государственной торговле, "осталась" в кооперативной торговле. Это обстоятельство, с одной стороны, утрачивает ясность в смысле чистого дохода, основы расширенного воспроизводства государственной торговли, с другой стороны, затрудняет сравнительный анализ, оценку эффективности государственной и кооперативной торговли.

МЕСТО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В ХОЗЯЙСТВЕННОМ МЕХАНИЗМЕ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Е.Я. Силаев

Потребительская кооперация входит в АПК в качестве относительно самостоятельной подсистемы, не сливаясь с агропромышленным комплексом в единое целое, сохраняя свою кооперативную форму собственности, устав, организационную структуру управления.

Функциональные связи потребительской кооперации в АПК имеют двойную направленность. Во-первых, она обеспечивает сельское хозяйство товарами производственно-технического назначения, а сельских жителей товарами народного потребления. Во-вторых, она производит сбыт продукции личных подсобных хозяйств, переработку сельскохозяйственного сырья, реализацию продукции агропромышленного комплекса в сферу конечного потребления.

Потребительской кооперацией создаются около 6 % стоимости конечного продукта АПК, а реализуется населению через предприятия розничной торговли, общественного питания более 23 %.

Совершенствование системы управления экономикой предусматривает изменения в хозяйственном механизме агропромышлен-

ного комплекса. Как отмечалось на XXVII съезде, дальнейшее творческое развитие получит ленинская идея о продналоге применительно к современным условиям. Колхозы и совхозы получили право продукцию, произведенную сверх доведенного до них государственного заказа реализовывать по своему усмотрению, используя различные каналы: продавать государству, на колхозном рынке, через потребительскую кооперацию.

В соответствии с новыми задачами, поставленными перед потребительской кооперацией, необходимо укрепить хозяйственные связи кооперации с агропромышленным комплексом в целом и с его отдельными подразделениями. В новых условиях хозяйствования потребительская кооперация СССР как составная часть АПК должна выполнять и новые функции, а также нести конкретную ответственность за их строгое исполнение.

I. Полная ответственность за плановое развитие личных подсобных хозяйств (ЛПХ) населения, как одного из важных источников получения товарных ресурсов для розничной торговли.

Потребительская кооперация традиционно является важным каналом реализации товарной продукции ЛПХ. На долю закупок кооперативных организаций приходится половина товарной продукции сельского населения, в том числе 59 % яиц, 55 % бахчевых, 41 % картофеля, 48 % овощей, 46 % товарного мяса. Потребительская кооперация может более активно влиять на развитие ЛПХ, в частности осуществлять планирование перспектив развития ЛПХ, контролировать ход выполнения этих программ, нести ответственность за их реализацию.

Реализация этой функции предусматривает следующие направления совершенствования деятельности потребительской кооперации:

- улучшение организации закупок излишков сельскохозяйственной продукции;
- совершенствование форм материально-технического обеспечения ЛПХ (выделение сенокосов и пастбищ, кормов, семян, удобрений, молодняка скота и птицы и т.п.);
- более широкое использование таких экономических рычагов, как кредитование, материальное стимулирование ЛПХ;
- совершенствование методов агротехнического обучения населения.

2. Совершенствование деятельности колхозных рынков, переданных сейчас в ведение потребительской кооперации.

Доля колхозных рынков в продаже продовольственных товаров составляет в настоящее время около 5 %, по объему продаж это 8,5 млрд. руб. Передача колхозных рынков на баланс потребительской кооперации должна благотворно повлиять на их деятельность, так как потребительская кооперация в большей степени способна привлечь на рынок продукцию ЛПК рабочих совхозов и колхозников, более широко развернуть кооперативную торговлю, повысить общий объем продажи продовольственных товаров в промышленных центрах. Имеет смысл дать новое название рынкам, а именно - кооперативные рынки.

3. Потребительская кооперация должна иметь монопольное право на заготовку дикорастущих плодов, ягод, грибов и т.п.

Дикорастущие ягоды, грибы - это весомый вклад в реализацию Продовольственной программы СССР. Но наличие разнообразных организаций, которые ведут заготовки дикорастущих, отсутствие единого органа по их плановой заготовке и сохранности приводит к тому, что значительная часть ценных питательных дикорастущих плодов остается не использованной человеком.

В связи с возрастанием роли потребительской кооперации в закупках сельскохозяйственной продукции колхозов и совхозов, а также в целях углубления ее хозяйственных связей в агропроме, необходимо предусмотреть следующие организационно-экономические меры:

1. Укрепить материально-техническую базу потребительской кооперации. С учетом многоотраслевой деятельности, предусмотреть обеспечение кооперации за счет фондов АПК автомобильным, водным транспортом и др. техникой.

2. Через Госагропром СССР решать такие важные вопросы, как определение плана капитального строительства, его финансирование, определение генподрядчиков, выделение строительных и отделочных материалов и другие вопросы материально-технического снабжения.

3. Работникам потребительской кооперации, проживающим в сельской местности, предоставить равные права с работниками совхозов и колхозов на получение жилья, мест в дошкольных детских учреждениях и т.д.

Реализация этих предложений позволит потребительской кооперации внести более весомый вклад в развитие агропромышленного комплекса страны.

РОЛЬ АМОРТИЗАЦИИ В ХОЗЯЙСТВЕННОМ МЕХАНИЗМЕ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В.Я. Соколов

Хозяйственная самостоятельность торговых предприятий предопределяет необходимость пересмотра сложившегося порядка использования средств амортизационного фонда, который в условиях самофинансирования должен стать основным источником финансирования капитальных вложений, осуществляемых уставными торговыми предприятиями. Такое самофинансирование установлено Законом о государственном предприятии, однако основным его источником Закон называет фонды экономического стимулирования. Расширение источников безусловно увеличивает возможности предприятий, но для наиболее эффективного использования средств имеет смысл выделение средств амортизационного фонда из прочих средств предприятия, так как они характеризуются рядом особенностей. Строго целевое предназначение амортизации для капитальных вложений приводит к образованию кумулятивного эффекта, известного как эффект Ломана-Рихти, заключающегося в постоянном увеличении амортизационных отчислений при последовательном использовании их для приобретения новых основных средств, которые в свою очередь, сразу же вызывают новые отчисления в амортизационный фонд, тем самым эффект Ломана-Рихти аналогичен мультипликатору на макроэкономическом уровне. Учет кумулятивного эффекта чрезвычайно важен при планировании капитальных вложений, которые в условиях действия стабильных цен могут поддерживаться на необходимом уровне исключительно средствами амортизационного фонда, полностью обеспечивающими потребности технического перевооружения, реконструкции, в то время как расширение предприятий потребует привлечения других собственных средств и банковских кредитов.

Различные сроки службы основных средств, разномоментность их поступления и выбытия приводят к образованию значительного превышения свободных средств амортизационного фонда над потребностями предприятия в капиталовложениях. На этом, в частности, основана практика перераспределения амортизации в Министерствах и управлениях торговли, хотя далеко не всегда такое перераспределение оправдано, ибо оно не только нарушает хозяйственную самостоятельность торгов — полноправных государственных хозрасчетных предприятий, а также запрет вмешательства в их оперативную финансовую деятельность, наложенный на министерства и ведомства, и полностью игнорирует реальное хозяйственное положение предприятий: во-первых, банки обязаны уплачивать предприятиям проценты за привлекаемые средства фонда социального развития, в который направляются амортизационные отчисления, следовательно, изъятие амортизации означает изъятие и части прибыли в виде банковских процентов, во-вторых, в большинстве случаев у торговых предприятий амортизация изымается полностью, и они лишаются возможности проведения самостоятельной технической политики, если же амортизация изымается в размере определенной доли фонда, то размер самой доли ничем не обоснован. В то же время "излишние" амортизационные отчисления в торговых предприятиях все же существуют в виде так называемого перманентного остатка, представляющего собой размер амортизационного фонда, который всегда будет у предприятия, каковы бы ни были его капитальные вложения. Для расчета перманентного остатка возможно воспользоваться полным и сокращенным методами. Полный предполагает построение таблицы, показывающей остатка фонда амортизации в каждом году за вычетом израсходованных на капиталовложения средств, период времени при этом равен общему множителю нормативных сроков амортизации всех основных средств, наименьший размер фонда и соответствует перманентному остатку. Второй метод основан на предположении, что перманентный остаток равен амортизационному фонду после наибольших из произведенных капиталовложений. Определенная величина перманентного остатка не только может быть централизована, но и может быть тут же израсходована на чрезвычайные капиталовложения и даже финансирование оборотных

средств, поскольку она представляет собой излишне созданные издержки обращения, то есть излишне зарезервированную часть прибыли, которая может быть возвращена в оборот. При планировании размеров амортизационного фонда необходимо также учитывать банковские проценты, начисляемые за хранение средств этого фонда в банке, очевидно, эти средства должны увеличивать амортизационный фонд и использоваться для капиталовложений.

Самофинансирование технического перевооружения торговыми предприятиями необходимо, при действии кумулятивного эффекта оно позволит достичь нормальных, определяемых техническим прогрессом размеров обновления основных средств, при которых размер амортизационного фонда в пределе равен половине стоимости основных средств, значительные размеры которой сделают очевидным возможность покрытия чрезвычайных расходов, в том числе и на капиталовложения за счет перманентного остатка амортизационного фонда. Аналогичное положение сложилось сейчас с износом МЭП, который начисляется именно в размере 50 % от их стоимости. Все торговые предприятия обладают значительным перманентным остатком износа, поскольку списание МЭП никогда не достигает половины их наличия. Тем самым происходит излишнее резервирование части прибыли, которая должна быть использована по назначению, а не скрываться в пассивной статье "Износ МЭП", перманентный остаток которой во всех торговых предприятиях следует присоединить к уставному фонду в части оборотных средств, и в дальнейшем не допускать образования по ней скрытого резерва. С этой целью следует начислять износ не при передаче МЭП в эксплуатацию, а только в том случае, когда его размер в предприятии меньше величины, установленной путем статистических расчетов для данного предприятия.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

В.А. Суровцева

Хозяйственный механизм торговли должен обеспечивать необходимые социальные и организационные предпосылки для реализации социальной программы повышения благосостояния советских людей с наименьшими затратами общественного труда.

Новый хозяйственный механизм, действующий в настоящее время, в определенной мере отвечает этим требованиям. Так, снижено число показателей, устанавливаемых вышестоящими органами; повысилась роль трудовых коллективов в решении производственных задач; действуют экономические рычаги, направленные на экономное расходование ресурсов. Тем не менее, некоторые элементы хозяйственного механизма требуют дальнейшего совершенствования.

В условиях самофинансирования экономический норматив — основной плановый инструмент воздействия на предприятия и организации. В настоящее время нормативная база развита слабо. Нет научно обоснованных норм расходов по отдельным статьям издержек обращения, не разработаны нормы выработки для работников массовых профессий, действующие нормативы не всегда экономически обоснованы. Отсюда — планирование показателей от достигнутого уровня, не стимулирующее коллективы предприятий и организаций вскрывать все резервы увеличения объемов товарооборота и доходов, улучшать качественные показатели.

Несовершенны формы и системы оплаты труда в торговле. В государственной торговле большая часть работников находится на повременно-премиальной системе оплаты труда. Должностные оклады слабо дифференцированы в зависимости от трудоемкости, интенсивности, сложности труда. Так, для работников торгового зала установлены три квалификационные категории: младший продавец, продавец и старший продавец. Повременная форма оплаты труда не ориентирует на увеличение объема товарооборота, улучшение и оздоровление его структуры.

В отличие от государственной труд работников коопера —

тивной торговли оплачивается по сдельно-премиальной системе. Оплата труда работников массовых профессий производится по сдельным расценкам за 100 руб. товарооборота, которые слабо дифференцированы по типам предприятий, не достаточно увязаны с трудоемкостью реализации отдельных товарных групп. Такая система расценок не стимулирует совершенствование структуры товарооборота, а следовательно, удовлетворение потребностей населения в разнообразных товарах.

В новых условиях хозяйствования повышается роль валового дохода как экономического рычага воздействия на коллективы предприятий и организаций. Чем выше доходы, тем больше средств остается в распоряжении предприятий. А от последней суммы зависит величина фонда оплаты труда, планируемая в новых хозяйственных условиях в процентах от доходов.

Размер торговых скидок выступает как нормативный показатель. В нем должны быть заложены равные экономические условия торговым организациям и предприятиям независимо от принадлежности к той или иной системе, месторасположения и товарной специализации. Именно при этом условии валовой доход может выступать как экономический рычаг нового хозяйственного механизма.

На практике существующая система дифференциации торговых скидок, особенно в территориальном разрезе, не способна обеспечить равные экономические условия, т.к. в их размерах заранее заложено неравенство вследствие необоснованности. Особенно остро стоит проблема увеличения доходности для торговых предприятий и организаций, работающих в сложных экономико-географических условиях, например, в районах Сибири и Дальнего Востока. Несовершенство территориальной дифференциации торговых скидок подтверждается резкой колеблемостью рентабельности как государственной, так и кооперативной торговли. Уровень рентабельности торговых организаций и предприятий региона ниже союзного. Издержки обращения розничной торговли региона превышают средний уровень по СССР, а по отдельным статьям весьма существенно. Повышенные расходы обусловлены спецификой деятельности. В регионе выше, чем в среднем по стране, расходы на оплату труда (применение районных коэффициентов к заработной плате вызывает затраты в 1,5-2,0 раза

большие, чем в среднем по отрасли); выше расходы по хранению товаров, амортизации основных средств, содержанию зданий, сооружений, что связано в первую очередь с природно-климатическими условиями (длительность отопительного сезона, удорожание строительства и др.). Менее развитая транспортная сеть, большая протяженность между населенными пунктами увеличивает транспортные расходы. Практически весь валовой доход направляется на покрытие издержек обращения. Оставшейся части дохода недостаточно для нормальной работы в условиях самофинансирования и самоокупаемости. Следовательно, успешное выполнение торговлей своих функций невозможно без комплексного совершенствования всех элементов хозяйственного механизма.

РАСЧЕТНО-КРЕДИТНЫЕ РЫЧАГИ УЛУЧШЕНИЯ СНАБЖЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ТОВАРАМИ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

М.А. Сырг

На июньском (1987 г.) Пленуме ЦК КПСС было констатировано, что промышленность плохо выполняет планы производства товаров народного потребления по объему, качеству и ассортименту. Одновременно торговлю обвиняли в том, что население плохо обеспечивается даже товарами, имеющимися в достатке. Следовательно, нынешний экономический механизм недостаточно стимулирует и промышленность, и торговлю в лучшем обслуживании населения.

Одна часть существующего экономического механизма в виде расчетно-кредитного механизма также, в принципе, не противодействует возникновению и сохранению такого положения. Ведь производственное предприятие имеет право сдать расчетные документы в банк на инкассо на сумму отгруженных товаров, и торговая организация обязана сразу заплатить за них. Таким образом, в выполнение плана промышленности засчитывается оплаченная торговлей сумма, хотя товары еще не дошли до потребителя. Поскольку предприятия деньги уже получили, то изменить положение трудно. Как взыскивать с них всякие компенсации за мелкий ремонт товаров до продажи, их уценку или рас-

ходы по долговременному хранению и т.д.? С другой стороны, торговая организация получает от банка кредиты под непроданные товарные запасы. Поэтому ее также мало беспокоит своевременность и полнота продажи, поскольку у нее не возникает трудностей со своевременной оплатой новых партий товаров.

Одним из возможных выходов из этого положения является введение такого порядка, когда промышленность получает за товары народного потребления от торговли деньги только после продажи их населению. Тогда торговля могла бы перечислять им не первоначальную сумму, а ту сумму, которую согласился заплатить за товар потребитель. Конечно, промышленности перечислят сумму торговой выручки за минусом налога с оборота, торговой скидки и мелкий ремонт.

Такая перестройка расчетных отношений требует введения в более крупных торговых организациях учета посредством ЭВМ. Если компьютер соединить с кассами магазинов, то учет станет более оперативным. С другой стороны, такая перестройка расчетов требует также перестройки кредитования. Промышленным предприятиям следует выдавать кредит под отгруженные товары народного потребления с момента отгрузки до получения денег от торговли. Увеличение в виду этого ссудной задолженности у промышленных предприятий компенсируется соответствующим ее уменьшением у торговых организаций. У последних задолженность по кредиту под товарные запасы вообще не образуется.

Чтобы не снимать с торговли экономической ответственности за правильный заказ, хорошую организацию продажи и своевременное перечисление денег производителям, целесообразно, кроме административных мер, использовать торговую скидку. Скидку следует дифференцировать с учетом времени нахождения товаров в торговой сети. Если плановая скидка составляет единицу, то при досрочной продаже товаров она будет выше единицы, а при просрочке времени продажи данной партии товаров - ниже единицы. Скидку как в оптовой, так и в розничной торговле необходимо увязывать со сроком нахождения товаров в их руках. Наряду со стимулированием ускорения продажи товаров, эта мера направлена на уменьшение товарных запасов - на отказ от их преждевременного приобретения или приобретения в слишком большом объеме.

Поскольку торговая организация не будет получать банковский кредит, то она сможет перечислить деньги промышленности только тогда, когда получит их от продажи товара. Это исключает возможность обмана государства в результате авансовых перечислений средств.

Наши предложения, не увеличивая кредитных потребностей народного хозяйства, связывают компенсацию стоимости товара производителю с фактическим признанием его потребительной стоимости потребителем и одновременно уменьшают диктат производителя над потребителем.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА В РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В.М. Торопков, А.П. Корольчук

Одним из основных направлений дальнейшего роста эффективности труда работников торговли является повышение уровня его механизации. Однако следует отметить, что до сих пор в торговле еще не выработаны общепризнанные показатели измерения механизации труда в торговых предприятиях и методы их расчета. Получившие в последнее время распространение такие показатели, как данные о структуре основных фондов, объем выпуска торгового оборудования, показатель технической оснащенности предприятий и другие страдают отсутствием зависимости между их абсолютными величинами и степенью замены ручного труда механизированным, а также показатели, как уровень механизации труда, степень охвата работников механизацией, показатель механизации однородных работ, коэффициент механизации торгово-технологических процессов, общий коэффициент механизации связаны с большими трудностями при их расчете. Вместе с тем, отдельные из них являются составной частью других, что приводит в некоторой степени к их дублированию. Например, коэффициент механизации торгово-технологических процессов представляет собой часть показателя механизации однородных работ, а степень охвата работников механизацией — в несколько измененном виде показатель уровня механизации труда.

Поэтому, по нашему мнению, к показателям, представляющим практическое применение, следует относить уровень механизации труда, характеризующий степень освобождения работников от физического труда, а также показатель механизации работ, определяющий долю работ, выполненных механизированным способом в общем объеме работ.

Однако следует отметить, что уровень механизации труда отражает не только охват механизацией работников на различных участках технологического процесса, но также и качественную сторону механизации — технический уровень используемых машин и механизмов. Вместе с тем, различные виды оборудования отличаются друг от друга по степени механизации трудовых процессов, поэтому нами предлагается ввести дополнительно такой показатель, как уровень обеспеченности работников оборудованием, выраженный отношением стоимости оборудования к среднесписочному количеству работников.

С целью выявления степени влияния уровня обеспеченности торговой техникой работников на эффективность их труда и эффективность работы предприятий данный показатель рассчитан нами для магазинов самообслуживания, с индивидуальной формой продажи товаров, а также для универсамов в зависимости от величины торговой площади рассматриваемых магазинов.

Исследования показали, что между уровнем обеспеченности торговой техникой работников и эффективностью их труда существует тесная регрессивная связь, которая, как свидетельствует расчет индексов корреляции, может быть выражена логарифмическим уравнением типа

$$y = a_0 + a_1 \ln x_1,$$

где x — уровень обеспеченности работников розничной торговли торговой техникой, руб. на одного работника;
 y — товарооборот на одного работника магазина, тыс.руб.;
 a_0, a_1 — параметры уравнения.

Таким образом, вводимый нами показатель дает возможность оценить состояние механизации труда работников тяжелых и трудоемких операций, выявить резервы экономии живого труда, произвести сравнительную оценку существующих и проектируемых

комплексных схем механизации в магазинах, установить изменения в механизации труда за определенный период времени.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОБЛЕМ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ УСЛОВИЯМИ ТРУДА С ПОМОЩЬЮ ИМИТАЦИОННОЙ ИГРЫ

В.В. Трутанов

В социальной политике партии, сформулированной в новой редакции Программы КПСС, на первое место поставлена задача неуклонного улучшения условий труда советских людей. Главным инструментом претворения в жизнь этой задачи является формирование и отладка эффективного экономического механизма управления условиями труда. В настоящее время такой механизм пока не создан в связи с недостаточно глубоким познанием закономерностей его формирования и особенностей развития в условиях социалистического общества.

Одной из сложных проблем разработки механизма управления условиями труда является учет влияния социально-экономических интересов и поведения субъектов экономических отношений по поводу условий труда на процесс совершенствования этих условий. Достаточно глубоко и полно учесть это влияние можно лишь при помощи игрового имитационного моделирования.

Имитационная игра, разработанная в Новосибирском институте советской кооперативной торговли, позволила начать исследование эффективности действующего экономического механизма управления условиями труда в общественном питании потребительской кооперации с целью разработки на этой основе методических положений и практических рекомендаций по его совершенствованию.

В игре, состоящей из пяти частей, имитируется процесс совершенствования условий труда на одном из предприятий общественного питания. В материалах, отражающих состояние условий труда на этом предприятии, заложено 70 наиболее характерных отклонений от требований нормативно-технической документации. Перед участниками игры (руководители и специалисты потребительской кооперации) ставилась цель выявить эти

отклонения и их причины, разработать мероприятия по устранению этих отклонений, определить исполнителей и источники финансирования.

Методика игры позволила симитировать планирование условий труда как центральное звено экономического механизма управления условиями труда. Для этого в игре были опробованы различные формы и методы планирования, проверена эффективность новой системы показателей планирования и учета в области условий труда.

Развитие ситуации на рассматриваемом в игре предприятии было построено таким образом, что в случае серьезных промахов играющих уже на следующем этапе игры им приходилось анализировать отрицательные последствия своих ошибок – снижение производительности труда, увеличение текучести кадров, рост уровня производственного травматизма и профессиональной заболеваемости. И наоборот, разработка своевременных и обоснованных мероприятий по улучшению условий труда положительно сказывалась на социально-экономических показателях деятельности предприятия.

Важным моментом явилось включение в имитационную модель игры существующей системы экономического стимулирования улучшения условий труда. Использование этой системы стимулирования позволило вскрыть целый ряд ее существенных недостатков, обусловленных неразработанностью теоретических и методологических вопросов проблемы стимулирования в целом.

Спыт проведения имитационной игры позволяет также сделать вывод о необходимости совершенствования распределения задач и функции между уровнями и подразделениями управления, задействованными в формировании условий труда.

ПОДГОТОВКА И СТАБИЛИЗАЦИЯ ТОРГОВЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

К.В. Тюрк

Увеличение неравномерности распределения торговых кадров со специальным образованием обусловлено неравномерным распределением в масштабе республики контингента принимае-

мых в учебные заведения. В высших и средних специальных учебных заведениях г. Таллина и Тарту учатся преимущественно жители тех городов, которые все больше ориентируются по окончании учебного заведения не на профессию, а на место работы (район, город, предприятие). Направление их после окончания учебного заведения на работу в другие города и регионы республики связано с рядом трудностей. Кроме того, направленные на работу против собственного желания не способны относиться к ней творчески и в большинстве случаев не закрепляются на местах назначения.

В каждом регионе и на каждом предприятии необходимо создавать такие условия труда, которые позволили бы им самим комплектовать и закреплять нужные кадры. Торговые организации, мало обеспеченные специалистами, должны сами находить подходящих людей и посылать их учиться в качестве своих стипендиатов в высшие и средние специальные учебные заведения. Это позволяет формировать на предприятиях постоянные кадры.

При подготовке специалистов необходимо учитывать приобретение ими навыков руководящей работы. На практике образование экономиста лучше подходит для выполнения руководящей работы, чем образование товароведа. Поэтому, в Эстонии экономистов готовят в настоящее время вдвое больше, чем товароведов, в то время как их должностных мест в четыре раза меньше. В ходе анализа внутрисистемного движения торговых работников выяснилось, что заведующими торговых предприятий чаще становятся товароведы, тогда как многие экономисты работают бухгалтерами. Поскольку на руководящую работу относительно чаще направляются товароведы, то необходимо соответствующим образом ориентировать их подготовку.

Квалификационные характеристики, разработанные на основе отраслевого и функционального принципов, чрезмерно узки. По мнению автора, при подготовке специалистов следует ориентироваться на широкий профиль (например, "специалист внутренней торговли"), а окончательную специализацию проводить лишь в последний год обучения, после предварительного распределения.

При найме новых торговых специалистов (в том числе

руководящих работников) следует больше прежнего считаться с мнением членов коллектива. Для каждого нового работника следует предусмотреть испытательный срок, по завершении которого дать оценку его умениям и навыкам, его соответствию данной профессии, а также психологической совместимости с коллективом. Оценки дадут все или большинство членов коллектива, причем анонимно.

Среди причин низкой устойчивости торговых специалистов важное место занимает недовольство несоответствием их трудового вклада вознаграждению за труд. Трудовой вклад специалистов в разных отраслях одинаков, а оплата труда и общее вознаграждение за труд весьма различны. Поэтому многие торговые работники переходят на работу в другие отрасли, где вознаграждение за труд выше. По мнению автора, необходимо считаться с реальной народнохозяйственной структурой региона (республики, города), учитывать уровень оплаты труда аналогичного труда в других отраслях. Для этого надо дать республиканским органам право выработать и установить свои системы труда.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА В УСЛОВИЯХ ХОЗРАСЧЕТА

Н.Д. Убугунова

В ходе реализации радикальной экономической реформы хозяйственный механизм вызывает оживление в инвестиционной сфере торговли, которое стало возможным благодаря переводу предприятий и организаций на хозрасчет, закону о государственном предприятии и происходящим процессам демократизации общественной жизни.

Инвестиционная активность хозяйственного механизма в условиях хозрасчета прежде всего выражается в расширении источников финансирования капитальных вложений за счет нецентрализованных — средств из фонда производственного и социального развития. Необходимость качественного совершенствования материально-технической базы и укрепления социальной сферы

торговли обусловит повышение роли кредитных источников в финансировании капитальных вложений.

Качественный аспект инвестиционной активности хозяйственного механизма заключается в повышении уровня обеспеченности ресурсами инвестиционного комплекса, которое декларировано в постановлении ЦК КПСС и Совета Министров СССР от 17.07.86 г. "О совершенствовании планирования, экономического стимулирования и управления в госторговле и потребительской кооперации". Превращение права торговли первоочередного включения строительных объектов в план подрядных работ и обеспечения материально-техническими ресурсами в реальную практику требует от торговых организаций хозяйственной инициативы и настойчивости.

Опыт передовых организаций и предприятий, обобщенный на основе контент-анализа, показывает, что демократизация хозяйственного механизма и переход на хозрасчет позволяет этим организациям вести активную инвестиционную политику особенно в развитии социальной сферы. Эталонным предприятием может служить Винницкий универмаг, который собственными силами и за счет заработанных средств осуществляет масштабную строительную программу по возведению производственных и непроизводственных объектов. Реальный хозрасчет способствует выработке долгосрочной стратегии перспективного развития предприятий. Винницкий универмаг помимо первоочередного жилищного строительства планирует возвести торгово-бытовой комплекс, завод по производству оборудования, создать свое проектно-конструкторское и дизайнерское бюро¹.

Главная трудность в осуществлении отраслевых инвестиционных программ заключается в получении лимитов на подрядные работы и стройматериалы. Это вынуждает торговые предприятия и организации развивать собственную строительную базу. Благодаря хозрасчету появилась объективная возможность в развитии и укреплении собственной строительной индустрии в государственной торговле. Как и Винницкий универмаг, торговый центр "Омский" имеет свою стройгруппу, способную решать

¹Советская торговля. - 1988. - 15 марта.

строительные задачи^I. РСУ Рязанского управления торговли имеет собственное производство по выработке стройматериалов, позволяющее быть ему желанным дольщиком в осуществлении строительных программ. Управление торговли Иркутской области планирует создать РСУ с годовым объемом работ в 10 млн. руб. Переход на новые условия хозяйствования сделал возможным выдвигать задачи, нереальные до недавнего времени. Например, создание регионального завода по производству строительных материалов на долевых началах в Забайкалье.

В связи с инвестиционной активностью хозяйственного механизма возникают новые проблемы формирования политики капитальных вложений на уровне областных, городских управлений торговли и хозрасчетных предприятий. Необходимы нормативные материалы, прежде всего, по планированию нецентрализованных капитальных вложений, методам измерения сравнительной эффективности затрат.

Содержание инвестиционной политики, определяющей главные приоритеты распределения капитальных вложений и структурные пропорции в отрасли на уровне управлений торговли и хозрасчетных предприятий конкретизируется и превращается в реальность. Отсюда вытекает значение и актуальность проведения обоснованной, ориентированной на научно-технический прогресс инвестиционной политики территориальных органов управления и хозрасчетных предприятий. Проведению такой политики будет способствовать так называемая служба заказчика, в которой помимо инженеров должны быть экономисты, способные разрабатывать перспективную стратегию развития отрасли в регионе, городе.

Таким образом, переход предприятий и организаций торговли на хозрасчет создает объективные основы для усиления инвестиционной активности и качественного совершенствования материально-технической базы отрасли в целях наиболее полной реализации достижений научно-технического прогресса.

^I Советская торговля. - 1988. - 21 января.

РОЛЬ УЧЕТА В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА В ТОРГОВЛЕ

Ф. Н. Шарапанова

При переходе торговых предприятий на новые условия хозяйствования не может и не должен в стороне оставаться бухгалтерский учет, так как от реальности фактических конечных результатов работы, выявленных в системе бухгалтерского учета зависит благополучие трудовых коллективов, финансовая устойчивость и платежеспособность предприятия. В этих условиях нужно коренным образом изменить организацию учета и сделать основной упор в учете и контроле ключевых моментов, оказывающих непосредственное влияние на результаты работы.

К ключевым моментам следует отнести:

- осуществление контроля за выполнением договоров поставок **товаров** в установленном ассортименте и в сроки;
- снижение товарных потерь;
- избавление от неходовых и залежалых товаров, сокращение сверхнормативных товарных запасов;
- сокращение расходов на всем пути товародвижения;
- рациональное использование трудовых, материальных и финансовых ресурсов;
- оперативный учет выявления доходов и постоянное сопоставление их с затратами.

По всем ключевым моментам необходимо организовать обособленный учет, выделив для этого специальные счета и субсчета. Организовать на них учет дополнительных затрат, связанных с невыполнением договоров поставок товаров, с наличием и ликвидацией товарных потерь, с избавлением от неходовых и залежалых товаров, с сокращением сверхнормативных товарных запасов.

В практике учета расходы торговых предприятий в течение месяца учитываются по фактической величине и в конце месяца они сравниваются со сметой. Такой порядок учета мало оказывает влияния на конечные финансовые результаты. Необходимо организовать оперативный учет расходов в сопоставлении с доходами.

Использование трудовых, материальных и финансовых ресурсов регламентируется Положениями, нормативными и другими директивными документами. В новых условиях хозяйствования необходимо пересмотреть действующие нормативы и вести учет по центрам ответственности. Это позволит определить конкретное лицо, виновное в их нерациональном использовании или обеспечивающие экономию. Необходимо также активизировать действие принципа самоуправления, то есть придать ответственному лицу - руководителю - больше самостоятельности и маневренности, чтоб он по деловому изыскивал резервы экономии.

Целесообразно также ввести паспорта по центрам ответственности. В настоящее время в торговле разработаны паспорта предприятий, но они слишком объемные, включают много показателей, которые требуется не только фиксировать, но и обобщать и анализировать. Понятно, что этим могут заниматься только высококвалифицированные экономисты. Отдача же от ведения паспортов предприятий не велика.

Рекомендуется в паспорта по центрам ответственности включать не более 5-7 показателей, характеризующих качественную сторону деятельности руководителя, например: выполнение плана товарооборота, соблюдение ассортиментного минимума товаров в магазине, сокращение товарных потерь, сверхнормативных товарных запасов и расходов, использование фондов экономического стимулирования. Разумеется, такой перечень показателей относится к конкретному магазину. Но и для других ответственных работников и специалистов можно разработать аналогичные паспорта, соответствующие специфике их производственной деятельности.

Данные паспортов можно использовать при выявлении конечных финансовых результатов, при подведении итогов социалистического соревнования и премировании, а также в экономическом анализе и планировании.

Техническая перевооруженность предприятий торговли, их оснащенность новым оборудованием и средствами вычислительной техники требуют больших капитальных вложений. Экономический эффект от их внедрения по действующим методикам определяется лишь при проектировании и на период срока окупаемости. Необходимо разработать методики определения экономической

эффективности от применения ЭБМ, ЭБТ и ПЭВМ и соизмерить затраты с доходами на всем периоде их функционирования.

Таким образом, практическое внедрение вышеуказанных предложений будет способствовать повышению эффективности торговли, что соответствует интересам развития народного хозяйства СССР.

НЕКОТОРЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

А.Л. Шушарин

Совершенствование хозяйственного механизма – это, на наш взгляд, главное условие улучшения торговой деятельности. Хороший хозяйственный механизм обеспечит выполнение плана даже в условиях товарного дефицита, несовершенной организации материально-технического снабжения и прочих внешних по отношению к торговле неблагоприятных обстоятельств, поскольку подключает такой мощный двигатель как материальный интерес.

Основные принципиальные положения современного хозяйственного механизма торговли изложены в "Сборнике нормативных и методических материалов ...", утвержденных Минторгом СССР 5 ноября 1986 г. Первый опыт работы в новых условиях показывает, что эти документы, к сожалению, не обеспечивают проведения в жизнь принципа единства материальной заинтересованности всех участников процесса производства, хранения, транспортировки и реализации товаров в увеличении розничного товарооборота. В соответствии с ними, фонд оплаты труда определяется путем умножения величины доходов, остающихся в распоряжении предприятий, на норматив образования этого фонда. Тем самым, фонд оплаты труда образуется не в прямой зависимости от товарооборота, да и вообще от главной деятельности торговых организаций, поскольку размер доходов складывается из доходов от торговой и неторговой деятельности, зависит от величины обязательных отчислений и платежей и пр. В сумму доходов от торговой деятельности включаются

торговые, средние торговые, оптово-сбытовые скидки, наценки и т.п., которые от предприятия не зависят и далеко не всегда отражают истинные размеры товарооборота.

Еще более неопределенными являются принципы образования фонда оплаты труда структурных торговых и хозяйственных единиц предприятий (т.е. отдельных магазинов, например). А фонд оплаты труда работников аппарата управления на всех уровнях определяется в процентах от суммы фондов оплаты труда подведомственных предприятий (организаций). Это откровенно затратный принцип, стимулирующий не экономию фонда зарплаты, а его увеличение.

Если говорить об отдельных категориях персонала, то более или менее тесная зависимость между заработком и главным конечным результатом устанавливается только в хозрасчетных бригадах. Но и эта зависимость не полная: бригадный коллективный заработок не должен быть ниже суммы окладов (тарифных ставок) членов бригады. У всех других категорий работников зависимость между зарплатой и трудовым вкладом, а тем более ростом реализации, совершенно неопределенная. Таким образом, в торговле, на наш взгляд, сложилась парадоксальная ситуация – в то время, как во всех отраслях вводится нормативный метод образования фонда зарплаты (в зависимости от главного конечного результата), в торговле зависимость между оплатой труда и товарооборотом отсутствует. Предусмотрена только зависимость размера премий от выполнения плана товарооборота, но и она оговорена разными дополнительными условиями. Например, наряду с главным показателем премирования – товарооборотом, вводятся не менее двух основных показателей, в зависимости от выполнения которых ставится до 50 % премий. Минторги, кроме того, могут устанавливать для руководителей предприятий другие главные показатели премирования. Важно отметить и то, что премирование производится по устаревшему принципу – за выполнение или перевыполнение плана, что стимулирует принятие заниженных планов. Во многих же передовых отраслях стимулируется прирост показателей – по сравнению с прошлым годом, или со средним уровнем за прошедшую пятилетку. И последнее: четко определен предельный размер премии, выплачиваемой руководителям, что снижает само-

стоятельность предприятий.

По нашему мнению, реализовать принцип зависимости зарплаты от объемов товарооборота можно, например, таким путем. Фонд оплаты труда надо определить по стабильному долговременному нормативу от объема товарооборота. В границах этого общего фонда не следует выделять особые фонды оплаты труда разных категорий персонала, в т.ч. руководителей, тем более рассчитываемые исходя из других принципов. Вообще, не следует в пределах этого фонда устанавливать сверху какие-либо количественно регламентированные структурные разделы — это прерогатива самого предприятия. Месячную зарплату всех работников торговли, особенно руководителей, следовало бы сделать состоящей из двух частей. Основная часть, равная, например, 80 % оклада (тарифной ставки), выплачивалась бы ежемесячно как гарантированный минимум. Остальные 20 % суммировались бы и выплачивались в конце квартала, но при условии обеспечения заданного к уровню соответствующего периода прошлого года прироста товарооборота. За достижение прироста в больших размерах зарплата увеличивается уже сверх оклада (тарифной ставки). Для такого увеличения используется прирост общего фонда оплаты труда, полученный за рост товарооборота (по долговременному нормативу) и распределяемый по коэффициентам трудового участия. При этом не следует централизованно устанавливать какие-либо "потолки" уровня зарплаты отдельных работников. Премии при такой системе оплаты труда следует выплачивать за важнейшие качественные показатели работы.

Реализация этой принципиальной схемы (конечно, с необходимыми уточнениями и конкретизацией) во всех звеньях торговли неизмеримо повысит заинтересованность работников в изыскании всех резервов роста товарооборота. Она более соответствует экономической сути таких категорий как заработная плата и премия.

Материальное стимулирование работников может быть достаточно полно и последовательно организовано только в условиях оперативной самостоятельности торговых единиц и их ответственности за свои действия. В соответствии с указаниями Минторга СССР основной производственной единицей, на ко-

торую распространяется Закон о предприятии, является крупный магазин, фирма, торг, орс. На прочие магазины этот закон не распространяется. Тем самым значительно ущемляется инициатива торговых работников — получается, что низовой коллектив, непосредственно участвующий в торговле, прав для самостоятельной коммерческой деятельности и расширения товарооборота не получил, а органы управления, непосредственно в обслуживании покупателей не занятые, имеют оперативно-хозяйственную самостоятельность. Данное положение ослабляет всю систему материального стимулирования в торговле.

Мы считаем целесообразным распространить на магазины некоторые элементы новых методов хозяйствования, повышающие их коммерческую самостоятельность. Например, следует доводить до магазинов некоторые экономические нормативы, в первую очередь, образования фонда оплаты труда, фонда производственного и социального развития, а также нормативы отчислений вышестоящим органам. Конечно, величина этих нормативов и назначение образуемых фондов не могут быть тождественны соответствующим значениям для торгова, они должны определяться индивидуально. Но само их установление в условиях единой материальной заинтересованности работников будет способствовать децентрализации ответственности за товарооборот, делегированию некоторых полномочий торгова магазинам.

В совершенствовании нуждается и система стимулирования обслуживающих розничную торговлю организаций, оптовых баз и поставщиков. Некоторые положения такой системы реализованы в Томской области в рамках программы "Торговля и бытовое обслуживание".

АКТУАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ В ВНР

Я. Бельчиков, Л. Дьёрко

Организация торговли всегда определялась общей экономической политикой страны. Это отражается и в истории последних десятилетий, в течение которых изменение направлений развития экономики обуславливало становление разных этапов раз-

вития и организации торговли, смену одного этапа другим.

I этап. Характерная для 50-х годов политика индустриализации и международное положение Венгрии отодвинули на задний план "третью сферу". В этот период говорить о развитии торговли невозможно.

II этап. В 60-е годы политика повышения жизненного уровня, более интенсивная экономическая жизнь выдвинули на передний план улучшение уровня снабжения товарами. В сфере торговли начали применяться централизованные инвестиции. Заинтересованность предприятий выражалась в завоевании поддержки органов управления, в приобретении новых торговых подразделений. Но на самих предприятиях соответствующей внутренней организаторской работы практически не было, и ничто не стимулировало предприятия ею заниматься.

III этап. С 1968 года возросли заинтересованность и роль предприятий в увеличении числа торговых подразделений. В 1971 году постановлениями ВСРП и Правительства устанавливаются роль и значение внутренней организаторской работы предприятий: предприятия принимают формальные меры, создают группы по организаторской работе, но содержательная сторона проблемы по-прежнему не проявлена.

IV этап. В 80-е годы завершился этап экстенсивного развития, для значительных капитальных вложений уже нет ни централизованных средств, ни средств предприятий. В то же время нехватка рабочей силы увеличила проблемы предприятий. К этому времени предприятия более серьезно начали изыскивать внутренние ресурсы, с помощью которых можно было выполнить возросшие задачи.

В наши дни формируется существенно новая ситуация: при данных народнохозяйственных условиях для предприятий жизненно важным вопросом становится рациональное хозяйствование с применением самых эффективных организаторских методов.

Для того, чтобы предприятия отвечали новым требованиям, нужны и технические условия. Значение технических условий двойное: с одной стороны, это машины, устройства, оборудование, облегчающее работу в торговых подразделениях, а с другой - система средств, применяемых в административной и управленческой работе.

Техническую оснащенность торговых подразделений в Венгрии можно считать очень скромной. Образующиеся средства развития недостаточны даже для поддержания нынешнего уровня большинства предприятий. По нашим расчетам, время возмещения капитального вложения в один магазин типа ABC равно примерно 50 годам. Таким образом, невозможно говорить о рентабельности капитальных вложений — особенно в отрасли торговли товарами повседневного спроса. Немалые проблемы возникают и в связи с рекомендацией устаревшего оборудования.

Предприятия должны продуманно заменять машины и оборудование в своих магазинах. Для облегчения принятия решений нами разработана система показателей, которая помогает рассчитывать оснащенность машинами на единицу товарооборота и основной площади (имея в виду и технические параметры). С помощью этой системы можно определить разницу уровней между отдельными магазинами. Применение этого метода позволяет оказывать максимальное предпочтение тем магазинам, в которых приобретение нового оборудования будет относительно более рентабельным.

Система обработки данных требует технического и организационного совершенствования. К сожалению, предприятия, иногда в силу необходимости, а иногда по незнанию дела, выбирают ситуативно более дешевое, но неперспективное решение.

Тенденции технического развития венгерской торговли в значительной мере определяются международными тенденциями. Участие ВНР в международной торговле заставляет промышленные предприятия все шире вводить единую систему идентификации товаров на основе единичного индекса товаров и их электронную обработку. С 1 января 1984 г. ВНР является членом Международного общества идентификации товаров. Проводится экспериментальное введение линейного кода товаров, в первую очередь экспортных, где этого требует сам заказчик, ориентирующийся на рынок. Во внутренней торговле только путем усиления конкурентоспособности можно добиться более значительного использования линейного кода. Пока рыночное принуждение в должной степени недействительно и промышленность не выполняет это требование, задачу по надобности решают рознич-

ные или оптовые торговые предприятия.

Имеющаяся ныне система общих экономических условий в Венгрии не способствует кардинальным организаторским решениям, но это не значит, что не следует искать резервы организации, с помощью которых можно повысить эффективность работы торговли и улучшить мнение населения о ней.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОЛХОЗНОЙ РЫНОЧНОЙ ТОРГОВЛИ ЭССР

Э. Кипасто

1. Колхозная рыночная торговля^{х)} является формой советской торговли, при которой цены товаров образуются в результате соотношения спроса и предложения, т.е. учитывая закон стоимости.

Являясь по своему характеру самой конкурентозрелой системой, она сильно ссужена со стороны организованного рынка (государственная и кооперативная торговля), которая распределяется основной массой товаров и сбывает их по твердым ценам. При этом имеет особое значение тот факт, что розничные цены ряда основных групп товаров рынка (картофель, мясо, молоко) гораздо (почти в 2 раза) ниже их нынешних средних производственных расходов.

Дополнительную конкуренцию составляет рыночной торговле и та часть кооперативной торговли, которая производит закуп и продажу сельхозпродуктов по ценам договоренности.

Элементами конкурентоспособности рыночной торговли являются стабильность наличия товаров, их выбор, качество, продажная цена и культура обслуживания.

По сравнению с организованным рынком характеризуется современный рынок ЭССР при более широком выборе и качестве продуктов, значительно более высокими ценами.

2. По своему характеру рыночная торговля является нужной и незаменимой формой торговли, выполняя следующие функ-

^{х)} В дальнейшем — рыночная торговля.

ции общего назначения:

- стимулирует производителя-сбытателя в его работе, давая ему возможность на более выгодных условиях реализовать продукцию своей работы;

- предлагает покупателю необходимую альтернативу против организованного рынка по выбору товаров, культуре обслуживания, ценам и качеству;

- удовлетворяет потребности покупателя в экстремальных ситуациях (перебой в деятельности организованного рынка, возникновение особых положений в государственном хозяйстве).

3. Удельный вес рыночной торговли в общем товарообороте республики маленький и постоянно уменьшается (в 1975 г. составлял 0,7 %, в 1985 г. 0,6 %, в 1987 г. 0,5 %).

Продажа продовольственных товаров на рынках по сравнению с продажей аналогичных товаров в итоге по республике так же низкая - по обороту ниже 2 %, по количеству около 4 процентов.

Хотя общий оборот рыночной торговли возрастает (например, за период 1980-1987 гг. в 1,6 раза), происходит это в основном за счет повышения цен.

Отрицательным является и то обстоятельство, что рыночная торговля уступает той части кооперативной торговли, которая торгует по ценам договоренности (в 1987 г. почти в 2 раза).

Учитывая положение, при котором в 1988 г. прибавляется к торговле по ценам договоренности и сеть государственной торговли (хотя с ограничениями), приобретает проблема рыночной торговли все более экзистенциальное значение.

4. Несмотря на объективные факторы, связанные с монопольным положением организованного рынка, естественным расширением других торговых систем, интенсификацией заготовительной деятельности, а так же введением элементов рыночной торговли в сферу деятельности организованного рынка (продажа продуктов по ценам договоренности), нынешнее положение рыночной торговли далеко не соответствует его роли и потенциальным возможностям.

В значительной мере воздействовали на конкурентоспособ-

ность рынков и внутренние факторы, в первую очередь, образование кардинальной отсталости материально-технической базы рынков. Крытые рыночные здания, которые обеспечивают нормальную круглогодичную торговлю, имеют лишь 13 % рынков. Отсутствует в необходимом объеме и качество складского хозяйства. Рынки не имеют своего грузового транспорта. Основные средства ряда рынков почти полностью амортизированы (уровень амортизаций по республике в целом 40 %).

Вторым существенным недостатком управленческой деятельности являлось отсутствие системы стимулирования, обеспечивающей эффективную регулировку рыночной торговли, в результате чего оказание влияния на предложение товаров, их цены и качество деятельности работников рынков оставалось недостаточным.

Крайне неудовлетворительно производилось управление деятельностью маленьких рынков республики.

5. Улучшение и интенсификация рыночной торговли состоят в решении проблем, влияющих на деятельность и развитие рыночной торговли.

Элементами основной проблемы, которой является неудовлетворительная конкурентоспособность рынков, являются:

- Ограниченность товарного спроса (рынки посещают в основном покупатели, ориентирующиеся на них). Относительно высокая цена продаваемой продукции, как главная причина ограниченного спроса.

- Неравномерность и недостаточность товарного предложения (суженность в зимний период).

- Ограниченность инфраструктуры рынков.

- Уровень обслуживания производителя-сбытателя.

- Неудовлетворительная дислокация рынков.

- Недостаточная рентабельность рыночной торговли.

- Низкая стимулированность работников рынков.

6. Основными путями повышения конкурентоспособности рыночной торговли, как главной цели, являются:

- Рациональное, с учетом перспектив, развитие материально-технической базы рынков. Основной задачей должно стать обеспечение круглогодичной торговли.

- Модернизация инфраструктуры рынков.

- Увеличение предложения товаров (особенно через более широкое привлечение сельских хозяйств и повышение роли торговых служб рынков) для оказания влияния на их цены.

- Создание и внедрение системы стимулирования, всесторонне регулирующей развитие рыночного хозяйства.

- Для уменьшения риска при торговле сельхозпродуктами, создание (использование) подсобного производства для переработки товарных излишков.

- Усовершенствование организации и управления рыночной торговли.

Естественно, для полной нормализации конкурентоспособности рынков требуется реформация существующей системы ценообразования.

7. Постановлением ЭКП и Совета Министров ЭССР от 12.У. 1987 г. за № 259 "О мероприятиях по улучшению работы колхозных рынков" созданы предпосылки для более форсированного развития материально-технической базы рынков. В связи с подчинением рынков одной организации (ЭРСЮ) возникли благоприятные условия и для рационализации системы управления.

НЕКОТОРЫЕ АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
ОСНОВНОГО (ПЕРВИЧНОГО) ЗВЕНА УПРАВЛЕНИЯ
ОБЩЕСТВЕННЫМ ПИТАНИЕМ

А. Аамер, А. Блумберг

1. Совершенствование системы управления народным хозяйством — один из узловых вопросов экономической политики партии на современном этапе перестройки экономики и всей жизни нашего общества. Актуальность проблемы совершенствования управления всеми отраслями народного хозяйства, в том числе и общественным питанием, определяются ростом масштабов и качественными сдвигами в экономике, которые предъявляют более высокие требования к системе управления. Как отмечалось в материалах XXVII съезда КПСС, "в конечном счете все, что мы делаем по совершенствованию управления и планирования, перестройке организационных структур, направлено на создание условий для эффективной работы основного звена хозяйственной системы — объединения, предприятия" (I, с. 35).

В народнохозяйственном продовольственном комплексе все основные отрасли воспроизводства продуктов питания последовательно взаимосвязаны, каждая стадия выполняет и контролируемые функции по отношению к предыдущей. Общественное питание составляет важное звено этой цепи, участвуя на третьем и четвертом звене продовольственного комплекса. В общественном питании имеются объективные возможности для обеспечения населения научно обоснованным сбалансированным питанием, но для этого необходимо, чтобы общественное питание занимало доминирующее по сравнению с торговлей положение в удовлетворении потребностей населения в продуктах питания. Однако для реализации этой задачи необходимо увеличить объем реализации кулинарной продукции по сравнению с существующим уровнем в среднем в 2,5–3 раза. Это возможно только при резком увеличении уровня индустриализации производства собственной продукции.

2. В настоящее время производством различных полуфабрикатов в большой мере занимаются предприятия Госагропрома ЭССР. Доля мясных и рыбных полуфабрикатов промышленного про-

изводства в 1985 г. в государственных организациях общественного питания составила соответственно 92,3 и 98,8 % от используемого сырья, доля централизованной переработки картофеля и овощей составила соответственно 92,1 и 93,1 %. Однако в последние годы доля полученных от предприятий Госагропрома полуфабрикатов заметно сократилась. Эти тенденции не отвечают требованиям перестройки. Нужна более глубокая интеграция предприятий Госагропрома в рамках агропромышленного комплекса, а также и совершенствование внутриотраслевой кооперации в общественном питании.

3. В результате анализа сводной эффективности 67 объединенных предприятий общественного питания (ОПОП) системы Министерства торговли ЭССР нами выяснено, какие ОПОП имеют более высокую сводную эффективность по сравнению с показателями по системе в среднем и какие ОПОП имеют эффективность ниже среднего по системе. Для этой цели применен т.н. метод комплексного анализа хозяйственной деятельности. На основные соответствующие материалы найдены показатели синтетической эффективности по формуле:

$$J_{\text{сф}} = \frac{2 \sum \beta_{ij}}{n^2 - n},$$

где β_{ij} - элементы, находящиеся под главной диагональю упорядоченной матрицы эффективности;
 n - число элементов матрицы ($n = 11$).

Результаты анализа свидетельствуют, что при действующей структуре управления более высокую сводную эффективность имеют в основном хозрасчетные ОПОП Таллинского объединения ОП, которые в основном организованы по территориальному признаку и имеют в качестве головного предприятия ресторан, кафе или столовую-заготовочную. Самую низкую эффективность имеет большинство мелких ОПОП рабочего питания, в частности в Кохтла-Ярвеском тресте ОП и в организациях общественного питания других городов. Одновременно подтверждается существование внутренних резервов для более результативной работы в масштабах ОПОП. Об этом свидетельствуют как относительно удовлетворительный уровень структуры ресурсов ОПОП, результаты использования их и особенно неудовлетворительный уро-

вень использования производительности ресурсов. На это указывает и тесная связь между использованием ресурсов и сводной эффективностью. Таким образом, имеются реальные возможности для повышения экономической и социальной эффективности общественного питания в городах республиканского подчинения ЭССР. Предпосылки для этого имеются.

4. Помимо других применяемых мер, в условиях внедрения полного хозрасчета и нового порядка экономического стимулирования необходим пересмотр действующей оргструктуры управления общественным питанием, в частности, на основном уровне управления. По материалам анализа по нашему убеждению целесообразными являются такие ОПОП, которые по территориальному признаку объединяют 30 и более единиц питания, имеют в составе головное заготовочное, специализированные цеха и кулинарные магазины, наделены правами предприятия (объединения). На основании оптимизации числа ОПОП в городах в рамках хозрасчетных городских объединений (комбинатов) общественно-го питания в перспективе целесообразным представляется создание единого хозрасчетного республиканского объединения (управления).

5. Дальнейшее развитие общественного питания в ЭССР должно сопровождаться значительным повышением его технической оснащенности, в условиях повышения роли местных территориальных органов управления, повышенной требовательности к вопросам хозрасчета, самофинансирования и доходности предприятий (объединений) общественного питания.

ПРОБЛЕМЫ ДАЛЬНЕЙШЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

В.П. Венграускас

Почти год как общественное питание работает при новой системе хозяйствования. Достигнутые результаты отрасли обнадеживающие, но рядом выявились положительные и отрицательные стороны нового хозяйственного механизма.

С положительной стороны оцениваются установленные объ-

единениям общественного питания планы товарооборота и стабильные до конца пятилетки нормативы отчислений в бюджет и создания других фондов. Выросла самостоятельность объединений и предприятий общественного питания. Они стали искать резервы для увеличения валовых доходов, снижения издержек производства и обращения.

По нашему мнению, в отрасли еще только налаживаются действия нового хозяйственного механизма ибо он был внедрен поспешно, почти административными методами. Причины этого, на наш взгляд, носят как экономический, так и организационный характер.

Во-первых, не были до конца решены вопросы рентабельности организаций и предприятий общественного питания и тем самым созданы благоприятные экономические основы для внедрения в отрасль экономических методов хозяйствования. Во-вторых, при переходе на новую систему хозяйствования не была осуществлена реорганизация организационной структуры управления общественным питанием. В-третьих, недостаточная подготовленность, субъективизм при переводе на новые условия хозяйствования снизили эффективность нового хозяйственного механизма. В-четвертых, сам новый хозяйственный механизм по существу противоречит функциональной цели общественного питания.

Совершенствование хозяйственного механизма общественного питания должно опираться на основные черты экономическими методами управляемого хозяйства и на стратегические установки экономической реформы, принятые на Июльском пленуме ЦК КПСС.

Для экономических методов управления характерно:

1. Горизонтальные связи, когда решения какого-либо члена экономики никому не обязательны. Все хозяйственные организации и все члены экономики должны соблюдать Конституцию, законы, правовые нормы. Любое хозяйственное решение принимается только при всестороннем анализе его полезности.

2. Распределительные отношения заменяются экономическими. Таким образом, исчезают какие-либо распределители.

3. Дающие распоряжения экономически отвечают за последствия. Таким образом, не остается командующих — на самом деле они превращаются в заказчиков, распоряжающихся соответст-

вущим пакетом денег.

4. Контролируется только соблюдение законов, правовых норм. В хозяйственных подразделениях преобладает экономическое саморегулирование.

Действительно новые условия хозяйствования, реализующие экономические установки экономической реформы, включают:

1. Основная цель всех членов экономики и хозяйственных организаций, подразделений, индивидов — максимум прибыли, доходов.

2. Все члены экономики и хозяйственных организаций, подразделений, индивиды принимают решения, полезные только для себя.

3. Все хозяйственные организации свои производственные программы формируют самостоятельно на основе изучения спроса и оценки полезности возможных вариантов. Не существуют плановые задания и экономически необоснованные распоряжения.

4. Хозяйственным организациям не устанавливаются никакие плановые показатели. В прямых договорах или контрактах устанавливается количество, качество, сроки, технические условия, обоюдная экономическая ответственность при поставке продукции или предоставлении услуги.

5. Хозяйственные организации сами (или привлекая специализированные исследовательские, проектные организации) прогнозируют спрос, технический прогресс, конкурентность продукции, разрабатывают пятилетние, текущие планы развития, выполняют технико-экономические расчеты, анализ вариантов.

6. Отказ от каких-либо распределений, лимитов, фондов. Ресурсы, товары покупает тот, кто имеет деньги. Капиталовложения и фонды поощрения формируются из заработанных средств или кредитов.

7. Экономические отношения государства, общества, хозяйственных организаций и индивидов регулируются следующими экономическими нормативами: налог от доходов или прибыли, дифференцированный рентный налог за земельные угодья, природные ресурсы, налог в региональные бюджеты.

Из вышеизложенного следует основные направления дальнейшего совершенствования хозяйственного механизма в общественном питании.

Во-первых, отказаться от планирования товарооборота, оборота собственной продукции, установления соотношений между темпами прироста фонда оплаты труда и товарооборота.

Во-вторых, разработать такой экономический механизм формирования валовых доходов предприятий, организаций общественного питания, который создал бы примерно одинаковые условия хозяйствования для всех хозяйственных единиц питания.

В-третьих, систему экономического стимулирования работы хозяйственных единиц питания, предприятий выбирают самостоятельно на основе самоуправления.

В-четвертых, формирование организационной структуры отрасли необходимо осуществлять на основе обособления ее от торговли и начинать снизу вверх, т.е. самые низкие звенья сами решают, какой орган управления создать для ведения общей хозяйственной деятельности и т.д.

Только при решении вышеупомянутых проблем в общественном питании будут созданы основы для внедрения действительно нового хозяйственного механизма.

РАЗВИТИЕ КООПЕРАТИВОВ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

У.Я. Венесаар

Постановление Совета Министров ЭССР от 17 марта 1987 г. № 114 явилось юридической основой для создания и развития в республике кооперативного сектора в общественном питании. Целью создания кооперативов общественного питания является привлечение дополнительных ресурсов для более полного удовлетворения потребностей населения в услугах отрасли. Возникла возможность дополнить государственную систему предприятий общественного питания, помочь в какой-то степени снять остроту проблемы посадочных мест, увеличить охват населения услугами отрасли. Кооперативы позволяют повысить гибкость работы системы предприятий общественного питания как в городах, так и в мелких населенных пунктах, в деревне, в дороге, при обслуживании различных мероприятий и т.д.

Организация кооперативов и управление ими характеризу-

ются большей демократичностью по сравнению с существующей в отрасли системой, а также более высокой ответственностью каждого кооператора за конечные результаты своего труда. Поэтому развитие кооперативного сектора является резервом интенсификации труда и повышения эффективности отрасли. Хозяйственный механизм кооперативов станет моделью дальнейшего совершенствования государственного сектора общественного питания.

На 1 апреля 1968 года в Эстонской ССР зарегистрировано 117, а к работе приступили 49 кооперативов общественного питания, реализовав за весь период своего действия населению продукцию на 1,3 млн. руб.

Министерством торговли ЭССР, ЭРЦИО, их организациями и предприятиями общественного питания совместно с исполкомами на местах проводится организаторская работа по созданию кооперативов, оказывается творческая помощь в их работе, решаются вопросы кооперации между разными секторами общественного питания и т.д.

Однако, опыт работы кооперативов поставил проблемы, без решения которых невозможно дальнейшее ускорение движения вперед. Для развертывания работы кооперативов общественного питания необходимо:

расширить роль местных Советов в развитии кооперативов общественного питания, в практическом управлении их работой, представляя местным Советам право вводить налоговые льготы для социально особо значимых типов предприятий и услуг;

разработать критерий территориального планирования предприятий общественного питания (включая кооперативы), учитывая местный спрос, наличие ресурсов и их эффективное использование;

совершенствовать налогообложение кооперативов, стимулируя развитие рекомендуемых типов предприятий, выпуск продукции требуемого населением ассортимента, умеренное ценообразование и другие прогрессивные виды их деятельности;

для достижения высокой культуры обслуживания населения установить оценки квалификации работников кооперативов, а также их подготовки и переподготовки;

совершенствовать хозяйственный механизм предприятий

общественного питания государственной торговли и потребкооперации с тем, чтобы создать равные условия для участия государственного и кооперативного секторов в экономических процессах.

Деятельность кооперативов подтверждает, что у предприятий государственной торговли и потребкооперации появляется конкурирующий партнер. При этом особо важным является развитие форм сотрудничества партнеров для реализации общей цели их деятельности - как лучше обслуживать население.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА И АНАЛИЗА РЕЗУЛЬТАТОВ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ С РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕЙ

Г.Г. Завилейский, М.И. Стома

За годы 12-й пятилетки предприятия общественного питания Минторга БССР увеличили поставку полуфабрикатов, кулинарных и кондитерских изделий в магазины по торговле продовольственными товарами в 1,6 раза. Однако действующая на практике методика учета не позволяет выявить финансовые результаты по оптовой реализации этой продукции как по общему ее объему, так и ассортименту. Поэтому авторами с участием работников экономических служб разработана и внедрена на практике методика учета и анализа результатов хозяйственных связей общественного питания с розничной торговлей. В соответствии с ней исчисляют прибыль (убыток) от реализации продукции по ассортименту в расчете на кг, штуку.

Раскроем сущность методики по материалам Минской фабрики заготовочной. Сумму валового дохода определяют как разность между розничной и оптовой ценой промышленности на изделие (табл. I). Подсчет оптовой цены производят в калькуляционной карточке. При этом из розничной цены сырья исключают сумму торговой скидки. Расходы на оплату труда работников выявляют по нормам времени и расценкам за единицу изделия, разработанным УкрНИИТОПом. Издержки определяют умножением оптовой цены промышленности на средний их уровень по

Т а б л и ц а 1

(руб.)

Наименование изделий	Цена за 1 кг, 1 шт.		Валовые доходы (гр.3 - гр.2)	Расходы на оплату труда	Издержки $\frac{\text{гр.2} \times 5,4\%}{100}$	Торговая скидка для торг. единиц	Транспорт. расходы $\frac{\text{гр.3} \times 3\%}{100}$	Прибыль (+) убыток (-)	
	оптовая цена про-мыслен.	розничная цена						(гр.4 - гр.5)	(гр.4 - гр.5 - гр.6 - гр.7 + гр.8)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Салат столичный, кг	2-05	2-70	0-65	0-03	0-11,1	0-15	0-08,1	+ 0-22,8	
Цыплята копченые, кг	3-22	3-50	0-28	0-15	0-17,4	0-19	0-10,5	- 0-33,9	

Т а б л и ц а 2

(К розничной цене, %; исчислено по данным из табл. 1)

Наименование изделий	Валовые доходы (гр.4 : гр.3 x 100)	Расходы на оплату труда (гр.5 : гр.3 x 100)	Издержки (гр.6 : гр.3 x 100)	Уровень рентабельности (гр.9 : гр.3 x 100)
1	2	3	4	5
Салат столичный	+ 24,074	0,296	4,111	+ 8,444
Цыплята копченые	+ 8,000	4,285	4,971	- 9,685
И т.д.
Итого	17,424	6,618	4,459	0,977

Т а б л и ц а 3

Наименование изделий	Реализация изделий, кг, шт			Прибыль (+), убыток (-), руб.			
	по плану	фактически	отклонение (+,-) (гр.3 - гр.2)	за I кг, по I шт изделий	по плану	фактически	отклонение (+,-) (гр.7 - гр.6)
I	2	3	4	5	6	7	8
Салат столичный, кг				+ 0-22,8			
за I-ю пятидневку	160	145	- 15		36-48	33-06	- 2-94
за 2-ю пятидневку	180	182	+ 2		41-04	41-49	+ 0-45
с начала месяца	340	327	- 13		77-52	74-55	- 2-97
Цыплята копченые, кг				- 0-33,9			
за I-ю пятидневку	200	216	+ 16		-67-80	-73-22	+ 5-42
за 2-ю пятидневку	200	272	+ 72		-67-80	-92-20	+ 24-40
с начала месяца	400	488	+ 88		- 135-60	-165-42	+ 29-82

цену (5,4%) и делением на 100. Торговую скидку исчисляют умножением розничной цены на норму скидки и делением на 100. Транспортные расходы подсчитывают умножением розничной цены на норму этих расходов и делением на 100. Норму скидки и транспортных расходов предусматривают в договоре, заключаемом трестом столовых с пищеторгом (горпищепромторгом). Прибыль, убыток определяют вычитанием из валовых доходов расходов на оплату труда, издержек, торговой скидки и прибавлением транспортных расходов (т.к. доставку изделий в магазины осуществляют автотранспортом предприятий общественного питания). При исчислении конечных результатов от реализации изделий в сети общественного питания не принимают во внимание транспортные расходы (табл. I, гр.8), т.к. они входят в состав издержек (гр.6).

В табл. 2 представлена методика определения финансовых результатов от производства и реализации 1 кг, 1 шт изделий в магазинах торгова. Данные из таблицы используют для составления плана оптовой реализации изделий и производственной программы с учетом конечных результатов деятельности и более полного удовлетворения потребностей населения. Ведут также оперативный анализ выполнения плана реализации изделий и прибыли по методике, представленной в табл. 3. Он позволяет руководству принимать своевременные управленческие решения по повышению доходности.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ ПИТАНИЕМ

О.П. Зайцева

Необходимость улучшения структуры управления общественным питанием обусловлена закономерностями его развития на современном этапе. В условиях перевода общественного питания на интенсивный путь значительно возрастает роль организационных факторов в повышении эффективности отрасли. Такой переход предполагает совершенствование организационной структуры управления, концентрацию ресурсов, создание крупных

предприятий, применяющих промышленные методы приготовления пищи.

Организационную структуру общественного питания в Забайкалье нельзя признать оптимальной. Действующие организационные формы и методы управления сложились здесь давно, они обеспечивали количественное, а не качественное развитие отрасли и по существу были подчинены задачам административного руководства и контроля за работой предприятий общественного питания. С 1973 года в Читинской области действует управление общественного питания, включающее подчиненные ему тресты (как наиболее распространенный тип хозяйственной организации общественного питания).

Решение вопроса о совершенствовании управления отраслью осложняется тем, что объективно сложившаяся география размещения в Забайкалье предприятий пищевой промышленности, их большая удаленность, разбросанность, недостаточные производственные возможности не позволяют в полной мере удовлетворить потребности общественного питания в полуфабрикатах. В связи с этим очевидна необходимость ускорить формирование в области специализированной кулинарной индустрии.

Разработанная программа индустриализации отрасли предусматривает создание крупных хозяйственных кулинарно-производственных объединений общественного питания с высокой степенью концентрации и специализацией производственных процессов. Основным звеном специализированной кулинарной индустрии должен стать комбинат питания, в состав которого будут входить кулинарная фабрика (столовая-заготовочная), широко разветвленная сеть доготовочных предприятий общественного питания, сеть магазинов кулинарии и полуфабрикатов, предприятий быстрого обслуживания.

В настоящее время в области более 30 комбинатов общественного питания, однако их организационная структура неполная, незавершенная, не может дать данного эффекта, так как во главе ее нет предприятия заготовочного. В области имеется всего одна столовая-заготовочная и три специализированных овощных цеха, способные обеспечить потребности в полуфабрикатах менее чем на 30 %. Комбинат питания необходим не только для осуществления планс-регулирующих, контрольных и опе-

ративно-хозяйственных функций (как это имеет место в трестах общественного питания), а для создания единого технологического цикла. Концентрация производства в крупных столовых-заготовочных позволила бы по нашим расчетам повысить производительность труда работников общественного питания области на 20-25 %.

В связи с изменением низовых организаций и преобразованием трестов в комбинаты питания, среднее звено управления (областное управление общественного питания) также должно быть реорганизовано в хозрасчетные объединения. В Читинском тресте столовых и ресторанов, обслуживающем население всего города, реорганизацию управления можно представить следующим образом. Вся существующую сеть целесообразно разделить на четыре комбината питания (ресторанов и кафе; школьников; студентов; рабочих и служащих города), т.е. ликвидировать трест и подчинить комбинаты питания полного цикла производственно-кулинарному объединению. Практически трест как промежуточное звено ликвидируется, а работники треста будут распределены по комбинатам питания, что позволит улучшить качественный состав специалистов.

Переход от четырехзвенной формы организации управления к трехзвенной дает значительный социально-экономический эффект. Это, в частности, подтверждает произведенный автором условный расчет экономии на содержание аппарата управления, возникающей при смене форм организации общественного питания. По Читинскому тресту столовых и ресторанов, например, она составит по этой статье 25 тыс. рублей в год.

Однако сложившийся уровень развития общественного питания в области, недостаточность материально-технической базы отрасли не могут обеспечить быстрый и одновременный переход к новой организационной структуре управления. Поэтому возможно осуществление такого перехода в несколько этапов, увязанных с утвержденной в 1987 г. Долговременной программой комплексного развития производительных сил Дальневосточного экономического района, Бурятской АССР и Читинской области на период до 2000 года.

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В НОВЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

В.И. Карсекин

Общая концепция перестройки хозяйственного механизма в экономике невозможна без учета особенностей функционирования отдельных отраслей народного хозяйства, что неизбежно вытекает из особенностей производственного процесса, системы ценообразования, специфики функций, выполняемых предприятиями отрасли.

Исходным пунктом рациональных преобразований хозяйственного механизма в общественном питании, как и в экономике в целом, является предприятие (трест или объединение), развитие хозрасчета в которых предполагает новый порядок использования плановых и расчетных доходов предприятий.

Одним из важнейших направлений нового хозяйственного механизма в общественном питании является комплекс мер по расширению прав предприятий в области производственного и социального развития.

Предварительные расчеты показывают, что специфические условия образования и функционирования первичных хозяйственных организаций отрасли при самых оптимальных режимах смогут обеспечить годовой фонд производственного и социального развития не более 150-250 тыс. руб. Общая же сумма средств, реально возможных для вложения в фонд производственного развития, т.е. по сути для расширения материально-технической базы трестов (объединений) составит не более 60-65 тыс. руб. в год.

Полученные расчетным путем данные по сути совпадают с результатами работы значительной части трестов и объединений общественного питания ряда городов Украинской ССР за II полугодие 1987 года. Таким образом, средства по данному фонду столь незначительны, что трудно предположить, что их можно эффективно использовать на капитальное строительство, реконструкцию и техническое перевооружение. В реальной действительности, этих средств хватит на небольшие ремонтные работы, частичное техническое перевооружение предприятия и

т.п. Для эффективного использования средств по данному фонду можно пойти по пути накопления финансов за ряд лет, можно также использовать их в комплексе с кредитом.

Как вариант, возможно определенное аккумуляирование средств по фонду производственного и социального развития на нужды капитального строительства, реконструкцию и техническое перевооружение в вышестоящем отраслевом и территориальном органе управления, например, при совете директоров хозрасчетных предприятий общественного питания региона (города, области). Такое предложение объясняется следующим. На уровне области (крупного города) функционирующие сейчас областные (городские) управления общественного питания являются одновременно отраслевыми и территориальными органами управления, координирующими развитие сети общественного питания и осуществляющими общую политику в отношении ее расширения, реконструкции и специализации. Наше предположение сводится к тому, чтобы помимо функций общего планирования, вооружить данный орган управления материальными возможностями реализации данной политики. Отправным звеном в этом может быть фонд саморазвития сети общественного питания области (города), который будет образовываться за счет отчислений из фондов производственного и социального развития трестов.

Если при существующем порядке отчислений каждая первичная хозяйственная организация общественного питания имеет в своем распоряжении относительно небольшие финансовые средства, практически не позволяющие ей решать задачи, связанные с развитием сети, то создание централизованного фонда саморазвития сети общественного питания позволит аккумулировать по ориентировочным подсчетам в зависимости от величины крупного города от 2 до 3 млн. руб. в год.

В условиях централизации даже части средств фонда производственного и социального развития, как это предлагается выше, появляется возможность объединения ресурсов с существующими средствами, получаемыми вышестоящими органами управления (областными, городскими управлениями общественного питания) по фонду восстановления основных фондов и амортизации-

онных отчислений. Расчеты по совокупности районных и городских трестов крупных городов Украинской ССР показали, что в среднем эта сумма составляет в год около 2-2,5 млн. руб.

Таким образом, общий объем финансов на строительство, реконструкцию и техническое перевооружение в среднем по городу при условии эффективной работы всех первичных хозяйственных организаций может составлять по двум источникам в сумме около 5,5-6 млн. руб. в год. Данная сумма средств достаточна для того, чтобы планомерно решать вопросы дальнейшего развития, реконструкции и технического перевооружения предприятий общественного питания региона в целом в зависимости от конкретной потребности каждого треста или объединения.

Это еще необходимо потому, что практически только на таком уровне управления в настоящее время сконцентрированы определенные строительные силы (отраслевые РСУ), способные практически реализовать данные средства по специально разработанным планам.

Таким образом, специфические условия функционирования первичных хозяйственных организаций отрасли в новых условиях хозяйствования предполагают принципиально новые решения в области саморазвития предприятий, чем это имеет место в промышленности.

Задача настоящего периода - проверить практикой первых лет возможность накопления средств для аккумуляирования их на областном (городском) уровнях. При этом следует учитывать в особенности производственно-торговой деятельности первичных хозяйственных организаций общественного питания.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ БЕЛОРУССКОЙ ССР

Г.С. Козаковская

Постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР "О совершенствовании планирования, экономического стимулирования и управления в государственной торговле и потребительской ко-

операции" означает решительную перестройку хозяйственного механизма отрасли. Это в полной мере относится к общественному питанию. Постановлением определен принципиально новый подход к решению экономических вопросов, обусловлена необходимость существенно повысить эффективность использования материально-технической базы общественного питания потребительской кооперации, как важнейшей предпосылки решения социально-экономических задач, выдвинутых XXVII съездом КПСС.

Общественное питание потребительской кооперации Белорусской ССР за годы последних пятилеток получило значительное развитие. Розничный товароборот в 1987 г. достиг 330,4 млн. руб. и по сравнению с 1975 г. увеличился на 96,3 %, выпуск продукции собственного производства составил 217,3 млн. руб. и возрос в 2,3 раза.

Одним из важнейших факторов, обусловивших рост товарооборота и выпуска продукции, является развитие материально-технической базы. В 1986 г. общественное питание потребительской кооперации республики располагало 6502 предприятиями на 334,1 тыс. мест, что соответственно на 29,3 % и 61,8 % больше, чем в 1975 г. При этом наибольшие темпы роста достигнуты по предприятиям общественного питания, обслуживающим потребителей по месту работы и учебы.

Вместе с тем, за последние пятилетие заметно замедлились темпы роста товарооборота и числа мест в предприятиях общественного питания. По общедоступным предприятиям товароборот в расчете на одно место, при общем его росте по всей сети, за этот период не изменился, т.е. развивался экстенсивным путем. В этой связи, повышение эффективности использования материально-технической базы общественного питания на современном этапе развития отрасли является актуальным вопросом.

Обследование 17 объединений общественного питания республики показало, что фондоотдача и другие показатели эффективности имеют существенные различия между основными группами обследованных предприятий. В городских столовых фондоотдача всех фондов в 1,8 раза выше, чем в республике; совхозов в два раза выше, чем в столовых колхозов. Учитывая, что столовые совхозов и колхозов работают примерно в равных услови-

ях, можно утверждать, что в столовых колхозов есть резервы для повышения фондоотдачи. По фондовооруженности положение несколько иное.

Уровень фондовооруженности по активной части основных фондов почти равен в ресторанах и городских столовых, а в столовых колхозов в 1,2-1,3 раза выше, чем в столовых совхозов, т.е. картина обратная фондоотдаче. Отмечается довольно прямая связь между фондовооруженностью и производительностью труда, особенно по сельским столовым. Достижение результатов, имеющихся в лучших предприятиях, всеми предприятиями позволит существенно увеличить фондоотдачу и производительность труда в общественном питании.

Для повышения эффективности основных фондов необходимо решить ряд вопросов. Среди них следует отметить правильность существующего порядка оценки эффективности, выбор критериев оценки и применение сравнительного анализа. В настоящее время во многих кооперативных организациях общественного питания эффективность использования основных фондов не определяется. Однако и там, где это делают, исходные показатели принимают без должной сопоставимости. Например, сложилась практика, при которой фондоотдача рассчитывается исходя из розничного товарооборота и стоимости собственных основных фондов, так как практически не учитываются арендованные и безвозмездно предоставленные основные фонды, составляющие около 80 % всех фондов, используемых в общественном питании потребительской кооперации. Об этом свидетельствует то, что в отчетности за 1985-1986 гг. по Белкоопсоюзу привлеченные основные фонды в общей сумме среднегодовых занимали всего лишь 1,7 %. При этих условиях фондоотдача не отражает действительного положения вещей и поэтому неприемлема.

При выборе критериев оценки эффективности следует учитывать возможности их наиболее объективно отражать степень использования основных фондов. В этой связи оценку эффективности следует производить на основе показателя условного товарооборота, рассчитываемого исходя из трудоемкости его составных частей. Это тем более необходимо, так как за последние годы рост товарооборота происходит преимущественно за счет продукции собственного производства.

Одним из путей повышения эффективности основных фондов является выявление и распространение передового опыта, определяемого путем сравнительного анализа. Исходя из того, что основную часть в основных фондах общественного питания потребительской кооперации занимают здания и сооружения (84 %), имеющие большие различия по предприятиям по стоимости, эффективность целесообразно оценивать по стоимости активной части основных фондов.

Повышение эффективности основных фондов – неперемное условие перехода на интенсивные методы хозяйствования и роста социально-экономической эффективности общественного питания потребительской кооперации.

ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА НА НОВЫЕ УСЛОВИЯ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ НИЗОВЫХ ЗВЕНЬЕВ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Е.Ф. Мисюк

Совершенствование хозяйственного механизма общественного питания потребительской кооперации связано с реализацией основных положений Закона о государственном предприятии и ряда постановлений Правления Центросоюза, которые предусматривают использование полного хозяйственного расчета, самофинансирования и развитие самоуправления на предприятиях. В них отмечается, что наряду с государственным, кооперативное предприятие является основным звеном народного хозяйства, тем самым подчеркивается полноправная роль кооперации в развитии экономики. Данное положение распространяется и на объединения общественного питания (предприятия), которые осуществляют свою деятельность на правах юридического лица и принципах самофинансирования, в связи с чем перестройка методов хозяйствования на этом уровне управления отраслью не вызывает больших трудностей. Наиболее подготовленными к переходу на новые условия хозяйствования являются структурные подразделения, входящие в состав объединения.

Исследования, проведенные нами в потребительской коопе-

рации Западной Сибири, позволили установить ряд недостатков, препятствующих введению в действие отдельных положений Закона о государственном предприятии, которые следует распространить на указанные подразделения. Суть их сводится к следующему:

- подразделения объединений общественного питания в настоящее время находятся вне сферы хозяйственного расчета;
- научно обоснованные разработки и рекомендации по организации внутреннего хозрасчета отсутствуют;
- действующая система ценообразования и бухгалтерского учета доходов и расходов не способствуют внедрению внутреннего хозрасчета. Затраты и доходы по подразделениям не определяются и не соизмеряются.

Для перевода столовых, кафе, цехов на внутренний хозрасчет, необходимо определить систему оценочных показателей, выделить среди них основной и обеспечить получение учетной информации, объективно отражающей результаты деятельности каждого объекта.

Основным показателем работы подразделения, по нашему мнению, должен быть финансовый результат (прибыль, убыток), на который влияют, с одной стороны, планируемые и непланируемые доходы, с другой - планируемые и непланируемые расходы.

Каждая из составных частей предлагаемого показателя рассмотрена нами с позиций интересов трудового коллектива. Это позволило установить, что действующая номенклатура издержек, состав отдельных статей расходов и их бухгалтерский учет требуют изменений, с целью обеспечения подразделения достоверной информацией. Поэтому представляется целесообразным внести ряд изменений в номенклатуру. В частности, предлагается исключить из состава таких статей, как 3, 13, 14, 15, 16, 18 (1, с. 16, с. 25, с. 26, с. 28, с. 29) действующей номенклатуры издержек расходы, связанные с оплатой труда лиц нечислочного состава за выполнение разовых работ. Использование данного предложения поставит коллектив перед необходимостью рационального распределения обязанностей между работниками с учетом потребностей подразделения в выполнении разовых работ, повышения технического уровня оснащения

ности производственных и торговых процессов, планирования указанных работ.

Потери, отраженные в составе статьи 24 (I, с. 37), анализируемой номенклатуры издержек, способствуют развитию запланированной бесхозяйственности. Учитывая, что в условиях внедрения внутреннего хозрасчета, установленные суммы потерь следует относить за счет виновных лиц, не затрагивая при этом интересы трудового коллектива. Поэтому необходимо исключить из действующей номенклатуры статью 24.

В составе статьи 25 (I, с. 44) учитывается завес тары, не возмещаемой поставщиком. Исключение этого вида расходов из статьи 25 позволит в определенной мере усилить развитие коммерческой работы и при заключении договоров с поставщиками предусмотреть обязательное возмещение завеса тары по определенной группе товаров.

Таким образом, предлагаемые изменения номенклатуры, состава и учета издержек общественного питания позволят определить достоверный финансовый результат работы, привести учетную информацию в соответствие с интересами трудового коллектива и решить ряд проблем перехода структурных подразделений на новые условия хозяйствования.

Литература

I. Инструкция по учету издержек обращения в торговле, общественном питании и заготовках потребительской кооперации. Утверждена Управлением бухгалтерского учета и отчетности Центросоюза, 1976 г.

ОБ ОДНОЙ ВОЗМОЖНОСТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

Т.А. Паас

По действующим методикам измерения социально-экономической эффективности работы предприятий и организаций торговли и общественного питания лучше работают те организации и предприятия, у которых выше показатели ресурсоотдачи. Но

так как в настоящее время в условиях несбалансированности спроса и предложения конкурируют потребители, а не производители, то это нередко приводит к более эффективной работе тех предприятий и организаций, у которых меньше ресурсов, маленькие помещения, мало рабочей силы и т.д. Это сопровождается обычно и низким уровнем качества обслуживания. При конкуренции потребителей плохое качество обслуживания часто не сказывается на экономических показателях.

Для выхода из сложившегося положения необходимо совершенствовать методику оценки социально-экономической эффективности работы предприятий и организаций торговли и общественного питания, больше внимания уделяя при этом качеству обслуживания и экономическому стимулированию высокого уровня качества обслуживания. Этого можно достичь умением обобщенно и сравнительно измерять качество обслуживания.

В качестве возможного подхода уместно рекомендовать применение компонентного (факторного) анализа, при помощи которого на базе целого комплекса взаимосвязанных показателей, отражающих разные стороны качества обслуживания, можно разработать обобщенные некоррелированные показатели, количество которых значительно меньше числа первоначальных показателей. Сравнительную величину обобщенного показателя на каждом объекте (в каждом предприятии или каждой организации) отражают компонентные (факторные) веса, на основе которых можно дать обобщенную оценку качеству обслуживания.

Соответствующий анализ проведен нами на базе данных 56 рабочих столовых Тартуского треста общепита. Анализу подверглись семь несравнимых показателей, отражающих разные стороны качества обслуживания в рабочих столовых. После решения компонентной модели было получено два обобщенных показателя F_1 и F_2 , которые можно интерпретировать как показатель условий питания в рабочих столовых Тартуского треста общепита (показатель F_1) и показатель скорости обслуживания (показатель F_2). Эти два обобщенных показателя отражают важную часть качества обслуживания в рабочих столовых.

Таким образом, полученные показатели следует интегрировать с обобщенным показателем ресурсоотдачи. Для этого мы

использовали метод комплексного анализа, базирующийся на матричной концепции. На основе интегрированного показателя можно судить о социально-экономической эффективности предприятий общественного питания и в соответствии с этим стимулировать труд работающих.

О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ТОРГОВЛЕЙ И ОБЩЕСТВЕННЫМ ПИТАНИЕМ В ГОРОДЕ

А.Я. Розе, А.Б. Калная

Важным условием перехода на экономические методы хозяйствования в торговле является создание целостной и гибкой системы управления. При этом в связи с вступлением в силу с 01.01.88 г. Закона о государственном предприятии (объединении) совершенствование организационных форм и структур аппарата управления в торговле и общественном питании стало особо актуальным.

Действующая система управления торговлей и общественным питанием в г. Риге по существу является четырехзвенной: Министерство торговли республики, Управление местными торговыми предприятиями, Управление общественным питанием, торговые предприятия (торги и тресты) и хозрасчетные предприятия.

Многозвенность системы управления ограничивает функциональную деятельность руководителей низовых звеньев, приводит к ненужной регламентации их работы, а также не увеличивает численность аппарата управления, что в конечном итоге снижает эффективность структур управления, не стимулирует инициативу и предприимчивость руководителя хозрасчетных предприятий, как это диктуется новыми условиями хозяйствования.

В связи с повышением роли местных советов по руководству экономикой и социально-бытовой сферой, по нашему мнению, в административных районах г. Риги при райисполкомах целесообразно создать объединения торговли продовольственными товарами и общественного питания, а при горисполкоме образовать единое управление торговли и общественного питания. Слияние управлений торговли и общественного питания позволит не толь-

ко повысить ответственность хозрасчетных предприятий за снабжение населения продуктами и предоставление услуг общественного питания, но и сократить численность работников аппарата управления.

Хозрасчетные объединения райисполкомов должны осуществлять руководство торговлей продовольственными товарами и общественным питанием в подведомственных районах, регулировать и контролировать торговую деятельность всех подчиненных предприятий. Преимущества хозрасчетного объединения торговли райисполкомов в отличие от торгов и трестов заключаются в концентрации коммерческих и хозяйственных функций и функций органа исполкома, что создает условия для централизации учета и оперативного управления торговлей в районе.

Поскольку большинство торговых и торгово-производственных единиц, входящих в состав хозрасчетных объединений находятся на так называемом "внутреннем хозрасчете", когда показатели доходности и издержек обращения индивидуально не учитываются, то следует провести работу по исчислению этих показателей по каждой из них. После завершения этой работы требуется решить вопрос о сплошном внедрении хозяйственного расчета во всех бригадах.

При этом целесообразно выделить группы торговых единиц, переводимых на условно полный бригадный хозрасчет, бригады с применением сокращенного круга показателей хозяйственной деятельности, а также единицы в которых можно внедрить бригадный, семейный и арендный подряд. Представляется, что перевод бригад магазинов и точек общественного питания на различные формы хозяйственного расчета создает предпосылки для развития самостоятельности и инициативы бригад, так как в новых условиях хозяйствования оплата труда, а также перспективы производственного и социального развития обеспечиваются только за счет полученных доходов, которые будут зависеть от усилий каждого трудового коллектива.

Совершенствование организационной структуры управления торговли в г. Риге и внедрение хозрасчетных бригад должно способствовать повышению доходности хозрасчетных объединений, снижению расходов на содержание аппарата управления, а также улучшению торгового обслуживания населения.

МЕХАНИЗМ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ И РАБОЧАЯ СТОЛОВАЯ

В.В. Салий, Э.П. Салий

Интенсификация экономики требует здоровых людей, с хорошим настроением. Это во многом достигается организацией питания по месту работы. Примерно одна треть мест в общественном питании сосредоточена на обслуживании рабочих. Обеспеченность данного контингента столовыми составляет 89 %.

Однако механизм хозяйствования, перенесенный из промышленности в общественное питание, работает не на потребителя, а на рублевые показатели. Он ориентирует на расточительное использование сырья, не оставляет времени на организацию питания рабочих и служащих действительно на научной основе, не способствует повышению качества пищи. Планирование объемов выпуска продукции собственного производства во все возрастающих размерах делает экономически нецелесообразным развитие кооперативных связей с отраслями пищевой промышленности, с другими предприятиями общественного питания. Управление качеством пищи и уровнем организации питания осуществляется административными методами. Столовые при производственных предприятиях и учреждениях должны устанавливать объемы работы самостоятельно, исходя из необходимости обеспечения питанием обслуживаемых контингентов, а также ориентируясь на соображения экономической эффективности. Выпуск продукции и товарооборот следует перевести из планируемых в расчетные показатели.

Оценивать работу столовых целесообразно по качеству обслуживания потребителей. Здесь необходим переход от более простых форм оценки качества к сложным: от количества потребляемых блюд и их качества — к научно обоснованным рационам и комфортности обслуживания. Ведущая роль в оценке должна принадлежать потребителю.

Целесообразно пересмотреть взаимоотношения между рабочими столовыми и предприятиями, которые они обслуживают. Эти отношения сложились в условиях слабого развития сети, низкого уровня технической оснащенности столовых при производственных предприятиях, невысокой заработной платы рабочих.

В определенной мере промышленные предприятия заинтересованы в удешевлении питания. Они предоставляют бесплатно столовым отдельные ресурсы. Но дешевое — это еще не самое лучшее питание. Дешевизна негативно влияет на работников столовых: порождает иждивенческие настроения, приводит к разбазариванию сырья.

В условиях полного хозрасчета, самоокупаемости и самофинансирования взаимоотношения между столовыми и предприятиями промышленности должны быть отношениями равноправных партнеров. Они могут быть разными по форме, но хозрасчетными по содержанию: взаимные услуги ими должны оплачиваться.

Для столовых надо установить норматив рентабельности. Исходя из него: размер наценки. От предельных централизованных уровней наценок на сырье следует отказаться, но ввести наценку по договору коллектива промышленного предприятия и столовой. Рабочим выплачивать компенсацию по возмещению дополнительных затрат на питание (как часть наценки). У них появится возможность выбора: либо питаться в "своей" столовой, либо в другой, где выше качество пищи, лучше обслуживание.

В этих условиях коллектив столовой приобретает экономическую самостоятельность и ответственность. Он вынужден готовить пищу по заказам рабочих, учитывая их мнение и предлагать, а не навязывать рацион питания. Предприятиям общественного питания станет выгодно рационально использовать сырье, основные, оборотные средства, рабочую силу и другие ресурсы. За все придется платить по полной стоимости.

Администрация промышленных предприятий не будет сторониться рабочих, уединяясь в отдельные залы, требуя специальной кухни, собственного стола. У нее появится необходимость и возможность обеспечения условий для хорошего питания и отдыха рабочих. Ориентиром для них будет выступать не остаточный принцип, а реальная плата столовой за оказанные ей услуги.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ХОЗРАСЧЕТА ПРЕДПРИЯТИЙ ПИТАНИЯ ПО МЕСТУ РАБОТЫ И УЧЕБЫ

И.А. Сиймон

XXVII съездом КПСС принят курс на перестройку и интенсификацию народного хозяйства на основе применения подлинных хозяйственных отношений вплоть до отдельных рабочих коллективов.

С 1987 года торговля, в том числе и общественное питание, перешла на новые условия хозяйствования, суть которых заключается в усовершенствовании планирования, материального стимулирования, расширения хозяйственной самостоятельности и прав предприятий. Новые условия хозяйствования должны дать импульс для дальнейшего всестороннего развития торговли.

Общественное питание состоит, в принципе, из двух частей:

- 1) из предприятий питания общедоступной сети;
- 2) из предприятий питания по месту работы и учебы.

Хозрасчет, как метод хозяйствования предполагает, что доходы предприятий возмещают необходимые затраты и обеспечивают условия расширенного воспроизводства.

По нашему мнению, новые условия хозяйствования в общедоступной сети способствуют созданию механизма экономического стимулирования рабочих коллективов за улучшение конечных результатов предприятий питания. Они позволяют широко внедрять метод коллективного подряда на основе внутреннего хозрасчета.

На долю сети по месту работы и учебы общественного питания приходится около 89 % от общего количества предприятий питания, около 50 % от товарооборота и свыше 60 % от товарооборота собственной продукции.

Очень трудными, порой даже невозможными, являются возможности применения новых условий хозяйствования на предприятиях питания по месту работы и учебы, так как большинство из них работает убыточно. Об убыточности этих предприятий говорят следующие факты:

1) в системе Минторга Эст. ССР в объединенных предприятиях питания, состоящих в основном из предприятий III категории, их доходы, оставшиеся в распоряжении предприятий за 1987 г. были на 3-6 баллов ниже других объединенных предприятий питания;

2) за IV квартал фонд заработной платы в столовых промышленных предприятий составил от 8 до 16 % (основная масса 10-13 %) от товарооборота, в столовых при учреждениях 9-16 процентов, в столовых ВУЗ-ов и техникумов 8,5-13 %, в столовых профтехучилищ 10-17 % и в столовых общеобразовательных школ от II до 20 %.

Средние наценки на собственную продукцию составляют в предприятиях питания промышленных предприятий, в учреждениях и ВУЗ-ах - 15 %, в профтехучилищах - 16 % и в общеобразовательных школах - 7 %.

В большинстве случаев распределяемые доходы предприятий питания по месту работы и учебы не в состоянии обеспечить, несмотря на получение безвозмездных услуг, даже образование фонда оплаты труда.

Из вышесказанного вытекают следующие выводы:

1) нынешнее ценообразование и безвозмездно получаемые услуги не обеспечивают рентабельную работу сети предприятий питания по месту работы и учебы;

2) назрело время на самом высшем уровне пересмотреть круг обязанностей торговых организаций и ими обслуживаемых промышленных и др. предприятий при организации питания по месту работы и учебы.

По кругу данных проблем со своими предложениями выступал проф. А. Менделеевич в журнале "Общественное питание" № 3 за 1988 г.

Одним из возможных вариантов подхода к данной проблеме могло бы быть следующее: при организации питания по месту работы и учебы торговые организации и ими обслуживаемые промышленные и др. предприятия были бы равноправными партнерами. Между партнерами заключаются договоры, по которым торговым организациям возмещается плата за услуги, составной частью которой была бы и прибыль.

КООПЕРАТИВНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ОТРАСЛИ

Р.И. Тимофеева

1. Для достижения цели общественного питания необходимо использовать все социально-экономические формы хозяйствования. Основополагающую роль при этом должны играть предприятия общественного питания государственных и кооперативных организаций, т.е. сеть предприятий обобщественной сферы социалистической экономики. Вместе с тем решение главной отраслевой задачи требует наряду с развитием централизованного сектора хозяйствования организации в отрасли кооперативных предприятий.

2. Объективная необходимость развития кооперативных предприятий общественного питания обусловлена тем, что они способствуют более полному удовлетворению спроса населения на продукцию отрасли. Обобщение практики работы кооперативных предприятий общественного питания показывает, что их продукция выпускается довольно высокого качества, мелкими сериями и пользуется спросом у покупателей.

3. Развитие кооперативных предприятий общественного питания способствует внедрению в отрасли полного хозрасчета и самофинансирования. По своей сути кооперативные предприятия предполагают обеспечение условий расширенного воспроизводства за счет высокой рентабельности хозяйственной деятельности. Это обеспечивается материальной заинтересованностью членов кооператива в конечных результатах деятельности, сокращением аппарата управления в два-пять и более раз.

В кооперативных предприятиях общественного питания реализуются такие принципы хозрасчета как выборность руководства, полная хозяйственная самостоятельность, отсутствие централизованно устанавливаемых заданий. Из рядов кооператоров вышло немало хороших организаторов производства, умелых коммерсантов, наделенных социалистической предприимчивостью.

4. Развитие кооперативных предприятий общественного питания способствует сокращению числа нерентабельных предпри-

ятий в отрасли.

5. Развитие кооперативных предприятий общественного питания способствует увеличению доходов государственного бюджета. Кооперативные предприятия общественного питания платят подоходный налог, процент за кредит. Все это увеличивает денежные доходы государства, что позволит ускорить темпы развития всему народному хозяйству.

6. Вместе с тем, результаты деятельности кооперативов общественного питания неоднозначны. Важное государственное дело некоторые из них превратили в источник извлечения нетрудовых доходов.

7. Повышению рентабельности отрасли способствует внедрение в практику новой модели хозяйственного механизма, получившей название арендного подряда. Предприятия общественного питания государственной торговли, работающие в условиях арендного подряда, имеют возможность использовать лучшие принципы хозяйственного расчета, присущие кооперативам.

Основой их деятельности является хозрасчетный договор, по которому передаются им в аренду основные и оборотные фонды. Предприятия, работающие в условиях арендного подряда, ежемесячно выплачивают тресту четко фиксированную сумму дохода. Весь остальной доход остается полностью в распоряжении коллектива предприятия.

В связи с этим появилась материальная заинтересованность каждого работника в увеличении прибыли, что в свою очередь стимулирует увеличение объема выпускаемой продукции, улучшение ее качества и повышение производительности труда. Широко внедренный арендный подряд глубже раскроет хозяйственную инициативу членов коллектива предприятий общественного питания, и они вполне смогут стать конкурентами кооператорам.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ И РАЗМЕЩЕНИЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Н.А. Хан

Перевод общественного питания на новые рельсы хозяйствования повышает требования к обоснованию принимаемых управленческих решений и планов развития и размещения предприятий данной отрасли.

Управление развитием общественного питания, как и всего социально-бытового комплекса региона, должно быть направлено на оптимизацию сочетания двух целей — экономической, выражающейся в наиболее эффективном функционировании хозяйственных объектов и рациональном использовании всех ресурсов отрасли, и социальной, заключающейся в равномерном обеспечении населения предприятиями общественного питания, создании максимальных удобств в пользовании услугами данной сферы, повышении культуры обслуживания и увеличении в конечном итоге свободного времени населения.

Главной причиной несовпадения этих двух целей деятельности, по нашему мнению, является несовершенный хозяйственный механизм, неточное формирование целевых, одиночных показателей работы предприятий сферы обслуживания.

Планирование хозяйственной деятельности предприятий общественного питания в условиях недостаточной обеспеченности ими населения на основе чисто экономических показателей может привести к ухудшению обслуживания населения.

Так, увеличение товарооборота, планируемого предприятиям общепита в качестве основного оценочного показателя, не всегда повышает качество обслуживания населения, так как может быть достигнуто и за счет структурных сдвигов в ассортименте в сторону увеличения производства дорогостоящих блюд. Поэтому, кроме чисто экономических показателей необходимо планировать показатели, характеризующие качество обслуживания, увеличение ассортимента блюд, снижение средней стоимости блюд. Экономически стимулировать повышение уровня обслуживания населения можно с помощью механизма образования цен на блюда, закладывая в структуру себестоимости норматив

отчисления на улучшение качественных показателей обслуживания.

Кроме того, чтобы уменьшить отрицательные социальные последствия перевода предприятий на хозрасчет, необходимо устанавливать в первые годы более низкие нормативы отчислений в бюджет. Существующая низкая платежеспособность предприятий общепита во многом обусловлена чрезмерно высокими отчислениями в бюджет.

Серьезным препятствием рациональному развитию общественного питания в регионе является многоведомственная структура управления. Так, например, в Томской области планированием и организацией общественного питания, кроме отраслевого органа — областного управления общественного питания, и территориального — областной плановой комиссии, занимаются организации почти двадцати ведомств.

Скоординировать действия столь многочисленных участников без разработки научно обоснованного регионального плана комплексного развития отрасли невозможно.

Разработка комплексного плана затрудняется отсутствием региональных норм потребления услуг и обеспеченности материальной базой.

В настоящее время при облисполкомах создаются ГлавПЗУ. Они должны стать центром управления социально-экономическим развитием регионов. В сфере общественного питания ГлавПЗУ должны разрабатывать нормы потребления услуг, нормы обеспеченности населения предприятиями общественного питания, дифференцированные по территории региона; разрабатывать схемы размещения предприятий в крупных населенных пунктах, оптимизировать структуру и методы управления.

ОПТОВО-РОЗНИЧНОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ ДЛЯ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ СПОРТИВНО-ТУРИСТИЧЕСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Р. Арумаа

Развитие физкультурно-спортивного движения является одним из важнейших элементов прогресса общества. При этом имеет важное значение торговля товарами спортивно-туристического назначения. Несмотря на относительно высокие темпы развития товарооборота товаров спортивно-туристического назначения в Эстонской ССР (рост продаж за 1982-1987 гг. в 1,4 раза), имеется ряд факторов, сдерживающих дальнейший рост их продаж.

В настоящее время торговля товарами спортивно-туристического назначения осуществляется различными оптовыми базами, что отрицательно сказывается на снабжении населения. Так, на 1988 г. оптовая база "Эстлегобувь" закупила для республики лыжные ботинки с шириной ранта 50 мм, а оптовая база "Эсткюльтторг" - лыжные крепления для ботинок с шириной ранта 75 мм.

Развитие материально-технической базы торговли спортивно-туристическими товарами намного отстает от современных требований. Торговые площади для этих товаров составляют в республике менее 40 % норматива, а в Тарту - ниже 20 % норматива. Специализированный магазин спорттоваров "Динамо" в Таллине находится в районе, где бывает относительно мало посетителей, а торговая площадь недостаточна для нормальной работы. Новые районы Таллина не имеют магазинов для продажи спорттоваров.

По данным опроса республиканской потребительской панели, проведенным Эстонским филиалом ВНИИКСа, ежегодно совершают покупки товаров спортивно-туристического назначения свыше 83 % семей республики. При этом спортивную и туристическую одежду приобретают 71 % опрошенных семей, спортивную обувь - 68 % и другие спортивно-туристические товары - 60 % семей. Опрос показал, что многие покупатели не довольны совершенными покупками. Так, 60 % покупателей не удовлетворены приобретенными тренировочными костюмами, 30 % - кедами и

полукедами, 27 % - купальными костюмами и плавками, 26 % - лыжными ботинками. Следовательно, структура товарного предложения не соответствует спросу населения. Много претензий покупатели имеют к качеству кедров и полукедров (63 % покупателей) и качеству лыжных ботинок (49 %).

Эти факты свидетельствуют о недостатках в изучении покупательского спроса и формировании ресурсов в торговле. Контроль за качеством поставляемых товаров не соответствует современным требованиям. Прямые связи торговых организаций с промышленностью не развиты.

Все вышеуказанное затрудняет координацию в коммерческой работе.

С целью устранения отмеченных недостатков и повышения ответственности торговых организаций за состояние торговли спортивно-туристического назначения, на наш взгляд, целесообразно создать в Эстонской ССР специализированное оптово-розничное объединение "Спорттовары". В отличие от существующих оптовых и розничных торговых организаций, объединение "Спорттовары" осуществляло бы все функции оптового и розничного звена.

Объединение "Спорттовары" должно иметь все права предприятий - внутренний хозрасчет, новый порядок планирования и материального стимулирования, план оптового и розничного товарооборота, план прибыли. На объединение "Спорттовары" следует возложить полную ответственность за завоз и вывоз товаров по межреспубликанским поставкам и за реализацию товаров в розничную сеть республики. Основным источником прибыли объединения - реализация торговой скидки с розничной цены проданных товаров. Объединение должно иметь хозяйственную самостоятельность, что даст возможность строительства новых и реконструкции старых магазинов и складских помещений. Концентрация торговли товарами спортивно-туристического назначения под единым руководством позволит осуществить специализацию торговой сети этих товаров и улучшить снабжение населения.

Объединение будет участвовать в межреспубликанских ярмарках как отдельное юридическое лицо.

Объединение "Спорттовары" могло бы финансировать из

собственных средств многие предприятия. Например, организовать продажу товаров спортивно-туристического назначения на стадионах при проведении соревнований, на певческом поле во время различных мероприятий, в парках, на пляжах и т.д.

Объединение "Спорттовары" будет заинтересовано в увеличении оптового и розничного товарооборота и должно иметь тесные прямые связи с промышленными предприятиями. Оно будет содействовать формированию планов производства спортивных товаров в республике.

Объединение "Спорттовары" обеспечит оптимальное маневрирование товарных ресурсов между оптовым и розничным звеном и между отдельными регионами республики. При объединении улучшится подготовка торговых специалистов.

Объединение "Спорттовары" сможет иметь тесные связи с спорткомитетом республики, что улучшит снабжение спортивных команд спортклубов и проблемы спортивного воспитания молодежи.

Объединение "Спорттовары" целесообразно создать на базе специализированных магазинов спортивных товаров республики и специализированных отделов оптовых баз "Эсткультурторг" (спортивный инвентарь, предметы передвижения, охотничьи товары), "Эстлегобувь" (спортивная обувь) и "Эстлегодежда" (спортивная одежда).

Создание оптово-розничного объединения "Спорттовары" улучшит торговлю товарами спортивно-туристического назначения в Эстонской ССР.

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕЖТРАСЛЕВЫХ СВЯЗЕЙ В ПЛОДОВОЩНОМ ЗВЕНЕ АПК

А.А. Бакунов

В соответствии с постановлением ЦК КПСС и Совета Министров СССР "О дальнейшем совершенствовании механизма хозяйствования в агропромышленном комплексе страны" одна из наиболее ответственных операций торгово-заготовительной системы, - приемка свежих плодоовощей и картофеля по количеству

ву и качеству, — должна быть максимально перенесена из мест потребления в места производства.

Главное преимущество этой формы заготовок проявляется в предоставлении возможности торговым предприятиям непосредственно на месте отгрузки отобрать продукцию в необходимом ассортименте и высокого качества, а непригодные к потреблению и нестандартные плоды овощей оставить в совхозах и колхозах на корм скоту и для переработки. В результате обеспечивается более полное удовлетворение спроса населения, снижаются текущие затраты, повышается эффективность использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов.

В последние годы оптово-розничные плодоовощные комбинаты (ОПК) Госагропрома УССР заготавливают непосредственно в хозяйствах около 35 % продукции (здесь и ниже приводятся среднегодовые данные за 1984—1987 гг.). Однако эффект от смещения центра заготовок в места производства во многих ОПК пока не достигнут. Рассчитанный по плодоовощной торговле Госагропрома Украины коэффициент связи между удельным весом приемки продукции в местах производства и удельным весом поступления стандартной продукции в торговлю составил 0,31, что свидетельствует о слабой связи между этими показателями. Более того, в Львовской и Тернопольской областях, где уровень внедрения прогрессивных форм заготовок продукции в местах производства остается самым низким (0,6 и 4,7 процента), удельный вес стандартных плодоовощей оказался выше (87,6 и 88,2 %), чем в среднем по республике (85,9 %), а в Харьковских ОПК, осуществляющих до 55 % приемки продукции в местах производства, удельный вес стандарта составляет 80,1 %.

Высокий удельный вес нестандартной продукции и брака приводит к образованию высокого уровня товарных потерь. Так среднегодовая сумма сверхнормативных и от понижения качества потерь в расчете на 1 т реализованной продукции по ОПК Львовской области составила 0,45 руб., Тернопольской — 0,67 руб., Харьковской — 5,09 руб., а в среднем по плодокомбинатам республики — 3,79 руб.

В чем же причина низкой эффективности приемки продукции в местах производства? Почему отдельные ОПК, значительно

увеличив удельный вес прогрессивной формы заготовок, продолжают завозить в торговую сеть большой процент некачественного картофеля, плодов и овощей?

Как известно, плодоовощная торговля Госагропрома УССР по ряду объективных и субъективных причин в 1988 г. еще не перешла на новые условия хозяйствования. Поэтому, как отмечают руководители отдельных ОРПК и плодоовощных баз, в условиях сохранения начислений компенсаций из госбюджета для покрытия разницы между закупочными и розничными ценами, на торговлю продолжают оказывать существенное влияние административные меры воздействия со стороны областных АПК. В целях получения "благополучной" отчетности по объему производства и заготовки продукции, руководители вышестоящего звена часто "рекомендуют" комбинатам принимать от поставщиков нестандартную продукцию. Такой подход объясняется тем, что увеличение накладных расходов обычно перекрывается выделением в последующие годы дополнительных компенсаций из госбюджета.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности отдельных ОРПК показал, что безвозмездная помощь государства не способствует укреплению режима экономии в плодоовощной торговле. Несмотря на создание единого органа управления всеми звеньями плодоовощного хозяйства, заметно увеличение удельного веса прогрессивной технологии товародвижения и укрепление материально-технической базы хранилищ, текущие расходы оптового звена и сумма компенсаций из госбюджета имеют тенденцию к увеличению. С 1982 по 1987 г. расходы по завозу, хранению и оптовой реализации в расчете на 1 т реализованной продукции по плодокомбинатам Госагропрома Украины увеличились с 51,81 до 64,81 руб., или на 25,1 %, а сумма полученной компенсации - с 50,69 до 75,40 руб. или на 48,7 %.

Считают, что лишь перевод ОРПК на полный хозрасчет и самофинансирование, отказ от дотаций из госбюджета, полное покрытие торговлей всех издержек и потерь из своих доходов позволит устранить влияние неэкономических мер воздействия на взаимоотношения торговли и сельского хозяйства. В таких условиях плодокомбинаты будут приобретать только ту продукцию, реализация которой принесет им запланированный резуль-

ИЗУЧЕНИЕ СПРОСА И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОТНОШЕНИЙ
МЕЖДУ ТОРГОВЛЕЙ И ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ-ПОСТАВЩИКАМИ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТОВАРОВ НАСЕЛЕНИЮ ОТДЕЛЬНОГО РЕГИОНА

А.В. Бобрищев, И.Д. Маскиняр, Т.Е. Унковская, Н.Д. Костенко

В настоящее время развитие сферы торгового обслуживания населения отдельного региона в значительной мере определяется удовлетворением спроса населения на конкретные товары народного потребления. Спрос населения на товары промышленности, являясь социально-экономической категорией, в то же время косвенно определяется и характеристиками хозяйственной деятельности предприятий - производителей конкретных товаров народного потребления. Если производство отдельных видов товаров экономически невыгодно конкретному предприятию-производителю их, то согласования между спросом и предложением еще не будет; чтобы наметилось согласование между спросом и предложением, по крайней мере, надо прежде всего объективно определить предварительный объем заказов на производство предприятиями промышленности конкретных видов товаров народного потребления, направляемых в торговую сеть конкретного региона. Предварительно зная объем заказов на определенные виды товаров и, следовательно, определив свой производственный план на конкретный период времени, предприятия конкретного региона уже смогут наиболее рационально и экономически выгодно спланировать производство таких объемов товаров народного потребления населением данного региона.

По нашему мнению, реализация следующей экономико-математической модели может служить данным целям. А именно, пусть в t -ом году (месяце, квартале и т.п.) население K -го региона потребило количество товаров i -го назначения в $V_K^{(i)}$ объема; $i = \overline{1, m}$, где m - объем ассортимента товаров; пусть $\mathcal{L}_K^{(i)}$ - цена единицы товара народного потребления.

Тогда, имея такие статистические данные, можно составить уравнение:

$$\sum_{i=1}^m \mathcal{L}_K^{(i)} \cdot \mathcal{V}_K^{(i)} = S_K^{(t)} \quad (1)$$

где $S_K^{(t)}$ - общая цена потребленной продукции промышленности населением К-го региона на период времени t ; заметим, что все величины, входящие в (1) - известные числа. Наряду с (1) составим уравнение:

$$\sum \mathcal{L}_K^{(i)} \bar{\mathcal{V}}_K^{(i)} = S_K^{(T)} \quad (2)$$

где $S_K^{(T)}$ - общая цена потребляемой продукции промышленности населением К-го региона на планируемый период времени T ;

$\bar{\mathcal{V}}_K^{(i)}$ - неизвестные нам величины;

$\mathcal{L}_K^{(i)}$ - известные числа - цена единицы i -го вида товара; $i = \overline{1, m}$.

Уравнения (1), (2) составляют систему линейных уравнений:

$$\begin{cases} \sum_{i=1}^m \mathcal{L}_K^{(i)} \mathcal{V}_K^{(i)} = S_K^{(t)} \\ \sum_{i=1}^m \mathcal{L}_K^{(i)} \bar{\mathcal{V}}_K^{(i)} = S_K^{(T)} \end{cases} \quad (3)$$

в которой все величины $\mathcal{L}_K^{(i)}$, $\mathcal{V}_K^{(i)}$, $\bar{\mathcal{V}}_K^{(i)}$, $S_K^{(t)}$, $S_K^{(T)}$, принимают только положительные значения. Если мы умножим, например, первое уравнение в (3) на число $(-S_K^{(T)} / S_K^{(t)})$ и затем сложим его со вторым ее уравнением, то получаем уравнение:

$$\sum \mathcal{L}_K^{(i)} \left(-\frac{S_K^{(T)}}{S_K^{(t)}} \mathcal{V}_K^{(i)} + \bar{\mathcal{V}}_K^{(i)} \right) = 0 \quad (4)$$

которое не имеет ни одного положительного решения относительно $\mathcal{L}_K^{(i)}$, ($i = \overline{1, m}$) при выполнении системы неравенств:

$$-\frac{S_K^{(T)}}{S_K^{(t)}} \mathcal{V}_K^{(i)} + \bar{\mathcal{V}}_K^{(i)} = 0, \quad i = \overline{1, m}$$

или при выполнении системы неравенств:

$$\left(-\frac{S_K^{(T)}}{S_K^{(t)}} \mathcal{V}_K^{(i)} + \bar{\mathcal{V}}_K^{(i)} \right) < 0, \quad i = \overline{1, m}$$

Значит, уравнение (4), а следовательно, и система (3) имеют положительные решения (относительно величин $\mathcal{L}_K^{(i)}$, $i = \overline{1, m}$)

только при выполнении соотношения:

$$\min_i \left(\frac{\bar{P}_K^{(i)}}{P_K^{(i)}} S_K^{(t)} \right) \leq S_K^{(T)} \leq \max_i \left(\frac{\bar{P}_K^{(i)}}{P_K^{(i)}} S_K^{(t)} \right) \quad (ж)$$

Величина $S_K^{(T)}$ определяется спросом на товары в перспективный момент времени T , ($T > t$); если будет выполняться равенство

$$S_K^{(T)} = \min_i \left(\frac{\bar{P}_K^{(i)}}{P_K^{(i)}} S_K^{(t)} \right)$$

то это будет свидетельством того, что спрос на товары населения K -го региона удовлетворяется в минимальном размере; если же мы получим равенство

$$S_K^{(t)} = \max_i \left(\frac{\bar{P}_K^{(i)}}{P_K^{(i)}} S_K^{(t)} \right),$$

то спрос населения этого региона на товары максимально удовлетворяется. Наконец, если соотношение (ж) не выполняется, т.е.

$$S_K^{(T)} < \min_i \left(\frac{\bar{P}_K^{(i)}}{P_K^{(i)}} S_K^{(t)} \right)$$

либо

$$S_K^{(T)} > \max_i \left(\frac{\bar{P}_K^{(i)}}{P_K^{(i)}} S_K^{(t)} \right)$$

то это будет свидетельствовать только о том, что удовлетворение спроса населения на эти товары определяется их ценами.

ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ ТЕЛЕВИЗОРАМИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ

А. Вихалем

Телевизор относится к предметам длительного пользования, обеспеченность которыми формируется в значительной степени под влиянием научно-технического прогресса.

По данным статистики в 1986 г. в Эстонской ССР на 100 семей приходилось 95 телевизоров, в Латвии - 107, в Литве - 96. Из Европейских социалистических стран в 1984 г. в Венгрии был достигнут уровень 108 телевизоров на 100 семей, в ГДР - 116, в ЧССР - 116. По опросным материалам Эстонского филиала ВНИИКа (122 телевизора на 100 семей) наша республи-

ка не отстает от социалистических стран по обеспеченности телевизорами.

В США, где в 40-х годах впервые в мире было организовано серийное производство телевизоров, в 1984 г. телевизоры имели 98 % семей, в том числе 91 % - цветные, а свыше 60 % семей - более чем один телевизор, в среднем в США приходится 200 телевизоров на 100 семей. В 1987 г. в ФРГ имели более одного цветного телевизора 21 % домашних хозяйств.

В настоящее время в Эстонии достигнут относительно высокий уровень обеспеченности населения телевизорами. Однако дальнейшее развитие обеспеченности возможно лишь при производстве или вывозе моделей расширяющих не только возможности более качественного приема телевизионных сигналов, но также и функции, которые может выполнять телевизионный приемник. По опросным данным из-за несоответствия ассортимента и качества телевизоров, имеющихся в продаже, спросу населения, каждый пятый опрошенный не может приобрести телеаппаратуру. Выпускаемые в стране телевизоры уступают зарубежным по светотехническим параметрам, надежности, массе, потреблению электроэнергии и функциональным возможностям. По данным торгующих организаций государственной торговли ЭССР в 1986 году некачественным являлся каждый шестой цветной и пятый черно-белый телевизор.

В Эстонии на рынке телевизоров продолжается процесс замены старой черно-белой телеаппаратуры на цветную. На долю черно-белых телевизоров приходится 66 % (в том числе переносные 3 %) и на цветных 34 % (2 %). Установлено, что примерно 40 % семей, не имеющих цветного телевизора собираются его купить. Известно, что в высокоразвитых странах сокращается спрос на цветные телевизоры, предназначенные для одновременного просмотра передачи всей семьей и увеличивается на малогабаритные телевизоры персонального пользования. В ЭССР, где уже имеется выбор максимально между передачами 7 каналов, распространяется такое же явление. Только из-за высокой цены цветных телевизоров многие семьи предпочитают приобрести в качестве второго аппарата переносной черно-белый телевизор.

Учитывая закономерности развития потребностей и возмож-

ности производства телевизоров в СССР, обеспеченность населения ЭССР телевизорами возрастет по прогнозам Эстонского филиала ВНИИКСа к 2010 г. до 180 штук на 100 семей, в том числе удельный вес цветных телевизоров может достигнуть до 70 %, т.е. 130 штук.

В развитых капиталистических государствах в 80-е годы телевизор все шире начинает привлекаться к выполнению роли домашнего видеотерминала (информационного центра), взаимодействующего с разнообразными периферийными устройствами. Все в большем количестве на рынок поставляются телевизионные приставки и для связи с информационными банками данных через систему спутниковой связи. Широкое распространение получили проекционные, портативные и карманные телевизоры, многоблочные комбайны, состоящие из минителевизора, магнитофона, проигрывателя, радиоприемника, аппараты со стереофоническим звуковым сопровождением, телевизоры с плоским и прямоугольным экраном. Популярность телевизионных игр и персональных ЭВМ явилась стимулом к расширению спроса на малогабаритные телевизоры, кроме того они доступны для юношества. В ряде стран ведутся разработки телевизионной аппаратуры с высокой четкостью изображения. Производство современных и принципиально новых моделей широкой номенклатуры способствовало сохранению высокого уровня продажи телевизионных приемников.

О ПЕРЕСТРОЙКЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СПРОСА В УСЛОВИЯХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НОВОГО ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА В ТОРГОВЛЕ

Б.Я. Давидович

1. Новые условия хозяйствования в торговле предусматривают переход от ведомственного принципа планирования розничного товарооборота и распределения товарных ресурсов к территориальному принципу. Соответственно меняется порядок разработки и утверждения планов розничного товарооборота и рыночных фондов в созданной республике.

В В соответствии с Постановлением ЦК КПСС и Совета Министров СССР от 17 июля 1986 г. "О совершенствовании планирования, экономического стимулирования и управления в государственной торговле и потребительской кооперации" разработка проектов плана розничного товарооборота и его товарного обеспечения возложена в автономных республиках, краях, областях на минторги АССР, управления торговли обл(край)-исполкомов; в союзных республиках - на министерства торговли союзных республик. При этом должна обеспечиваться тесная увязка планов товарооборота с планами производства и поставки товаров и с денежными доходами населения в каждой республике, крае, области. Это предполагает необходимость сбалансирования общего объема розничного товарооборота с покупательными фондами, а его структуры - со структурой спроса.

В этих условиях резко возрастает значение достижения сбалансированности спроса и предложения на региональных рынках товаров народного потребления, усиливается роль своевременной и точной информации о спросе населения и емкости регионального рынка.

Однако подразделения минторгов союзных республик, работающие с прогнозными материалами филиалов ВНИИКСа, еще не в полной мере используют возможности, предоставляемые многовариантной разработкой прогнозной информации. Недостаточно используются также экономико-аналитические обоснования, положенные в основу прогнозных расчетов. Прогнозы еще не приобрели статус документа, обязательного для использования в плановой и коммерческой работе министерств торговли союзных республик.

2. С целью улучшения использования прогнозных разработок филиалов ВНИИКСа в плановой и коммерческой работе республиканских министерств торговли следовало бы разработать рациональную схему использования результатов прогнозных исследований, которая предусматривала бы единые сроки представления завершенных разработок ВНИИКСом и его филиалами в Минторг СССР и минторги союзных республик; устанавливала бы для них сроки разработки и заявок на рыночные фонды, исходя из прогнозов спроса, а также сроки разработки проектов плана розничного товарооборота и его товарного обеспечения по со-

венным республикам; сроки проведения работы по распределению товарных ресурсов минторгами союзных республик между торговыми системами и областями (районами).

Улучшение координации всей этой работы между Минторгом СССР и минторгами союзных республик, ВНИИКСом и его филиалами должно способствовать более эффективному использованию прогнозов спроса в плановой и коммерческой деятельности отрасли.

Во исполнение приказов Минторга СССР № 129 от 04.05.1984 г. и № 172 от 25.07.1985 г. республиканские филиалы ВНИИКСа должны довести номенклатуру краткосрочных (годовых) прогнозов спроса, товарооборота и потребности в рыночных фондах до номенклатуры плана товарного обеспечения и в соответствующие сроки представлять их в ЦЭУ минторгов союзных республик. Это позволит минторгам союзных республик представлять в Минторг СССР и госпланы союзных республик прогнозы структуры спроса населения и основанные на них заявки на рыночные фонды и производство товаров, материальные балансы, по которым разрабатываются Минторгом СССР.

Начиная с 1988 г. республиканские филиалы ВНИИКСа приступили к разработке средне- и долгосрочных прогнозов за 1991-1995 гг. и до 2005-2015 гг. Эти прогнозы должны послужить надежным обоснованием Основных направлений экономического и социального развития отрасли на XIII пятилетку и на период до 2005 г., а также республиканских программ НТП и комплексных прогнозов развития торговли, Генеральных схем развития и размещения производительных сил союзных республик (торговля и общественное питание) на период до 2010 г. ВНИИКС начал разработку прогнозов в сфере общественного питания. К этой работе с 1987 г. подключены и республиканские филиалы института.

3. Разработка прогнозов в союзных республиках должна отвечать следующим требованиям:

а) в союзных республиках с областным делением прогнозы объема структуры спроса населения разрабатываются по автономным республикам, краям, областям; в союзных республиках без областного деления, автономных республиках, краях, областях - в целом по региону с выделением государственной и

кооперативной торговли;

б) прогнозные расчеты на республиканском и областном уровнях осуществляются с учетом денежных доходов населения, соотношения товарных и нетоварных расходов (оплата услуг, сбережения и т.д.) и определением на этой основе экономически обоснованного объема спроса;

в) текущие прогнозные расчеты на республиканском и областном уровнях осуществляются по номенклатуре плана товарного обеспечения розничного товарооборота (около 200 товарных позиций);

г) в оптовом звене на республиканском и областном уровнях прогнозы спроса разрабатываются с учетом прогнозов макроструктуры спроса, разрабатываемых филиалами ВНИИКСа и ЛЭИКа министерств торговли автономных республик, управлений торговли обл(край)исполкомов в номенклатуре заявок на потребность и производство товаров.

4. Координация (увязка) прогнозных расчетов должна осуществляться, прежде всего, на территориальном уровне.

В союзных республиках филиалы ВНИИКСа (с учетом прогнозных проектировок объема и макроструктуры спроса головного института по союзным республикам, увязанных с прогнозом по стране) разрабатывают прогнозы спроса в целом по республике (в республиках без областного деления – по основным торговым системам) в номенклатуре плана товарного обеспечения и передают их минторгам союзных республик и республиканским организациям оптовой торговли (конторам, базам). Последние должны разрабатывать прогнозы спроса в номенклатуре заявок на потребность в ресурсах товаров и на производство в рамках прогнозных проектировок филиалов ВНИИКСа. В союзных республиках с областным делением филиалами ВНИИКСа разрабатываются прогнозы объемов и макроструктуры спроса по автономным республикам, краям и областям в увязке с республиканскими проектировками, которые доводятся до ЛЭИКов минторгов автономных республик, управлений торговли обл(край)исполкомов.

В автономных республиках, краях, областях ЛЭИКи разрабатывают (с учетом республиканских прогнозов объема и макроструктуры спроса по регионам) прогнозы структуры спроса

(в т.ч. по основным торговым системам), которые передаются филиалам ВНИИКСа (для придания территориального разреза республиканским прогнозам), планово-коммерческому аппарату министерств торговли автономных республик, управлений торговли обл(край)исполкомов, облпотребсоюзов.

Одновременно прогнозы структуры спроса населения передаются оптовым базам, службы спроса которых разрабатывают в пределах этих проектировок прогнозы спроса населения в номенклатуре заявок на потребность в ресурсах и на производство.

Результаты расчетов потребности в ресурсах товаров представляются товарным отделам министерств торговли автономных республик, управлений торговли обл(край)исполкомов, облпотребсоюзов, которые после согласования и утверждения представляют их в минторг союзной республики и респотребсоюзы в установленном порядке.

Таким образом, может быть обеспечена увязка прогнозных расчетов спроса и потребности в товарах во всех звеньях торговой отрасли, по регионам и торговым системам.

5. В настоящее время назрела необходимость в совершенствовании порядка планирования и внедрения прогнозных разработок филиалов ВНИИКСа в союзных республиках, которое должно обеспечить более тесную увязку решения основных плановых и коммерческих задач (планирование розничного товарооборота и его товарного обеспечения, составление заявок на потребность в ресурсах и на производство, распределение товарных ресурсов) на республиканском и областном уровнях с максимальным использованием прогнозной информации о спросе населения союзной республики, края, области.

Использование результатов прогнозных исследований на всех этапах разработки плана розничного товарооборота и его товарного обеспечения должно осуществляться при решении следующих задач:

- определение общего объема розничного товарооборота;
- разработка заявок на потребность в рыночных фондах;
- расчете товарного обеспечения розничного товарооборота в целом по республике, краю, области;
- распределение рыночных фондов по союзным республикам,

по областям, (краям, АССР), между государственной и кооперативной торговлей региона;

- расчете товарного обеспечения розничного товарооборота в территориальном разрезе.

Перечень таких задач, решение которых должно базироваться на материалах прогнозирования спроса, приведен на схеме № I.

	Уровни управления торговлей	
	республиканский	областной
I	2	3
1. Составление заявок на потребность в ресурсах товаров и на производство	+	+
2. Разработка заказов на производство и поставку товаров оптовыми организациями и предприятиями, закупка товаров на оптовых ярмарках	+ I	+
3. Планирование розничного товарооборота и его товарного обеспечения:		
- по союзным республикам;	+	+
- по областям, краям, АССР;	+	+
- по государственной и кооперативной торговле.	+ I	+
4. Распределение рыночных фондов товаров:		
- по областям, краям, АССР;	+	
- по государственной и кооперативной торговле.	+ I	

ИНФОРМАЦИОННЫЙ АСПЕКТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ВЗАИМОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ ТОРГОВЛЕЙ И ПРОМЫШЛЕННОСТЬЮ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНИЧЕСКИХ СРЕДСТВ

О.Е. Жуковский, Г.М. Соболева

Повышение эффективности и качества управления производством и реализацией товаров народного потребления на современном этапе невозможно без использования своевременной, пол-

¹ В республиках без областного деления.

ной и достоверной информации о товародвижении, товарооборачиваемости, спросе населения во внутривидовой структуре ассортимента.

Оперативное получение полной и достоверной информации, необходимой для решения задач изучения и прогнозирования спроса, возможно только с помощью современных технических средств сбора и обработки информации, которой должны быть оснащены предприятия, организации розничной и оптовой торговли, производственные объединения, предприятия и фирменные магазины промышленности.

Информация, получаемая в розничных торговых предприятиях и фирменных магазинах промышленности, имеет особую ценность, т.к. именно на этом уровне осуществляется сбор данных о товаре, получаемых непосредственно от потребителей (купателей) путем фиксации фактов продажи либо возврата изделий, а также потребительских оценок ассортимента и качества предлагаемых товаров.

Источниками таких сведений являются данные количественно-суммового учета поступления, продажи и запасов товаров в развернутом ассортименте и результаты анкетных опросов.

Автоматизированный сбор данных о движении товаров в розничной торговой сети по широкому кругу потребительских признаков можно осуществить только при помощи сканирования. Для этого товары должны быть снабжены машинночитаемыми ярлыками со штриховыми кодами. Нанесение штриховых кодов на ярлыки и этикетки осуществляется предприятиями-изготовителями, для чего на этих предприятиях должна функционировать система автоматизированного формирования и ведения штриховых кодов.

В 1986 году СССР вступил в международную организацию IANA EAN (International Article Numbering Association European Article Number), поэтому в нашей стране будет использоваться штриховой код EAN.

Первым опытом использования штрихового кодирования для совершенствования информационной базы задач, решаемых по поводу производства и реализации товаров народного потребления, является внедрение в декабре 1987 года первой очереди межотраслевой комплексной АСУ товародвижением (ИМАСУТ) на базе ИМТЦЮ "Большевичка" и магазинов г. Москвы. В разработке ИМАСУТ

принимали участие В/О "Совторгсистема", ВНИИКС, ИВЦ Глав - торга, ВНИИАСУлегпром, а также фирма "Валмет-Автоматизация" (Финляндия).

КМАСУТ представляет собой, по существу, цепочку автоматизированных рабочих мест (АРМ) специалистов, участвующих в производстве и реализации товаров. Построение данной системы полностью исключает ручной труд по сбору и обработке информации. Формирование всех видов документов осуществляется с помощью персональных ЭВМ. Обмен данными товаро-сопроводительных документов между МПТЮ "Большевичка" и магазинами происходит путем дублирования информации на машинном носителе (флоппи-диске).

Задачи, входящие в состав КМАСУТ, имеют единую информационную базу, построенную на информации о потребительских признаках товаров (формируется одновременно со штриховыми кодами на МПТЮ), о поступлении, реализации, товарных запасах в магазине.

Для выявления структуры потребительских оценок, причин возникновения неудовлетворенного спроса, оценки соответствия ассортимента и качества выпускаемых изделий спросу населения необходимо проведение в крупных розничных торговых предприятиях, фирменных магазинах промышленности опросов покупателей.

Проблема автоматизированного сбора данных анкетных опросов при условии оснащения малыми ЭВМ торговых предприятий и фирменных магазинов промышленности решается прямым вводом ответов покупателей с клавиатуры. Возможны два варианта технологии проведения опросов:

- микро-ЭВМ находится на видном месте в торговом зале, покупатели (потребители), желающие ответить на вопросы анкеты, сами подходят к ЭВМ;

- с помощью портативного терминала, анкетер сам выбирает опрашиваемых в потоке покупателей (потребителей).

ВНИИКСом накоплен положительный опыт проведения анкетных опросов в автоматизированном режиме. Так, в 1986-1987 г. с использованием ПЭВМ "Искра-226", "Роботрон-1715", "Агат" проведены опросы покупателей мужской и женской обуви, швейных изделий в магазинах государственной торговли и фирменных магазинах легкой промышленности.

Использование ЭВМ целесообразно также при проведении опросов экспертов – специалистов торговли и промышленности на межреспубликанских (республиканских) ярмарках по оптовой продаже товаров.

Преимущество проведения опросов населения и специалистов с использованием ЭВМ перед обычными анкетными опросами состоят в возможности получения более полной и точной информации, резком повышении скорости обработки результатов опроса, возможности вывода результатов непосредственно на печать.

МАРКЕТИНГ КАК ОСНОВА ИЗУЧЕНИЯ СПРОСА

Л.А. Журавлева

Переход легкой промышленности и системы торговли на новые условия хозяйствования не поднял еще на должный уровень "планку" учета интересов потребителя при формировании производственных программ предприятий и планов товарооборота торговых организаций. Об этом, в частности, свидетельствуют запасы залежалых и неходовых товаров, которых по оценке ВНИИСа, скопилось в каналах системы торговли почти на 2 млрд. рублей. Из них 70 % составляют одежда и обувь. И это в условиях острого дефицита по ряду групп названного ассортимента (I).

При анализе данных о запасах залежалых и неходовых товаров обращает на себя внимание тот факт, что их объем по группе непродовольственных товаров остался по Новосибирской области в 1987 году почти на уровне 1980 г. (98,8 %). В том числе по швейным изделиям он составил 97,2 %, по кожаной, текстильной и комбинированной обуви – 74,2 %.

Суммы уценки по выше названным группам товаров изменились за указанный период следующим образом: 281,2 %; 217,8 % и 146,1 %. И это в условиях, когда объединения легкой промышленности г. Новосибирска, являющиеся основными производителями приведенных групп товаров, ежегодно обновляют до 70 % и выше общего объема выпускаемой продукции и более двух лет работы их по-новому. Почти 100 % уцененных товаров составля-

ют те, которые были произведены до периода проведения уценки. Что, в свою очередь, подтверждает никак не еще эффективность проводимой в торговле уценки товаров. До сих пор практически не срабатывает принцип экономической ответственности партнеров (промышленности и торговли) за результаты проводимых уценок и уровень удовлетворения покупательского спроса.

Интересная закономерность прослеживается также в ходе анализа данных о выпуске изделий с индексом "Н" и по договорным ценам, приведенных в таблице I.

Т а б л и ц а I
Выпуск изделий с индексом "Н" и по договорным ценам на швейных объединениях г. Новосибирска за 1980-1987 гг.

Объединения	Удельный вес выпуска изделий с индексом "Н" и по договорным ценам			Темпы роста	
	1980	1985	1987	1980	1985
1. Северянка	27,2	38,1	66,2	140,1	173,8
2. Соревнование	28,7	61,1	81,7	212,9	133,7
3. им. ЦК Союза швейников	15,6	25,5	51,5	163,5	202,0

Как свидетельствуют данные таблицы, темпы роста выпуска продукции с индексом "Н" и по договорным ценам за два года работы швейных объединений в новых условиях хозяйствования, значительно опережают рост их выпуска за предыдущий пятилетний период. Исключение составляет только НИИД "Соревнование", где темпы роста двух последних лет ниже предыдущего пятилетнего периода.

Отсюда неудивительным является выявленный по Украинской ССР факт, что только каждый двадцать пятый покупатель считает, что товары с индексом "Н" действительно отвечают предъявляемым к ним требованиям (2).

При этом размер установленной наценки по товарам улучшенного качества достигает порой 30-40 %, а по договорным ценам - 100 %. И это в условиях ограниченного выбора по многим группам товаров. Сложившаяся практика переукладывания издер-

жек от несовершенства действующего хозяйственного механизма в торговле и промышленности на покупателя, с одной стороны, и незащищенность последнего, с другой, приводит, в конечном итоге к необоснованному росту цен и снижению уровня жизни населения.

Одним из возможных путей устранения сложившегося диктата производителя над непосредственным потребителем его продукции является активное применение в практике хозяйствования промышленности и торговли системы маркетинга. Именно системы, а не отдельных элементов маркетинговой деятельности, как это наблюдалось у нас ранее.

Для этого должны быть выработаны определенные организационно-экономические условия. К таким условиям следует, во-первых, отнести создание объективных экономических предпосылок для развития маркетинговой деятельности заинтересованных сторон. Это, прежде всего, предоставление действительной самостоятельности предприятиям и организациям в формировании их планов производства и товарооборота; активизация рыночных отношений; развитие самостоятельного товарообмена между отдельными регионами и областями нашей страны; повышение материальной ответственности и заинтересованности в конечных результатах производственно-хозяйственной деятельности. Во-вторых, формирование в регионах на хозрасчетных началах специальных центров маркетинга, выполняющих для заказчика, независимо от его ведомственной принадлежности, интересующие его объемы и направления работ.

Для комплектации названных центров можно использовать рассредоточенных по многочисленным службам изучения спроса в промышленности и торговле специалистов, коэффициент полезного действия которых остается еще пока очень низким. С целью повышения их профессионального уровня следует разработать систему стажировок и периодических аттестаций с жесткой привязкой к оплате труда по конечному результату.

Так сейчас предполагается создание при торгово-промышленной палате консультационно-посреднического центра, который будет консультировать предприятия по проблемам управления и маркетинга на внешних рынках, правового регулирования их внешнеэкономических связей, оказывать содействие в ис-

пользовании новых форм экономического сотрудничества, в подготовке рекламных компаний (3).

Возможно в связи с этим продумать вопрос о распространении его указанной деятельности и на внутренний рынок, создать который уже назрела острая необходимость.

В то же время для более высокого качественного обеспечения кадрами создаваемых центров и служб маркетинга следует уже сейчас самым активным образом готовить специалистов данного профиля.

Третьим условием практического использования системы маркетинга можно считать создание новых организационных структур управления легкой промышленностью и торговлей, это – торгово-промышленных объединений и комплексов. При этом их формирование должно идти на совершенно добровольных началах, то есть на основе объединения управленческой деятельности экономически заинтересованных участников процесса производства и реализации отдельных видов товара.

Определенным стимулятором развития названных форм управления может быть переход легкой промышленности на вторую модель хозрасчета, основанную на нормативном распределении дохода, с последующей перспективой материальной ответственности за конечную реализацию своей продукции непосредственному потребителю.

Литература

1. Аргументы и факты, 1988, № 9, с. 8.
2. Экономическая газета, 1988, № 2, с. 7.
3. Аргументы и факты, 1988, № 10, с. 2.

ВОПРОСЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МИГРАЦИИ СПРОСА НАСЕЛЕНИЯ НА ТОВАРЫ

Г.А. Кадацкий

Для ряда регионов страны, включая Латвийскую ССР, специфической особенностью является наличие миграции спроса¹. Она имеет место при осуществлении кратковременных межрегио-

¹ Под регионом подразумевается союзная республика (без областного деления), автономная республика, край или область.

нальных поездок, когда население предъявляет и реализует спрос на товары вне региона постоянного места жительства. Миграция спроса имеет объективную основу и обуславливается с одной стороны, настоятельной необходимостью удовлетворения мигрирующим населением ежедневных насущных платежеспособных потребностей, с другой, — недостаточным уровнем развития производства тех или иных товаров, недостатками территориального планирования и распределения рыночных фондов товаров и рядом других причин. Возникновение и развитие миграции спроса предопределяется также различными условиями: причины вызывают, а условия способствуют осуществлению миграции спроса. Условия — это те обстоятельства, посредством которых обеспечивается реализация причинно-следственных связей. При наличии соответствующих условий причина и вызывает следствие — миграцию спроса.

Двусторонний характер причинно-следственных связей отражает рациональность и иррациональность миграции спроса. Независимо от побудительных причин использование населением свободного времени на поиск и приобретение товаров вне региона постоянного места жительства нерационально, ибо сокращаются возможности решения альтернативной задачи — всестороннего развития личности.

По мере планомерного осуществления основных целей социалистического общества предстоит постепенное устранение необоснованных различий и выравнивание степени удовлетворения платежеспособных потребностей населения различных регионов страны. Таким образом, можно предположить, что при устранении соответствующих причин вынужденная миграция спроса в перспективе будет терять свое значение.

В настоящее время по Латвийской ССР этот процесс оказывает прямое и достаточно существенное влияние на емкость рынка, потребность в товарных ресурсах, формирование розничного товарооборота, уровень потребления товаров, эффективность организации и культуру торгового обслуживания. Миграция спроса определяется размерами реализованного спроса инорегионального населения в регионе и жителей региона за его пределами.

Объем покупок товаров жителями других союзных республик на территории Латвийской ССР в 1987 году в 3,2 раза превысил

объем покупок жителей Латвийской ССР за ее пределами. По продовольственным товарам это превышение составило 74,8 %, а непродовольственным — 7,8 раза.

Из-за несовершенства используемой в настоящее время методики расчетов, не учитывающей влияние межрегиональной миграции спроса населения, статистические показатели среднедушевого товарооборота, потребления основных продовольственных товаров и изделий легкой промышленности, а также обеспеченности товарами культурно-бытового назначения и хозяйственного обихода превышают фактически имеющиеся в Латвийской ССР. Например, объем среднедушевого товарооборота, рассчитанный с учетом влияния миграции спроса населения для 1987 года, будет на 13,3 % ниже, чем определенный для Латвийской ССР статистическими органами.

Необходимо отметить, что исследование миграционного процесса связано с существенными трудностями, обусловленными отсутствием необходимого информационного обеспечения. Результаты анализа документов и данных государственной и внутриведомственной статистики свидетельствуют, что о наличии рассматриваемого явления весьма приблизительно можно судить лишь по эмиссионному результату территориальных контор Госбанка СССР, данным учреждениям связи и сберегательных касс о движении почтовых переводов и аккредитивов, показателю результативной статьи баланса денежных доходов и расходов населения (БДДРН), разрабатываемого региональными статистическими органами. Это приводит к выводу о том, что существующая статистическая информация очень ограничена и не позволяет характеризовать миграционный процесс. Таким образом, влияние миграционного процесса не может быть в достаточной мере учтено при разработке системы мер, направленных на создание условия, обеспечивающих достижение и поддержание необходимого соответствия между спросом населения и предложением товаров на региональном уровне. Поскольку эффективность разрабатываемых мероприятий в значительной мере зависит от качества их аргументации, то принятие решений без учета миграционного процесса снижает их обоснованность и результативность.

Получение данных о межрегиональной миграции спроса возможно путем проведения специально организованных комплексных

и взаимосвязанных обследований. Методика проведения таких обследований разработана Латвийским филиалом ВНИИКСа. На основе ее регулярного использования обеспечивается получение данных, характеризующих развитие межрегиональной миграции спроса населения.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ РЫНКА ПОТРЕБЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ РАДИКАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕФОРМЫ

В. Качкус, Т. Финкельштейнене

В условиях радикальной экономической реформы, расширения товарно-денежных отношений, перехода от прямого администрирования к экономическим методам управления должны существенно меняться роль и функции торговой отрасли. Переход на полный хозяйственный расчет и самофинансирование, усиление социальной направленности, требует более эффективных мер воздействия на расширение производства товаров народного потребления, улучшения их ассортиментной структуры.

Серьезной проблемой, с которой сталкиваются предприятия промышленности республики, является поставка продукции торговым организациям по согласованному ассортименту. По мнению производителей выпуск продукции небольшими партиями и ориентированный только на потребителя республики делает невозможным выполнение плана производственной программы, возникают трудности с выполнением заданий по снижению себестоимости продукции, повышению эффективности производства. Поэтому вполне оправданным является желание производственников выйти на всесоюзный рынок, особенно на рынок соседних республик. С другой стороны, необходимость более полного удовлетворения заявок ставит промышленные предприятия в условиях дефицита на части товарных рынков в монопольное положение по отношению к отрасли торговли. А это, как известно, создает ситуацию, когда промышленные предприятия теряют заинтересованность в обновлении своей продукции, что не способствует более полному удовлетворению растущих потребностей населения.

В таких условиях свою роль должна сыграть именно торговая отрасль. Прямые связи с предприятиями других республик значительно расширили бы ассортимент наших магазинов. Тот факт, что очень часто жителей нашей республики можно встретить в магазинах наших соседних республик, говорит о том, что межреспубликанский обмен товарами народного потребления не достиг нужного уровня, от чего проигрывает только потребитель.

Производство товаров народного потребления является сферой деятельности, где нужна не только трудовая победа над планом, но и работа в соответствии со сформировавшимся спросом. Однако действующие условия хозяйствования в первую очередь направляют усилия предприятий на выполнение валовых показателей, что приводит к вымыванию дешевого ассортимента в торговой сети, а вопросы соответствия продукции запросам населения отодвигаются на второй план.

Путь к преодолению этих трудностей — отказ от валовых показателей и переход к формированию производственных программ на основе спроса отдельных социально-демографических групп населения. На протяжении длительного периода к потребительскому спросу относились формально. Считалось, что планы производства и спрос на товары народного потребления полностью совпадают. Однако, как показывает практика, товаров, не имеющих спроса, ежегодно производим на миллионы рублей, что в свою очередь определяет состояние и уровень потребления.

В республике постоянно организуются разного рода расширенные выставки — продажи, во время которых рекламируется то, что уже производится, что будет производиться, организуются опросы потребителя, демонстрируются моды. Однако в основном такие исследования направлены на изучение спроса как такового вообще. Но спрос — это конкретная величина, имеющая свой конкретный адрес.

Поэтому очень важно, чтобы изучение спроса для разработки производственных программ производилось на основе сегментации рынка потребителей, т.е. на основе разделения потребителей по отдельным социально-демографическим группам; на основе определенных критериев, таких как доходы, возраст,

пол, место жительства, семейное положение потребителя. Суть такой сегментации рынка потребителей в том, что она практически отрицает существование "среднего потребителя", который в настоящее время является основным действующим лицом для нашего производителя.

По мере роста благосостояния населения на рынке товаров народного потребления происходит расщепление потребительского спроса, когда с предпочтениями потребителей невозможно не считаться. Поэтому только подлинный хозяйственный расчет, расширение товарно-денежных отношений смогут кардинально изменить отношение производителя к нуждам потребителей, серьезно заняться изучением его запросов и поведения на рынке товаров народного потребления.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРАВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ТОРГОВЛИ С ПРОМЫШЛЕННОСТЬЮ

М.И. Клеандров

1. До настоящего времени право не стало подлинным организатором процесса переориентации отношений торговли с промышленностью с приоритета производителя товаров на приоритет их потребителя. Кроме причин общего характера, связанных с несовершенством планирования, монопольным положением предприятий промышленности — производителей основной массы товаров, чрезмерно завышенными объемами госзаказа в планах предприятий промышленности по изготовлению и реализации товаров и взаимосвязанное с этим ограничение возможностей у торговых предприятий свободного закупа нефондируемых товаров, принижения роли и значения оптовых торговых ярмарок и других, есть и недостатки в правоприменительной деятельности, в частности — в деятельности юрисдикционных органов, разрешающих хозяйственные споры.

2. Основным, в плане рассматриваемой проблемы, недостатком в деятельности органов государственного арбитража при разрешении так называемых "преддоговорных" споров является в значительной массе случаев ориентация на производственные

возможности предприятий-изготовителей товаров, т.е. ориентация на приоритет интересов производителя товаров. Объясняется это в определенной мере тем обстоятельством, что в соответствии с жестко закрепленной действующим законодательством подведомственностью хозяйственных споров, "преддоговорные" споры разрешаются в госарбитраже по месту нахождения стороны - изготовителя продукции, что не исключает местного "давления" на данный арбитраж, тем более, что решение по такому спору играет главную роль в определении хозяйственной политики предприятия-изготовителя продукции на длительную перспективу - срок действия самого договора. В свою очередь хозяйственно-финансовое состояние этого предприятия промышленности существенно влияет на экономику региона своего расположения, и финансово-хозяйственные возможности местных органов власти и управления уже сейчас в немалой степени определяются экономическим состоянием данного предприятия.

3. Таким образом, переориентация правоприменительной деятельности органов государственного арбитража при разрешении ими преддоговорных споров с приоритетности интересов предприятий - изготовителей продукции на приоритетность интересов предприятий торговли сдерживается нынешней подведомственностью преддоговорных споров. "Давление" местных органов власти и управления, финансово зависящих от предприятия промышленности, преддоговорный спор с которым разрешает госарбитраж, на этот арбитраж - фактор объективно существующий и призываемый лозунгова характера типа "не поддаваться давлению" проблема не разрешится. Однако если преддоговорный спор госарбитраж будет разрешать по месту нахождения организации - покупателя по договору, а при заключении договора поставки товаров - по месту нахождения торговой организации, то "давление" местных органов власти и управления на госарбитраж прекратится. Дело в том, что "финансовое" влияние торговых предприятий на экономику региона значительно слабее, чем влияние предприятий промышленности, поэтому зависимость финансово-хозяйственных возможностей местных органов власти и управления от "благополучия" предприятий торговли, дислоцированных на подведомственной им территории, значительно слабее по сравнению с аналогичной зависимостью "благополучия" предприятий

промышленности.

4. Представляется целесообразным модернизировать и организационно-правовой механизм разрешения "преддоговорных" хозяйственных споров на оптовых торговых ярмарках. Сейчас эти споры разрешаются либо арбитражем ярмаркома, либо самим ярмаркомом; по этой причине споры между предприятиями торговли и промышленности, возникшие при исполнении договоров, заключенных на ярмарках, разрешаются уже органами госарбитража, поскольку арбитраж ярмаркома свою деятельность прекращает одновременно с прекращением деятельности самого ярмаркома. Если же конкретные договорные взаимоотношения предприятия торговли с предприятием промышленности были предметом рассмотрения арбитражем ярмаркома, а позднее - при исполнении обязательств по этому договору - и госарбитражем, то на практике нередко возникает коллизия решений двух юрисдикционных органов, причем госарбитраж своим решением иногда дезавуирует решение арбитража ярмаркома. Необходимо внедрение в практику по всем спорам, возникающим при исполнении обязательств по договорам, заключенным на ярмарках, механизма их разрешения третейским судом, создаваемым при органах, в ведении которых находились оптовые торговые ярмарки, где указанные договоры заключались.

ПУТИ ПЕРЕСТРОЙКИ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ МЕЖДУ ТОРГОВЛЕЙ И ПРОМЫШЛЕННОСТЬЮ ПО ТОВАРАМ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (НАПРИМЕРЕ ЭСТОНСКОЙ ССР)

Л.А. Куум

1. "Положение о порядке формирования заказов торговли на товары народного потребления легкой промышленности, организации и проведения ярмарок по оптовой продаже этих товаров", утвержденное министерствами торговли и легкой промышленности СССР в начале 1987 года, предусматривало ряд изменений в механизме хозяйственных связей между торговлей и промышленностью. Установлено, что основой разработки плана производства товаров, их ассортимента и качества являет-

ся заказ торговли, формируемый с учетом результатов оптовых ярмарок. Признано целесообразным проводить республиканские ярмарки товаров легкой промышленности два раза в год, предусмотрен переход на ярмарках на свободную оптовую продажу товаров и т.д.

2. Проведенный нами в 1987 г. анализ работы оптовых ярмарок показывал, однако, что в практике договорных связей торговли с производством изменилось мало. Товары по-прежнему распределяются вышестоящими органами, и торгующие организации, которым выделены фонды товаров могут осудаствить закупку лишь в размере, соответствующем фонду. При этом фонд и план прикрепления предусматривают не только объем, но и достаточно детальное распределение закупки по группам изделий. В результате торговля на ярмарке имеет дело с ассортиментом, сформированным поставщиком (промышленными объединениями) в одностороннем порядке.

3. Действующий механизм хозяйственных связей торговли с производством сложился в главных чертах в 60-е годы. На протяжении более 20 лет он неоднократно пересматривался, но по существу мало изменился. Попытки возместить ответственность промышленности и расширить права торговли в формировании товарного предложения остались нереализованными. Механизм хозяйственных связей торговли с производством не обеспечивает нужный уровень воздействия торговли на производство в решении важных вопросов улучшения ассортимента и качества товаров. Нередко ведомственные интересы промышленности дают над интересами потребителей и торговли, что приводит к возникновению дефицита или наоборот, к выпуску товаров в излишних количествах. Промышленные предприятия охотно реализуют свои товары за пределами республики, в регионы с более низкими требованиями покупателей.

3. Сильнее всех возможных постановлений, приказов и инструктивных документов действует фактическое состояние рынка. По многим товарам легкой промышленности производственные возможности отстают от все возрастающего платежеспособного спроса населения, что объективно обеспечивает более благоприятное положение для промышленности по сравнению с ее торговым партнером. На дефицитном рынке торговля не мо-

жет оказывать нужное давление на промышленные объединения (предприятия) в формировании ассортимента и качества товаров. Система гарантийного сбыта в конечном итоге негативно влияет и на промышленность.

4. Необходима коренная перестройка договорных отношений торговли с производством. Формирования рыночных ресурсов республики надо поставить на новые основы. Нам представляется, что нет другого пути как ускоренное насыщение рынка товарами легкой промышленности. Только насыщенный рынок создает необходимые предпосылки для ликвидации диктата производителя и реализации принципа свободной (оптовой) продажи товаров. В свои права вступает контроль рынка со стороны конечного потребителя товаров. Гарантируется значительное улучшение ассортимента и качества товаров.

5. В Эстонской ССР успешно осуществляется экономический эксперимент в легкой промышленности. Но надо отметить, что население республики положительных изменений практически не ощущает. Нет прямой зависимости между развитием производства и рыночными ресурсами товаров легкой промышленности республики. Между ними находятся фонды на товары, которые определяется Госпланом СССР. В таких условиях регионы, вывозящие товары незаинтересованы в ускоренном увеличении производства. Для исключения тормозного механизма выход один: необходимо перейти на устойчивые нормативы вывоза и завоза товаров по межреспубликанским поставкам. Каждый регион (республика) заранее должен знать свои обязанности по вывозу, а также информирован о том, сколько ему следует получить из других республик и по импорту. Отпадает необходимость в установлении рыночных фондов товаров, ресурсы формируются на местах (в республиках) с учетом производства товаров и сальдо вывоза и завоза по межреспубликанским поставкам.

6. Планы производства товаров должны основываться на договорах, заключаемых на республиканской оптовой ярмарке и на задание по вывозу. Последнее следует рассматривать как государственный заказ, что подчеркивает важность выполнения заданий по вывозу в первую очередь. Промышленные предприятия должны знать объем и структуру госзаказа до проведения республиканских оптовых ярмарок и заключения договоров с мест-

ными торговыми организациями. Вывоз товаров в другие союзные республики сверх госзаказа следует (в крайнем случае) в первое время запретить или регулировать платежами в республиканский бюджет.

7. Вышеизложенные предложения способствуют ускоренному насыщению рынка товарами легкой промышленности при условии, что будут приняты действенные меры по развитию легкой промышленности. Причем, как показывают расчеты создание регионального насыщенного рынка в отдельных республиках раньше других не противоречит интересам всей страны. Наоборот, путем порегионального насыщения рынка товарами обеспечивается конечная цель - сбалансированность всесоюзного рынка - быстрее, чем при равномерном повышении степени насыщения рынка во всех регионах одновременно.

8. Договорная система и хозяйственные связи между торговлей и промышленностью формировались в нашей стране стихийно и трудно предположить, что ныне они имеют оптимальное состояние. Внедрение наших предложений ликвидирует оторванность промышленности от потребителя, от рынка. У промышленных предприятий (объединений) легче от этого не будет, но выигрывает потребитель. Вступит в силу контроль потребителя (рынка) над производством со всеми, вытекающими отсюда последствиями.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СПРОСА ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СТАТИЧЕСКОГО РЕГРЕССИОННОГО АНАЛИЗА

Б.Г. Лаврушин

1. Одной из актуальных задач экономической науки о сфере обращения является совершенствование прогнозирования спроса населения.

2. Надежность прогнозов спроса во многом определяется качеством информации о спросе. Нерешенная проблема информационного обеспечения прогнозирования спроса - оценка неудовлетворенного и переключенного спроса по стране в целом и в территориальном разрезе, в общем их объеме и с распределени-

ем по товарам и товарным группам.

3. Надежность прогнозов спроса определяется также применяемыми методами прогнозирования. Методическая литература по прогнозированию спроса ориентирована преимущественно на использование результатов регрессионного анализа динамических рядов спроса и факторов. Этот анализ достаточно хорошо описывает сложившуюся тенденцию спроса, но не может измерить истинную связь спроса с факторами. Относительно небольшое изменение продолжительности динамического ряда или состава факторов приводит к многократному изменению коэффициента регрессии от одного и того же фактора. Это обстоятельство ставит под сомнение правомерность использования уравнений регрессии для прогнозных нужд.

4. Наиболее существенный изъян прогнозов спроса, разрабатываемых на основе анализа динамических рядов спроса и факторов, заключается в исходной предпосылке, предполагающей неизменность влияния каждого фактора на спрос во времени. Поэтому коэффициенты регрессии, сложившиеся в среднем за анализируемый период, экстраполируются на прогнозируемый год, хотя их стабильность еще нуждается в проверке и подтверждении.

5. Наиболее эффективным способом проверки поведения параметров связи спроса с факторами во времени является статический регрессионный анализ. Необходимая множественность наблюдений при этом обеспечивается за счет привлечения данных по территориальным составляющим, то есть по союзным республикам или областям, краям и автономным республикам.

6. Отличительная особенность статического анализа состоит не только в проверке устойчивости коэффициентов регрессии. Получаемые при статическом анализе показатели тесноты связи точнее характеризуют их истинный уровень. При анализе динамических рядов спроса и факторов тесноты связи существенно завышена тенденцией, содержащейся в этих рядах.

7. Результаты статического анализа спроса представляют не только аналитический интерес, но могут быть положены в основу прогноза спроса, причем на достаточно продолжительный период времени. Экспериментально проверена возможность разработки этим методом среднесрочных прогнозов.

8. Методика прогноза спроса по результатам статического анализа предполагает, во-первых, трендовый анализ и прогноз коэффициентов регрессии, что дает возможность составить уравнение спроса для соответствующего года прогнозируемого периода. По этому уравнению определяется среднее значение прогноза спроса в зависимости от предстоящего уровня факторов по стране в целом и ее территориальным составляющим. Но на этом прогнозная процедура не завершается. Во-вторых, требуется трендовый анализ остаточных отклонений, возникших при расчете статических уравнений, отдельно по каждому региону, что позволяет оценить уровень местных особенностей и традиций спроса и их динамику. По полученному трендовому уравнению остаточных отклонений вычисляется их предстоящая величина в прогнозируемом году. Тем самым определяется поправка в результат прогноза по статическому уравнению спроса, вытекающая из предстоящего уровня местных особенностей и традиций спроса. Характерная особенность этой поправки состоит в том, что по ряду товаров она может для отдельных регионов превышать результат прогноза по статическому уравнению. Данное обстоятельство раскрывает значимость фактора местных особенностей и традиций спроса.

9. Использование статического регрессионного анализа для прогнозирования спроса более трудоемко, но оно и более продуктивно, так как позволяет получить прогноз спроса с выделением территориальных составляющих.

РАЦИОНАЛИЗАЦИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ ПРЕДМЕТОВ ГАРДЕРОБА РАЗЛИЧНЫМИ ГРУППАМИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Т.Г. Лукс

В области социально-экономических проблем потребления в настоящее время известную значимость имеют вопросы применения социологической информации в экономических исследованиях, в частности в изучении личного потребления населения с дифференциацией по группам и типам потребителей, имея в виду цель разработки перспективной ассортиментно-групповой структуры

потреблении. В область этих вопросов входит рационализация потребления предметов гардероба различными группами потребителей, возможности осуществления управляющих воздействий на формирование разумного, социально перспективного потребления, чтобы создать условия для свободного всестороннего развития личности. Такие условия должны быть обеспечены не только для какой-нибудь определенной части населения, а для всех слоев населения. В то же время рационализация потребления означает не установление уравниловки в распределении благ, а процесс сближения возможностей для удовлетворения потребностей у различных социально-экономических групп населения при сохранении принципа распределения по труду.

В Эстонском филиале ВНИИКСа разработка перспективной ассортиментно-групповой структуры потребления предметов гардероба в виде нормативных показателей рационального потребления осуществлялась уже несколько раз. Имеется также опыт построения типологии потребителей на базе выявления характера потребительского поведения представителей отдельных типов при покупке одежды и обуви. Кажется, что логичнее всего подходить к проблемам рационализации потребления предметов гардероба различными группами потребителей с помощью использования отмеченного опыта. Однако этот вопрос является чрезвычайно сложным, что подтверждается следующими моментами:

— до сих пор практическим работникам управления и организации торговли приходилось иметь дело с группами потребителей, выделенными по каким-либо конкретным демографическим, социальным или экономическим группам, поэтому им трудно разбираться в идеологии построения типологии потребителей, основанной на методах многомерного статистического анализа, и использовать новую структуру потребителей в своих расчетах;

— общепринятой методологии для типологизации потребителей пока не существует, поэтому в качестве типобразующих показателей отдельные исследователи используют весьма разнородные совокупности из статистических и поведенческих характеристик потребителей;

— в конкретный тип потребителей, однообразный по характеру, например, потребительского поведения, могут попа-

дать представителям различных возрастных групп населения, что мешает рассмотрению специфических проблем формирования гардероба молодежи или лиц пожилого возраста;

- сложной и трудоемкой задачей оказалось прогнозирование ассортиментно-групповой структуры потребления на базе типологии потребителей, в том числе ожидаемого в будущем распределения населения между типами.

По вышеприведенным моментам можно сделать следующий вывод: хотя построение типологии потребителей позволяет отражать в практике существующей дифференциации потребителей лучше, чем другие методы группировки, все же более целесообразно в настоящее время рассматривать проблемы рационализации потребления предметов гардероба различными группами потребителей на базе половозрастной структуры населения, а не по типологии потребителей. В то же время не исключено параллельное использование различных групп и типов потребителей, но имея в виду цель широкого использования нормативных показателей рационального потребления в управлении торговли, без возрастных групп такой цели не добиться.

Если в настоящее время по возрасту мужчины и женщины распределяются чаще всего на 4 группы, где дети до 17 лет принадлежат одной группе, то по нашему мнению в интересах более детального рассмотрения проблем рационализации потребления предметов гардероба у детей и молодежи, следовало бы выделить детей сельского возраста, подростков начальных и старших классов.

Следует отметить, что стремление к самовыражению, быстрое реагирование на изменение моды выделяют молодежь в особую группу потребителей. Если подростковой группе характерна еще тенденция подражательства, стремление к определенной стандартизации в одежде, то у молодежной группы одежда содержит в себе элемент игры, декларации своих вкусов и эстетических позиций. Одежда без более смелых колористических и конструктивных решений, нежели в одежде для взрослых, как правило, не удовлетворяет молодежь. Спрос на молодежную одежду становится все более избирательным, и поэтому предъявляет особые требования к ее производителям.

Учет требований отдельных групп потребителей в процессе

моделирования, производства и реализации гардеробных изделий является одной из главных предпосылок более полного удовлетворения потребностей населения. Сложившаяся ориентация в производстве на ассортимент товаров для усредненного покупателя препятствует достижению этой цели. В решении проблемы отсутствия концепции развития ассортимента гардеробных изделий свою роль должны играть рекомендуемые размеры рационального потребления товаров легкой промышленности, разработанные в разрезе половозрастных групп населения. Однако, нормативы всего лишь количественные характеристики разумного потребления, они не позволяют отражать конкретные эстетические, эргономические и другие запросы отдельных групп потребителей. Разработка ассортиментной концепции гардеробных изделий предполагает учет дифференцированных требований к ассортименту и качеству изделий со стороны различных категорий населения, чтобы гарантировать совершенствование предложения товаров легкой промышленности в соответствии с потребительскими предпочтениями населения. В рамках детального построения ассортимента товаров для конкретных групп населения открываются более широкие возможности для применения типологии потребителей, выявленной по характеру потребительского поведения в приобретении предметов личного гардероба, чем это вероятно при разработке перспективных размеров рационального потребления этих товаров.

ПРОБЛЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ РЫНКА ЛАТВИЙСКОЙ ССР

С.Г. Неделько

В новых условиях хозяйствования возрастает необходимость научных исследований по сбалансированности рынка. От разрозненных и практически невзаимосвязанных между собой краткосрочных прогнозов товарооборота и потребности в рыночных фондах основных товаров филиал перешел к разработке фактического и прогнозного балансов определения потребности в товарах и формирования товарных ресурсов за счет всех источников в разрезе формы 3-торг. Последовательно реализовал-

ся принцип комплексного подхода к исследованию - осуществлялась интеграция конъюнктурных исследований с исследованиями по сбалансированности рынка. Методические подходы по построению прогнозных балансов спроса и предложения изложены в ряде документов ВНИИКСа, филиалов ВНИИКСа Эстонского, Молдавского. Однако разработка и апробирование методических подходов по расчету сбалансированности рынка потребовала учета региональных особенностей республики.

Прежде всего это предполагало выявление всех составляющих элементов "потребности в товарах" и "ресурсов" по источникам их формирования по номенклатуре 3-торг. С учетом необходимости дополнительных расчетов создана информационная база для осуществления прогноза товарооборота и других элементов составляющих "потребность в товарах", расшифровки ресурсов по источникам: рыночные и целевые фонды, централизованно непланируемые товары и другие местные и прочие источники поступления товаров. Апробация расчетов сбалансированности рынка производилась на базе фактических данных за 1983-1986 гг.

При разработке краткосрочных прогнозов на 1987-1989 гг. был осуществлен переход от прогноза товарооборота и потребности в рыночных фондах по основным товарным группам (номенклатуры 3-торг) к прогнозу товарного обеспечения в полном объеме. От товарного обеспечения - к сбалансированности рынка в целом.

В основу сбалансированности рынка были положены принцип непрерывности (прогноз - уточнение прогноза - оценка), сопоставление структуры товарного обеспечения по форме Министерства торговли и Госплана Латвийской ССР и статистических данных по фактической поставке товаров народного потребления, а также взаимосвязки расчетов товарных ресурсов с макро- и микроструктурой розничного товарооборота. Это позволило произвести сравнительную оценку предварительного расчета товарного обеспечения, разработанного Минторгом СССР на 1988 г., с расчетной потребностью в товарах. Расчеты сбалансированности рынка позволили дать конкретные рекомендации по источникам пополнения недостающих товарных ресурсов.

В процессе исследования фактической сбалансированности рынка были выявлены определенные сложности.

Во-первых, выявлены недостатки в учете поставки товаров за счет всех источников формирования ресурсов. Увязка ресурсов производится с розничным товарооборотом (всево товары, продовольственные и непродовольственные) по общему объему без балансировки его по макро- и микроструктуре. Так при общей сбалансированности непродовольственных товаров в 1986 г. выявлен дисбаланс между изделиями легкой промышленности (недостаток) и товарами культурно-бытового и хозяйственного назначения (избыток).

Во-вторых, значительная часть государственных ресурсов, а также все прочие и местные источники выделяются Министерством торговли СССР в товарном обеспечении общей суммой. Общая сумма таких ресурсов составляет более 22 процентов от розничного товарооборота.

В-третьих, на объем ресурсов определенной влияние оказывает поступление непродовольственных товаров по товарообменным операциям, которые указываются в товарном обеспечении обезличено и не в полном объеме как "разница в стоимости между завозом и вывозом товаров по товарообменным операциям".

В-четвертых, отсутствует определенная "централизация" обоснованности расчетов средних розничных цен, варьирование которых приводит к неправильному учету поставки товаров в натуральном и стоимостном выражении и искажениям при обосновании товарного обеспечения.

За последние годы наметилась тенденция к сокращению доли государственных ресурсов и особенно за счет рыночных фондов, являющихся контролируемым источником поступления товаров в торговлю.

Наибольшую сложность в учете и определении влияния на товарооборот имеют ресурсы товаров по прочим непродовольственным товарам за счет государственных ресурсов, распределяемых Минторгом СССР и по товарам культурно-бытового и хозяйственного назначения за счет государственных ресурсов и местных источников (не учтенных в государственных ресурсах), распределяемых на местах (централизованно непланируемые товары), которые в товарном обеспечении даются общей суммой и из года в год возрастают.

На 1988 год за счет этих источников увеличены товарные ресурсы в 1,5 раза по сравнению с 1986 годом.

Основная проблема заключается в том, что их объем определен в сумме больше, чем этих товаров производится по республике и чем может быть вовлечено в товарооборот.

Все эти проблемы в определении объема и структуры фактических ресурсов по товарным группам обуславливают определенные сложности при прогнозе.

Учитывая, что доля местных источников в формировании товарных ресурсов с годами будет возрастать, возникает необходимость осуществлять планирование и учет товарных ресурсов за счет местных источников на уровне учитываемых и контролируемых государственных ресурсов. При этом поднять роль региона в развитии местной инициативы и местных возможностей развития производства товаров.

Проводимое исследование по сбалансированности рынка имеет в настоящее время практический интерес, а в перспективе — позволит перейти к разработке баланса спроса и предложения, использование которого при средне- и долгосрочном прогнозировании позволит выдержать необходимые соотношения между объемом платежеспособного спроса и производства товаров народного потребления, товарооборотом и платными услугами, формировать оптимальную структуру розничного товарооборота и потребления, более полно удовлетворять спрос населения.

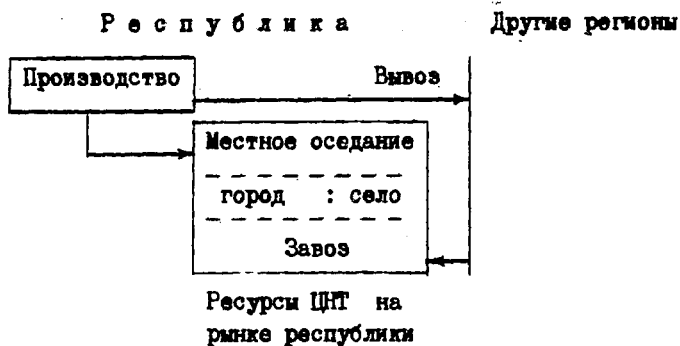
АНАЛИЗ ДВИЖЕНИЯ РАСПРЕДЕЛЯЕМЫХ НА МЕСТАХ ТОВАРОВ В ЛАТВИЙСКОЙ ССР

М.Л. Островскис

Непродовольственные товары, распределяемые на местах, или так называемые централизованно непланируемые товары (ЦНТ), занимают значительную долю в товарных ресурсах республики. Так, если за счет ЦНТ планировалось обеспечить 4,7 процента потребности в непродовольственных товарах на 1986 г., то на 1988 — 13 процентов. Такой рост значения ЦНТ в сбалансировании рынка товаров народного потребления респуб-

лики актуализировал задачу изучения их движения с целью подготовки решений по управлению движением ЦНТ на рынке республики.

Формирование ресурсов ЦНТ на рынке республики можно отразить в виде следующей схемы:



Управление движением производимых в республике ЦНТ на уровне оптовых торговых предприятий осуществляется составлением и выполнением ими "Плана распределения централизованно непланируемых товаров, вырабатываемых промышленными предприятиями Латвийской ССР на 1986 год", содержащего более 1,5 тыс. позиций. В свою очередь при балансовых расчетах плана товарного обеспечения розничного товарооборота общий объем ЦНТ определяется всего несколькими строками, что в условиях неполной информированности верхнего звена планирования о фактическом движении ЦНТ по структуре может вызвать завышение плановых объемов этого источника ресурсов.

Для целей верхнего звена управления Латвийским филиалом ВНИИКСа была решена задача агрегации показателей плана на 1986 год до номенклатуры формы госстатотчетности "3-торг". Анализ показал, что за пределы республики вывозится 70 процентов производимых в ней ЦНТ. Это в значительной мере связано со стремлением производителей к крупносерийному и массовому производству этих товаров, ограничивающему возможности местного оседания.

Следует отметить большую трудоемкость агрегации инфор-

маши. Для регулярного проведения такой работы с разумными трудозатратами в первую очередь необходима автоматизация составления упомянутого плана распределения ЦНТ (включающего составление классификатора товаров для последующей агрегации). Автоматизированный выборочный учет движения ЦНТ в оптовом звене торговли республики достоверной и достаточно полной информации для верхнего звена управления в настоящее время не дает.

Решена также задача агрегации первичной информации об объемах завоза ЦНТ из других регионов в республику (за тот же год). Анализ показал, что объемы завоза (в стоимостном выражении) в два раза меньше объема вывоза.

Реалистичная оценка заложенных в плане товарного обеспечения на 1988 год объемов ЦНТ (превышающих даже объем производства ЦНТ в республике) позволила сообщить планирующим органам о их завышенности и предложить более обоснованное значение.

Задачи управления движением ЦНТ на рынке республики требуют изменения баланса их ввоза-вывоза, что достижимо:

1) сокращением удельного веса вывоза производимых в республике ЦНТ, что требует расширения ассортимента этих товаров;

2) увеличением закупок ЦНТ по широкому ассортименту в других регионах, что требует активизации коммерческой работы оптовых торговых предприятий республики.

В условиях развития хозяйственной самостоятельности предприятий промышленности и торговли решение этих задач мыслимо только при функционировании хозяйственного механизма, стимулирующего расширение круга ЦНТ, оседающих в республике и завозимых извне. Работа над предложениями по совершенствованию хозяйственного механизма в этом направлении продолжается.

МИКРОСПРОС КАК ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ КАТЕГОРИЯ

И.И. Петтап

При исследовании спроса населения существует два альтернативных подхода: макро- и микроподходы. Исследование на макроуровне означает выявление спроса на большие группы товаров, вместе с тем обобщения выводятся на среднего потребителя. Микроподход концентрируется на выявлении спроса на разновидности и модели товаров, обобщения выводятся на отдельные типы и группы потребителей (см. таблицу I).

Макроподход опирается на методологии и методы конкретной экономики. Познательной целью подхода является выявление экономической сущности и детерминированности спроса. Прикладной целью является определение условий оптимального соотношения спроса и предложения.

Микроподход опирается на методологии и методы экономической психологии. Познательной целью подхода является исследование стратегии потребления, циклов насыщения рынков, типологии товаров. Прикладной целью является создание ассортиментной стратегии производства товаров, сбалансирование рынка.

Микроподход необходимо рассматривать как наиболее совершенный и глубокий вид изучения спроса, чем макроподход.

1. Микроподход позволяет наиболее адекватно представлять потребителя на рынке, т.к. исследуется не средний потребитель, а отдельные типы потребителей, их интересы, предпочтения, намерения и т.д.

2. Микроподход, опираясь на метод опрашивания, позволяет создавать целостный информационный банк данных, отражающий все основные потребительские и рыночные процессы. Информационная целостность является основой изучения наиболее сложных явлений, как стратегия потребительского поведения, циклы насыщения рынка и типология товаров.

3. Информация в микроспросе позволяет построить наиболее совершенную, детализированную и точную модель рынка, чем это возможно при макроизучении спроса. Становится возможным с большей точностью фиксировать уровень насыщенности рынка в

Т а б л и ц а I

Основные различия в микро и макроподходах при исследовании спроса населения

Признак	Микроподход	Макроподход
1. Сфера исследования.	1. Экономическая психология. Человек. Тип потребителя. Товар. Рынок. Спрос.	1. Конкретная экономика. Спрос. Товар. Цена. Доход.
2. Исследовательский подход.	2. Исследование поведения потребителя в потребительских и рыночных ситуациях. Изучение спроса на разновидности и модели товаров.	2. Исследование спроса как компонента системы реализации товаров. Изучение спроса на большие группы товаров.
3. Акцент.	3. Исследование стратегий потребления, циклов насыщения товарных рынков, типологии товаров.	3. Выявление экономической сущности и детерминированности спроса. Изучение влияния предложения товаров, доходов и цен на формирование спроса.
4. Методы исследования.	4. Опросы. Дневник. Наблюдения.	4. Анализ статистических данных. Проведение бюджетно-статистических исследований.
5. Исследовательская ориентация.	5. Разработка прикладной теории сбыта товаров. Выявление условий сбалансирования рынка. Разработка методики прогноза.	5. Разработка концепции для определения условий оптимального соотношения спроса и предложения в целях обеспечения бесперебойной продажи товаров и услуг. Разработка методики прогноза.
6. Внедрение.	6. Создание ассортиментной стратегии производства товаров. Выяснение условий внедрения новых товаров на рынке. Сбалансирование рынка. Удовлетворение запросов разных типов потребителей.	6. Прогнозирование и планирование спроса населения по большим товарным группам. Разработка нормативов потребления.

любой промежуток времени, построить типологию рынков, сбалансировать рынок на разных уровнях его соотношений и композиций. Эта информация является основой урегулирования действительных диспропорций и конфликтов рынка.

4. Микроподход позволяет наиболее адекватно и комплексно анализировать товары в процессе потребления. При этом уровень удовлетворенности потребителя можно фиксировать всеми параметрами потребляемого товара, до любой детали. Сравнения между достигнутым и необходимым уровнями удовлетворенности, являются основой усовершенствования (создания нового) товара.

5. Микроподход создает новые информационные основы планирования выпуска товаров. До сих пор информация о спросе населения весьма слабо сочетается с экономической деятельностью промышленных предприятий. Причина не только в малой заинтересованности предприятий, а больше в одностороннем характере этой информации. Информация о спросе передается предприятиям в форме государственного заказа: произведите те и те товары. Получаемая таким образом информация не позволяет проанализировать весь производственный потенциал предприятия с точки зрения достижения рыночного успеха. Не выявляются также альтернативы производства продукции и развития предприятия. Промышленность нуждается в обширной, детализированной и тесно связанной с проблемами производства, информационной системе. Эта информационная система должна, с одной стороны, способствовать созданию рыночной стратегии предприятия, а, с другой стороны, помочь найти пути, как с рыночной точки зрения целесообразнее использовать производственный потенциал (материалы, сырье, технологию и т.д.).

Изучение микроспроса населения должно происходить по строгим научным принципам. Для этого необходимо выполнять два основных условия:

- наличие обширного соответствующего эмпирического базиса, отчетливо отражающего регулярность, инвариантность, повторяемость отношений в объекте;

- наличие теоретической концепции, способствующей отражать, объяснять и обобщать эмпирические закономерности, связи, зависимости, а также прогнозировать новые законо-

мерности, для определения которых пока отсутствует эмпирия.

О ПРОБЛЕМАХ ИЗУЧЕНИЯ ГЕТЕРОГЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Э. Пидер

В последнее время все больше внимания обращается на проблемы гетерогенности (дифференциации) потребителей. Углубилась уверенность в том, что планирование и производство с учетом потребностей "среднего" потребителя не гарантирует необходимую социальную и экономическую эффективность. Подульрипы среди исследователей стали различны методы, пред- назначенные для выявления различий между потребителями.

Доминирующим направлением в этой области в настоящее время является типологизация потребления (или потребителей). Под типологией понимает в определенном смысле естественную классификацию, где объекты, принадлежащие к различным классам (типам), различаются между собой качественно и поведение объектов различных классов подчиняется различным закономерностям.

В практической исследовательской работе центральным этапом типологизации обычно является многомерная классификация объектов на ЭВМ (называемая также кластерным анализом, или цифровой таксономией). Гарантированным результатом такого исследования всегда является разбивка совокупности на подходящее число (от 3 до 10) "типов", которые затем можно охарактеризовать в разрезе многих признаков. Выявленные типы всегда различаются между собой по некоторым показателям, но часто остается сомнительным, насколько эти различия качественные или существенные.

Чтобы оценить перспективы таких исследований, более корректно поставить задачи и рационально выбрать методы для их решения, необходимо, по-видимому выяснение некоторых более фундаментальных вопросов. Существенной проблемой является действительный характер гетерогенности наблюдаемых объектов: соотношение в нем качественных и количественных различий, реальное существование (или отсутствие) в исследу-

этой совокупности дискретных типов.

С альтернативными формами гетерогенности можно встретиться во многих областях науки, где изучаются сложные (многомерные) объекты. Например, если в биологии широко применяются традиционные методы математической статистики, которые предполагают принадлежность рассматриваемых объектов к одной статистической совокупности (обычно также нормальное распределение параметров), то при изучении некоторых проблем явно придется учитывать распределение биологических объектов по дискретным группам (биологические виды и т.п.).

Существенная часть психологии посвящена изучению различий между людьми.

Здесь можно наблюдать тенденцию от деления людей на определенные типы психологами более ранних времен, в сторону характеристики их при помощи непрерывных параметров (факторов) в современной дифференциальной психологии.

Если смотреть на людей с точки зрения социологии, то характер их гетерогенности в существенной мере определяется структурой общества. Из истории известны общества, которые были строго разбиты на дискретные группы: индийские касты, рабы и свободные граждане, помещики и крепостные и т.д.

В современном обществе более важное значение приобрели параметры, которые имеют в принципе количественный характер — доходы, образовательный уровень, способности, интересы и т.д. Хотя существование качественно различных, дискретных групп среди потребителей не исключено, теоретически не обосновано предположение, что такая форма гетерогенности является доминирующей.

Решающим критерием существования и значимости типов естественно должен служить анализ реальных данных. Вопрос в том, как часто встречается ситуация, когда точки, соответствующие действительным социологическим объектам, располагаются в пространстве признаков в виде различных друг от друга скоплений (кластеров). В проведенных исследованиях такая проблема не была поставлена.

На основе данных множества исследований можно сказать, что при изучении потребления очень часто встречаются более-

менее унимодальные распределения — то есть объекты образуют одну общую группу, плотность которой уменьшается в обе стороны к экстремальным значениям признаков.

Распределение некоторых важных показателей (доходы, потребление некоторых товаров) можно описать простыми, хорошо известными в математической статистике законами распределения (чаще всего логнормального).

Из приведенного вытекает предварительное заключение, что расположение соответствующих реальным объектам точек в признаковом пространстве в виде нескольких компактных групп, является скорее исключением, чем правилом. Но именно наличие таких групп является необходимым условием применения алгоритмов автоматической классификации, выполнение которого, однако, не проверяется. Если изучаемая совокупность объектов действительно образует единственную группу (например, с многомерным нормальным распределением), то программа разбивает ее все-таки на какие-либо группы, исходя из случайных сгущений и разрежений распределения объектов в пространстве. Путем простого осмотра, также с помощью применяемых в настоящее время алгоритмов кластерного анализа, трудно достоверно судить о наличии либо одного, либо нескольких типов в совокупности.

Как и при любых других выборочных исследованиях, здесь кажется уместным исходить из определенного уровня стабильной значимости. До сих пор сделаны некоторые попытки выявить статистически значимые типы, но для большинства исследователей (как социологов, так и специалистов по обработке данных) эта проблема осталась в стороне от их интересов.

Приведенные мысли можно резюмировать в виде следующих пунктов:

1. Нет основания считать, что обязательной или главной формой гетерогенности потребителей является их распределение в устойчивые качественно различные типы. Часто более правильно исходить из того, что все потребители принадлежат к одной статистической совокупности и вариация их признаков подчиняется определенным законам распределения.

2. Применяемые в настоящее время алгоритмы автоматической классификации не позволяют на должном уровне анализиро —

вать характер гетерогенности потребителей. Вместо распространенного до сих пор метода - разбиения совокупности на удобное количество типов, следовало бы поставить более содержательную цель - проверить, образует ли рассматриваемая совокупность одну общую группу или можно там выделить несколько (2, 3, 30?) значимых типов.

3. Отсутствие (или редкое нахождение) качественно различных типов среди потребителей не утверждает, что невозможно или не нужно классифицировать потребителей. Необходимая классификация определяется в каждом конкретном случае практическими задачами. Например, разбивка людей на определенное число классов по окружности головы - крайне необходимо при производстве головных уборов. Но вряд ли кто-то предпологает, что каждому номеру шапки соответствует качественно различный тип потребителей.

ФИРМЕННАЯ ТОРГОВЛЯ В СИСТЕМЕ ХОЗРАСЧЕТНОГО ПРОМЫШЛЕННО-ТОРГОВОГО КОМПЛЕКСА

М. Рауярв

В условиях экономического эксперимента Министерства легкой промышленности Эстонской ССР стал разворачивать фирменную торговлю. Если до 1985 года легкая промышленность имела только два фирменных магазина ("Силуэт" и "Марат"), то в первом году эксперимента (1985 г.) их число увеличилось и география расширилась. Та же тенденция продолжалась во втором году эксперимента (1986 г.). Обзор фирменных магазинов предприятий системы Министерства легкой промышленности ЭССР к концу эксперимента (последний был предусмотрен на годы 1985-1987) представлен в следующей таблице.

Расширение сети фирменных магазинов предприятий легкой промышленности намечено также на перспективу (например, в г. Хаапсаду).

Таким образом, к концу периода экономического эксперимента, т.е. к I января 1988 г., в системе Мининпрома ЭССР насчитывалось 15 фирменных магазинов (в том числе один филиал-

Название фирменного магазина	Место нахождения	Год создания	Названия предприятий в структуру которых входит фирменный магазин
1. "Силует"	г. Таллин (ул. Виру)	был открыт уже до эксперимента	ТНПО им. В. Клементи
2. "Марат"	г. Таллин (ул. Пикк)	"-"	ТНПО "Марат"
3. "Кантур"	г. Таллин (Ратушная ул.)	1985	фабрика "Кейла"
4. "Кренгольмская Мануфактура"	г. Таллин (ул. Г. Отса)	1985	Комбинат "Кренгольмская Мануфактура"
5. "Нарва каи-гад" ("Нарвские ткани")	г. Нарва	1985	"-"
6. "Аренг"	г. Тарту	1985	Текстильная фабрика "Аренг"
7. "Пярну лина"	г. Пярну	1985	Пярнуский льнокомбинат
8. "Балтика"	г. Таллин (ул. Виру)	1986	ТНПО "Балтика"
9. "Вируланд"	г. Рахвере	1986	"-"
10. "Оести кинг"	г. Таллин (ул. Виру)	1986	Ю "Коммунар"
11. "Перекинг"	г. Тарту	1986	Тартуский ЮК
12. "Линда"	г. Таллин (ул. Кулласса)	1986	КТК "Линда"
13. "Сангар"	г. Таллин (ул. Пикк)	1986	ТНФ "Сангар"
14. "Койт"	г. Таллин (ул. Пикк)	1986	Текстильная фабрика "Пунане Койт"
15. фирмал "Марата"	г. Таллин (ул. Эхитаате тее)	1986	ТНПО "Марат"

ал), из которых 5 магазинов были созданы в первом и 8 магазинов во втором году эксперимента. В основном фирменные магазины созданы в Таллине (10) и только 5 магазинов в других

городах республики (в Тарту, Пярну, Нарве, Рахвере). Из 21 предприятия легкой промышленности фирменные магазины имеют 12 предприятий.

Заслуживает внимания тот факт, что из 15 фирменных магазинов 14 были созданы в помещениях бывших магазинов Министерства торговли и только один из них (филиал "Марата") - на первом этаже нового высотного здания. Тем самым создание этих магазинов для потребителей и торговли означало не расширение сети магазинов, увеличение торговой площади, улучшение возможностей купли-продажи в условиях современных требований, а просто передачу торговой площади от одного ведомства другому (что происходило в острой борьбе между ведомствами по принципу "кто перетянет", причем легкая промышленность могла опираться на постановление Партии и Правительства по экономическому эксперименту).

Сложившееся решение явно не из лучших, так как человек - потребитель в процессе создания фирменных магазинов опять-таки оказался второстепенным. Несомненно, что к такой ситуации привели серьезные промахи в планировании социально-экономического развития республики, игнорирование требования комплексности при развитии городов и поселений, ведомственность и формальность на всех уровнях планирования.

В то же время известно, что сравнительно ситуация в торговле из года в год ухудшается, т.е. рост товарооборота опережает прирост торговой площади (причем в республике наличие торговой площади значительно ниже норматива). Указанное противоречие в Эстонской ССР характеризуется следующей таблицей¹.

	<u>1980 г. 1986 г. Рост (%)</u>		
1. Торговая площадь магазинов к концу года, кв. м	1809	1902	5,1
2. Оборот предприятий розничной торговли, руб.	1378	1629	18,2
в т.ч. промтовары	765	928	21,3
продтовары	761	974	14,8

¹ Народное хозяйство Эстонской ССР в 1986 году: статистический ежегодник. - Таллин, Ээсти Раамат, 1987, с. 220-221.

Сравним также ситуации в торговле столиц союзных республик в 1985 г. (по государственной и кооперативной торговле, включая предприятия общественного питания)¹:

Оборот розничной торговли на душу населения, руб.		Торговая площадь на 10 тыс. жителей, кв. м	
1. Москва	- 2612	1. Москва	- 1939
2. Таллин	- 2127	2. Кишинев	- 1560
3. Рига	- 1980	3. Вильнюс	- 1535
4. Вильнюс	- 1955	
.....		9. Таллин	- 1434
15. Баку	- 1078	
		15. Ташкент	- 1185

Опять подтверждается известный факт, что в нашей республике теснота помещений причиняет неудобства как покупателям, так и продавцам. Положение усложняется (особенно в Таллине) еще многими экскурсантами и туристами. Требуется решительные меры для пресечения необузданной закупки и вывоза из республики предметов потребления всякого рода приезжими людьми.

С точки зрения усовершенствования регионального управления республикой необходимы разработка и применение дополнительных мер против миграции для того, чтобы избежать притока в Эстонскую ССР низкоквалифицированного контингента людей, мало заинтересованных в работе. От решения этого вопроса непосредственно зависит успех организации торговли.

Создание и развитие сети фирменных магазинов прежде всего должны идти в следующих направлениях:

- на базе нового строительства;
- комплексный капитальный ремонт зданий и помещений в Старом городе (как в Таллине, так и в прочих городах), учитывая все требования по реставрации.

¹ Развитие экономики и культуры г. Таллина за 1980-1986 гг. Справочный материал для народных депутатов. - Таллин: Валгус, 1987, с. 72. (На эст. яз.)

Оба направления следовало бы осуществлять при финансовой и прочей поддержке предприятия (предприятий), создающего фирменный магазин. Возможно, что требуется сотрудничество со строительными организациями, обновление древних зданий же нужно координировать с Республиканским реставрационным управлением.

На основе экономического эксперимента нужно подчеркнуть следующее. Во-первых, с целью рациональной поставки сотрудничества между заказчиками (предприятиями легкой промышленности), проектировщиками и строителями, а также лучшего соблюдения требований производственной технологии на стадиях проектирования и строительства, в системе Минлегпрома Эстонской ССР была образована проектно-строительная организация. Во-вторых, условиями экономического эксперимента на уровне указанного министерства был создан централизованный фонд развертывания производства и социального развития, образуемый из средств предприятий. Он предусматривается для расширения, обновления и перестройки производства, для строительства объектов социальной сферы и жилищ.

Таким образом, опираясь на денежные средства самих предприятий (при необходимости также и средства централизованного фонда) и на упомянутую выше проектно-строительную организацию, легкая промышленность получила отличные возможности для того, чтобы на качественно ином уровне уделять внимание развитию фирменной торговли (естественно, это вместо общесоюзного рынка следовало бы переориентироваться прежде всего на потребителей нашей республики).

Поскольку работникам легкой промышленности требуется жилье, а системе и предприятиям для более успешной работы и изучения спроса - фирменные магазины, то перспективным оказывается следующее направление. Для работников легкой промышленности нужно проектировать и строить жилища по индивидуальным заказам (и проектам) таким образом, чтобы на нижних этажах домов или примыкающих к ним зданий располагались фирменные магазины одного или нескольких предприятий, или даже дома торговли, предлагающие всю продукцию легкой промышленности, имеющие все необходимые помещения для торговли, изучения спроса и двустороннего общения с покупателями

(путем проведения демонстраций мод, конференций и пр.). Комплексы жилищ-магазинов потребовались бы во всех городах республики для того, чтобы способствовать их комплексному развитию, современному архитектурному оформлению.

Вышеизложенное существенно как для развития производства, так и для социально-экономического развития. В фирменной торговле возможно достижение нового качества, к тому же соответственно условиям настоящего хозрасчета.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ МЕЖДУ ПРОМЫШЛЕННОСТЬЮ И ТОРГОВЛЕЙ И ИЗУЧЕНИЕ СПРОСА В НОВЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ (РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ РЕШЕНИЯ)

Ю.П. Самулявичюс

В новых условиях хозяйствования повышение приоритетности запросов потребителя над интересами поставщика требует отработки эффективной системы взаимоотношений между промышленными и торговыми организациями. Однако, как показывает практика, несовершенство экономических и организационных форм взаимодействия между поставщиком и потребителем в новых условиях хозяйствования часто приводит к игнорированию интересов потребителя, что в конечном итоге сказывается на структуре самого спроса. По нашему мнению, решения этой задачи возможно при условии, что в звене "поставщик-потребитель" приоритетной стороной оказывается последний. Именно при условии приоритетности потребителя может быть создана необходимая обратная связь между спросом отдельных хозяйственных звеньев на различные виды продукции и потребительскими свойствами выпускаемой продукции. Следовательно, спрос должен стать спросом не вообще на продукцию, а на продукцию четко определенных потребительских свойств.

В связи с этими условиями проводившегося широкомасштабного экономического эксперимента и намечалась переориентация производства на спрос потребителя. Для этого намечалось изменить сам порядок формирования производственной программы. Однако анализ производственной деятельности предприятий мест-

ной и легкой промышленности Литовской ССР показал, что в новых условиях хозяйствования основу производственной программы предприятий составил не реальный спрос на продукцию, а детальная номенклатура изделий, планируемая министерствами и темпы роста товарной продукции.

В дальнейшем, чтобы подчинить производство товаров народного потребления исключительно спросу, потребности, а не ресурсы должны стать исходным пунктом формирования производственной программы предприятий.

Совершенствование экономических форм взаимоотношений между торговлей и промышленностью выдвигает новые задачи в области совершенствования оптово-ярмарочной системы заключения хозяйственных договоров на поставку продукции. Несоответствие сроков представления заявок и проведения ярмарок приводит на предприятиях к тому, что часть закупаемых материалов "оседает" в остатках.

В новых условиях хозяйствования повышение приоритетности запросов потребителя над интересами поставщика требует отработки эффективной системы взаимоотношений между торговыми организациями, регулируемой экономическими рычагами. Для этого необходима существенная перестройка системы материальной ответственности обеих сторон за убытки и потери, связанные с нереализацией, несвоевременной реализацией заказанной продукции или с ее реализацией по сниженным ценам.

Представляется целесообразным размер штрафных санкций, которые должна уплатить торговая организация предприятию за отказ от заявленной продукции повисить до уровня средней нормы рентабельности по группе изделий, но не меньше 5 % ее стоимости. Кроме того, следует взаимоувязать штрафы, уплачиваемые торговой организацией с размером средств для материального поощрения работников.

Анализ практики взаимоотношений торговых организаций и предприятий показывает, что при недостаточной товарной обеспеченности планов товарооборота взаимные санкции применяются довольно редко. Торговая организация чаще всего ограничивается возвратом некачественной продукции, а предприятия со своей стороны еще реже предъявляют санкции торговым организациям за отказ от заявленной продукции во избежание "обострения от-

ношений". Таким образом, в результате взаимной нетребовательности проигрывает покупатель, стоящий в конце цепи "производство - торговля". Поэтому дальнейшее совершенствование механизма взаимоотношений предполагает исключение возможности возникновения взаимной нетребовательности.

Следует предоставить предприятию возможность для более свободного маневрирования ассортиментом, распределяемым в плановом порядке, от получения которого по разным причинам отказался потребитель.

В новых условиях хозяйствования предприятиям разрешено реализовать распределяемые в плановом порядке и изготовленные в соответствии с заключенными договорами товары народного потребления, не выбранные потребителями по выделенным фондам, торгующим организациям по своему усмотрению. Однако практика хозяйствования показывает, что реализация таких товаров обычно затруднена тем, что в пределах определенного региона находится одна специализированная оптовая торговая организация. Поэтому представляется целесообразным разрешить реализацию товаров, невыбранных торговыми организациями, также и вне рыночных потребителями.

В новых условиях хозяйствования отмечается улучшение выполнения планов реализации продукции с учетом договоров. Однако, наряду со сверхплановыми отчислениями в фонды материального поощрения за 100 % выполнение договорных обязательств, предприятия уплачивают немалые штрафы за недопоставку отдельных видов изделий, обусловленных договорами. Такая, на первый взгляд, нелогичность объясняется тем, что выполнение плана поставок по предприятиям легкой промышленности определяется по групповому ассортименту. В этих условиях при выполнении по укрупненным группам не соблюдаются условия поставок по внутригрупповому ассортименту, а именно по размерам, ростам, цвету, расцветкам и другим параметрам, характеризующим важные потребительские свойства товара. Следовательно, методы оценки выполнения планов реализации с учетом договоров поставок также нуждаются в дальнейшем совершенствовании.

Совершенствование экономических форм взаимосвязи между торговлей и промышленностью предполагает принятие мер по децентрализации системы цен. Представляется целесообразным пре-

доставить республиканским министерствам торговли право утверждения и изменения цен по широкому кругу товаров народного потребления. Государственный комитет цен при этом осуществлял бы общую политику и контроль в этой области.

Спрос в легкой промышленности изучается кем угодно, но только не предприятиями-производителями. Чаще всего, изучением спроса занимаются торговые и другие организации, которые дают экономически необоснованные рекомендации промышленности, в результате чего спрос остается неудовлетворенным. Подобная практика, по нашему мнению, устарела и не влияет на удовлетворение потребностей покупателей. Спрос на товары должно изучать предприятие, производящее и экономически зависящее от удовлетворения спроса. Однако, расширение фирменной торговли не означает решения полностью проблемы изучения спроса, так как задачи фирменной торговли сводятся не к определению объема спроса на товары. Задача фирменной торговли заключается в изучении потребительских оценок и тенденций изменения спроса. Функции определения объема спроса и его прогнозирования нужно возложить на местные советы, создавая кустовые информационные вычислительные точки по изучению спроса.

ОТ ВАЛА ТОВАРНОЙ МАССЫ К РОСТУ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ СТОИМОСТИ

Ю.В. Сарв

Дальнейшее улучшение обеспечения населения товарами народного потребления является важнейшей составной частью нашей социально-экономической политики. Реальное достижение этой цели обеспечивается развитием и совершенствованием общественного производства, проведением радикальной перестройки хозяйственного механизма и системы управления. Необходимо создание целостного, внутренне непротиворечивого хозяйственного механизма, способного побуждать трудовые коллективы эффективно работать на конечный результат на реализацию установленных социально-экономических приоритетов в развитии общества.

При нынешней ситуации, в соответствии с заданиями Комлексной программы по товарам и услугам министерства и ведомства должны обеспечить неуклонное и опережающее наращивание выпуска товаров народного потребления. При этом они не несут почти никакой ответственности за удовлетворение потребностей населения в необходимых товарах, за улучшение качества и ассортимента товаров в соответствии с возрастающими потребностями населения на товары.

Перестройка организационной структуры управления производством и реализацией товаров народного потребления должна быть связана не простым перераспределением функций в области оперативного управления между органами государственного, отраслевого и территориального управления, а острой необходимостью обеспечить комплексную ассортиментную и экономическую политику, определяемую прежде всего потребностями всех контингентов потребителей и охватывающую все стадии "общественной жизни" товара. Жизнь показывает, что переход промышленности и торговли на полный хозяйственный расчет не приведет к автоматической перестройке отраслей на удовлетворение спроса населения. Объективно налицо общая (между отраслевыми интересами и конечной целью) и частная (межведомственная) несогласованность системы показателей. Фактическая деятельность народного хозяйства и его отраслей оценивается по показателям экономической эффективности без учета социально-экономической эффективности в сфере личного потребления. По-прежнему идет ориентация рынка на рост количественных (натуральных или стоимостных) критериев, далеких от интересов потребителей.

В перестройке организационной структуры управления производством и реализацией товаров определяющей должно стать функционирование козрасчетных комплексов, в которых система стимулирования полностью зависит от реализации товаров непосредственно потребителям. В этих козрасчетных комплексах необходимо создать единую систему показателей, ориентированных на максимизацию реализуемой потребительской стоимости общей товарной массы, а не на достижение планируемых показателей вала (натуральных и стоимостных). Организационной основой такого приближения к потребителям должно стать соединение

отдельных стадий "общественной жизни" товара в специализированные: оптово-розничные, торговые-сервисные, торговые-производственные, научно-промышленно-торговые, научно-промышленно-торгово-сервисные объединения. Образование специализированных объединений от НИОКР до потребителей, от возникновения идей и формирования торгового ассортимента до аттестаций товаров потребителями целесообразно начинать с начала, то есть с оптово-розничных, торговых-сервисных и т.д. объединений.

ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ АССОРТИМЕНТА И ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЙ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА

Б.Д. Семал

В условиях перестройки хозяйственного механизма в текстильной промышленности и торговле особое значение имеет разработка более совершенного методологического подхода к управлению рынком текстильных товаров на основе широкого использования в практике работы торговых и текстильных предприятий рациональных элементов маркетинга. Сущность этого подхода состоит в том, что при определении объема выпуска текстильных материалов (тканей, трикотажных и нетканых полотен) и изделий из них (швейных, трикотажных, галантерейных и др.), структуры их видового и внутривидового ассортимента, уровня потребительских свойств и качества за основу принимается основной принцип маркетинга - производить то, что продается, а не продавать то, что производится.

В нынешних условиях надо категорически отказываться от давно сложившейся и явно устаревшей практики формирования структуры производственного ассортимента текстильных изделий только с учетом сырьевых, технологических, ассортиментных, финансовых и других возможностей отдельных отраслей текстильной промышленности без должного учета структуры потребностей и емкости рынка на указанные изделия и перспективы их реализации. Это приводит к выпуску множества однотипных безадресных текстильных материалов и изделий, которые уже в сфере обращения должны найти потребителя.

На кафедре товароведения непродовольственных товаров Львовского торгово-экономического института в содружестве с головными научно-исследовательскими институтами текстильной и химической промышленности (ЦИХБИ, ЦНИИШерсти, ЦНИИЛВ, ВНИИНТМ, НИОПИК, ГНИИТЭОС и др.) и рядом текстильных предприятий (Московский хлопчатобумажный комбинат "Трехгорная мануфактура", Херсонский хлопчатобумажный комбинат, Львовское производственное трикотажное объединение "Луч" и др.) разработаны научные основы формирования ассортимента и качества одной из основных и наиболее перспективных групп материалов - многокомпонентных по волокнистому составу и отделке материалов одежного назначения.

Предполагаемый алгоритм управления ассортиментом и качеством текстильных материалов включает следующие блоки:

- изучение, анализ, обобщение потребностей населения и формулирование требований потребителей к отдельным конкретным видам текстильных материалов и изделий из них;
- разработку номенклатуры показателей качества и построение иерархической структуры потребительских свойств для текстильных материалов различного целевого назначения;
- выбор показателей для комплексной оценки уровня качества рассматриваемых материалов и определение коэффициентов их весомости;
- выбор эффективных методов и критериев оценки отдельных свойств и общего уровня качества рассматриваемых ассортиментных групп материалов;
- экспериментальные исследования наиболее значимых свойств изучаемых групп материалов и обоснование граничных уровней этих показателей по градациям качества;
- расчет комплексных показателей качества по выбранной схеме вычислений;
- анализ уровня качества изучаемой группы материалов на основе комплексных и дифференциальных оценок;
- выбор и обоснование эталонных образцов материалов и оптимизацию на их основе изучаемых ассортиментных групп;
- разработку направлений совершенствования ассортимента и повышения качества материалов на основе оптимизации сырьевого состава, их строения и технологии производства.

Следовательно, сущность данного метода состоит в том, что основные характеристики ассортимента каждой из исследуемых групп текстильных материалов (их оптимальность, степень новизны, степень соответствия своему функциональному назначению и др.) оценивались с учетом уровня основных и наиболее значимых для потребителя свойств и комплексного показателя качества каждого варианта материала, входящего в ту или иную ассортиментную группу. Таким образом, качество ассортимента (его оптимальность, новизна и др.) оцениваются в органическом неразрывном единстве с уровнем свойств и качества каждого вида материала.

Рекомендуемый метод, как показала его апробация в оптовой и розничной торговле Укоопсовза и Минторга Украины, является вполне пригодным и для целей дальнейшего совершенствования хозяйственного механизма в сфере обращения. Именно посредством данного метода представляется возможным более обоснованно выбирать эталонные образцы текстильных (да и других) материалов и изделий из них, исключить из структуры ассортимента те виды материалов и изделий, которые по каким-либо показателям качества уступают эталонным; значительно упорядочить саму структуру ассортимента, исключив из нее множество безадресных и к тому же однотипных материалов и изделий; внести конкретные предложения по существенному улучшению практики проектирования, технологии производства, условий эксплуатации и сферы использования отмеченных материалов и изделий; совершенствованию системы стандартизации ассортимента, свойств и качества и решению других коммерческих задач.

Кроме того, внедрение отмеченного метода в практику работы отраслевых НИИ текстильной промышленности и торговли, текстильных предприятий, а также предприятий розничной и оптовой торговли открывает путь для широкого применения в их работе элементов маркетинга, управления рынком текстильных товаров на научной основе, принципиально нового подхода к оценке новизны, оптимальности, взаимозаменяемости и экономической этих товаров.

Установлено, в частности, что при внедрении предлагаемого метода в практику работы текстильной промышленности, торговли и сферы бытового обслуживания достигается значительный

экономический и социальный эффект за счет коренного повышения качества текстильных материалов и продления сроков физической и социальной долговечности изделий из них, оптимизации соотношения между их социальной и физической долговечностью, создания новых видов высококачественных тканей, трикотажных и нетканых полотен, придания им комплекса полезных специфических свойств и устранения или снижения свойственных им недостатков путем физической или химической их модификации; снижения материалоемкости указанных материалов в результате оптимизации их строения без сокращения сроков их эксплуатации и использования более эффективных (неразрушающих) методов контроля и оценки их качества и т.д. Кроме того, отмеченные факторы приводят к ускорению оборачиваемости текстильных товаров в торговле, продлению их жизненного цикла в сфере потребления, упорядочению и оптимизации торгового ассортимента и более успешного решения других коммерческих задач в оптовой и розничной торговле.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ВОПРОСЫ РАЦИОНАЛЬНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

С.М. Смирнов

Рациональное потребление основных продуктов питания одна из актуальных социально-экономических проблем нашего общества.

В условиях дефицитности важнейших продовольственных товаров затруднено не только рациональное питание, но и построение его оптимальной модели. Особенно сложно осуществить экспериментальную крупномасштабную проверку разработанной модели, с целью выявления положительных и негативных социально-экономических явлений, связанных с ее функционированием.

Реализация принципов социалистического планирования, создание и опробирование оптимальной модели рационального потребления продовольствия возможно на примере хлебных продуктов, едва ли не единственного вида пищевых товаров, удовлет-

верящего выявленный спрос покупателей. Осуществление такой возможности желательно в регионе, обладающем достаточными товарными запасами, нормами потребления относительно близкими к научно обоснованным, высокой культурой потребления населения.

Решение проблемы рационального использования хлебных продуктов (муки, круп, хлебобулочных, сухарных, бараночных, макаронных и некоторых видов мучнисто-кондитерских изделий) возможно в следующих взаимосвязанных направлениях:

- создания и эффективной деятельности системы изучения потребностей населения в хлебных продуктах;

- планирования на этой основе и производства необходимого количества хлебных продуктов определенного ассортимента и высокого качества на предприятиях промышленности, общественного питания и в личном хозяйстве;

- обеспечение сохранности сырья и хлебных продуктов в процессе изготовления, обращения и непосредственного потребления, в т.ч. при возврате, сборе и утилизации отходов и остатков.

В настоящей работе рассматриваются организационно-правовые средства, обеспечивающие реализацию указанных направлений.

Разобщенные ведомственные службы не в состоянии выявить и проанализировать потребности в хлебных продуктах как в силу отсутствия координации, так и в связи с ее направленностью - изучением спроса, который является неадекватным и зачастую искаженным выражением потребностей.

Необходимо создание и правовое обеспечение системы изучения потребностей в хлебных продуктах на основе взаимовыгодных соглашений между предприятиями промышленности, торговли и общественного питания с участием исполнительных органов местной власти (например, заключив координационный договор на организацию планирования, применяемый в странах СЭВ). Конкретные структура, компетенция, ответственность такой системы определялась бы договорными условиями и Положением о ней.

До настоящего времени планирование и производство хлеб-

ных продуктов осуществляется ведомствами – хлебопекарным, потребкооперацией, общественным питанием, торговлей. Заключение договоров на оптовых ярмарках не может компенсировать недостатки такого планирования.

Наиболее оптимальной формой планирования, учитывающей географические, национальные, климатические особенности региона, дифференциацию населения по профессиональным, возрастным, половым признакам, соотношению продовольственных товаров и влияние иных факторов, представляется "горизонтальный" долгосрочный договор на организацию производства и поставки на основе государственного заказа на часть продукции.

Потеря части сырья, полуфабрикатов и готовых хлебных продуктов происходит в связи с отсутствием четкого нормативного закрепления условий хранения и расходования сырья, полуфабрикатов, готовой продукции, ее транспортировки, реализации, а также нарушения уже действующих правил.

Следует подчеркнуть отсутствие детальной регламентации поставки таких продуктов, как мука, крупа, макаронные изделия и необходимость разработки и утверждения союзных нормативных актов, регулирующих эти отношения. Необходимо также решить вопрос об отнесении некоторых видов хлебных продуктов к скоропортящимся.

Наиболее разработано организационно-правовое обеспечение отношений непосредственных потребителей – граждан – с производителями и продавцами хлебных продуктов.

При сравнительном анализе действующих правовых норм выявляется нарушение логики правового регулирования. Интересы гражданина фактически не гарантированы. Отсутствует механизм непосредственной обратной связи между гражданином и изготовителем хлебных продуктов. Такая возможность предоставлена торговле, однако интересы последней зачастую не совпадают с интересами покупателей, и в результате в продажу поступают не пользующиеся спросом изделия, низкого качества, сужается ассортимент, нарушаются сроки реализации.

Практически полностью отсутствует регламентация сбора у населения отходов и остатков хлебных продуктов.

Для воздействия непосредственных потребителей хлебных

продуктов на торговлю и производство представляется возможным:

- возложить на розничную торговлю обязанности по информированию покупателей об изготовителях товаров, сроках изготовления, реализации и других существенных сведениях, нормативно закрепив в правилах торговли;

- ввести в практику продажу хлебных продуктов по предварительным заказам, в первую очередь по диетическим, национальным, мучнисто-кондитерским изделиям;

- учредить в качестве официального документа журналы отзывов покупателей, установив зависимость премиальной части зарплаты работников торговли и производства от наличия отрицательных отзывов о качестве, узком ассортименте, времени реализации и т.д.;

- установить работникам торговли, выявившим нарушения со стороны поставщиков и изготовителей, отчисления от суммы взысканных с них неустоек;

- создать при хлебных магазинах и отделах пункты возврата остатков и отходов хлебных продуктов, установив порядок приемки, хранения, транспортировки, цены и т.д., закрепив эти правила нормативно.

УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ И КАЧЕСТВОМ ОБУВИ
ДЛЯ ВОСТОЧНЫХ РАЙОНОВ СТРАНЫ С ПОЗИЦИИ
МАКСИМАЛЬНОГО СОХРАНЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРИ ТРАНСПОРТИРОВАНИИ
И ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИЗНОСОСТОЙКОСТИ ПРИ ЭКСПЛУАТАЦИИ

Г.Н. Смольникова

Проблема оптимального ассортимента товаров имеет две стороны - социальную и техническую. В основе первой - стремление потребителей приобрести тот или иной товар, в основе второй - возможность его успешного функционирования в определенных условиях. Решая первую задачу, применяют методы изучения и прогнозирования спроса, для решения второй задачи изучался процесс эксплуатации изделий в конкретной среде: г.г. Новосибирске, Якутске, Владивостоке, Петропавловск-

Камчатском, Алма-Ате, находящихся в районах с резко выраженной климатической спецификой, а также рекламации по качеству обуви, поступающей в перечисленные районы.

Применяя методы изучения спроса, можно получить исчерпывающие данные по групповому ассортименту товаров, изучая процесс эксплуатации изделия и рекламации — по их видовому ассортименту.

Обувь одного и того же вида может иметь различные материалы верха и низа, модели, крепление верха к низу и пр. Все это определяет характер и интенсивность изменений, протекающих в ней при эксплуатации, вызывая появление тех или иных дефектов.

Специфика территориальных особенностей нашей страны до последнего времени не учитывалась при создании обуви и формировании ее ассортимента. С приходом новых материалов, для успешной эксплуатации которых требуется обязательное соблюдение определенных условий, возникает проблема их правильного использования и, прежде всего, в территориально-климатическом плане. Уровень средних температур воздуха и амплитуда их суточных колебаний в один и тот же период года резко отличаются в перечисленных районах. Тоже отмечается в отношении суммарного за год количества осадков, их состава, относительной влажности воздуха, солнечной радиации и т.д.

Статистический анализ отказов обуви при поступлении в торговые организации перечисленных районов показал, что материальные потери в сфере товародвижения огромны. Их величина пропорциональна удаленности от мест производства и интенсивности воздействия внешней среды при транспортировании. Якутским ПТ забраковано 12 % ввозимой обуви и 3 % обуви местного производства, Владивостокским ПТ соответственно 5 и 2 %, Новосибирским оптовым объединением по торговле обувью 18 и 1 %, Петропавловск-Камчатским объединением "Промтовары" 9 % ввозимой обуви. Среди дефектов преобладают критические и значительные: отклейка подошвы, деформация, морщинистость, отставание верха от жесткого задника и подноски, осыпание покрытия, расщелины между деталями низа. Доля перечисленных дефектов среди прочих составляет 69 % в Новосибирске и Владивостоке, 66 % в Якутске, 64 % в Петропавловск-

ке-Камчатском. Своим появлением они обязаны релаксационным процессам в готовой обуви во время ее хранения на обувных предприятиях и транспортирования, что является следствием определенных недостатков в технологии производства отечественной обуви. Существующая технология не обеспечивает в достаточной мере стабильность свойств обуви, которая изменяет свой внешний вид, форму, линейные размеры.

Статистический анализ отказов обуви в эксплуатации по перечисленным районам показал, что ее износостойкость недостаточна, большая часть выходит из строя в течение гарантийных сроков носки или вскоре по их окончании в течение нового сезона носки в результате появления критических или значительных дефектов: разрывов материала верха в области пучков, по грани затяжной кромки заготовки; отклейки подошвы; перелома супинаторов; разрыва швов. Получено, что существуют большие резервы повышения износостойкости обуви за счет правильного выбора обувных материалов и конструкции, которые должны соответствовать требованиям процесса эксплуатации. В результате одни материалы наиболее приемлемы и рекомендованы для одних районов, другие для иных. Износостойкость обуви в значительной степени определяется степенью приспособленности материалов, конструкции обуви к условиям окружающей среды района эксплуатации, а также соответствием технологии производства обуви особенностям сферы товародвижения и особенностям применяемых материалов. Одна из причин недостаточной износостойкости обуви и недостаточной стабильности ее свойств во время транспортирования и хранения состоит в том, что не учтены эти условия.

Даны рекомендации торговле по составлению заказов и формированию торгового ассортимента обувных товаров из натуральных, искусственных и синтетических кож, распределению товарных ресурсов для районов Сибири, Дальнего Востока и Средней Азии с учетом влияния внешней среды на их износостойкость, а также рекомендации промышленности по изготовлению обуви для перечисленных отдаленных районов.

Внедрение рекомендаций осуществляется в соответствии с техническим заданием Центросоюза по программе "Хозяйственный расчет", что позволит снизить потери по забракованной

продукции, сократить и исключить из ассортимента изделия, которые по объективным причинам не выдерживают гарантийных сроков эксплуатации, повысить обоснованность заказов-заявок на обувь с учетом территориально-климатических зон в целях более полного удовлетворения спроса населения и определения его объективных потребностей в различных видах обуви.

Таким образом, сложившаяся практика распределения товарных ресурсов, согласно которой обувь из всех видов материалов с различными свойствами представлена пропорционально численности населения во всех районах, не оправдывает себя. Специфика климатических условий и особенности товародвижения в Восточных районах страны требуют дифференцированного подхода к формированию ассортимента и качества обуви для этих районов.

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМА ТОРГОВОГО ПОСРЕДНИЧЕСТВА В СОВРЕМЕННЫЙ ПЕРИОД

А.Ф. Сохновский

1. В условиях перестройки механизма торговли и ускорения социально-экономического развития в свете задач, поставленных XXVII съездом КПСС и последующих Пленумах ЦК партии важное значение имеет совершенствование деятельности торговых посредников по реализации излишков товаров народного потребления и правового регулирования этого процесса.

2. Анализ торговых операций посредников системы Минторга СССР (Совзпосредторг, посредторги союзных республик, межобластные торгпосредконторы) позволяет сделать вывод, что деятельность указанных организаций не соответствует требованиям перестройки. Посредторги превратились в регистраторов заключаемых сделок, коммерческая работа по вовлечению в оборот излишков товаров, анализ причин их образования, поиск покупателей проводятся слабо. Договоры между посредниками и клиентами не заключаются. Торговые сделки не имеют соответствующего правового обеспечения и продолжают регулироваться

правилами договора поставки товаров, что юридически неточно и на практике вызывает трудности при их исполнении. Работа посредторгов затруднена различными необоснованными запретами и ограничениями. Хозрасчет посреднических организаций неполный (не всегда даже взыскивается посредническое вознаграждение), а работники экономически не заинтересованы в конечных результатах своего труда. Предпочтение отдается проведению эпизодических ярмарок, а не повседневной работе по выявлению и торговле излишками на договорных началах и др.

Для устранения имеющихся недостатков следовало бы, на наш взгляд, осуществить следующие мероприятия.

3. Главной задачей посредторгов должна быть коммерческая работа по изучению спроса, выявлению излишков товаров, анализу причин их образования и организация реализации на основании заключаемых длительных договоров посредничества между посредниками и излишкодержателями, для чего необходимо разработать и утвердить Типовой договор посредничества как соглашения между социалистическими организациями, в силу которого одна сторона (посредник) обязуется оказывать другой стороне (клиентам) юридическое и фактическое содействие в заключении между последними договора на реализацию излишков товаров народного потребления, а клиенты обязуются принять к исполнению этот договор и оплатить посреднику его услуги.

Договоры (торговые сделки) между самими клиентами следовало бы определить как самостоятельный вид, без отсылки к Положениям о поставках товаров, изложив его основные условия в Типовом договоре.

4. Необходимо разрешить заключать торговые сделки с внерыночными покупателями, включая промышленные предприятия, колхозы, совхозы, а также кооперативы граждан.

5. Определить само понятие "излишки товаров", расширив существующее - "излишние запасы товаров", например, так: это - слабо реализуемые, не пользующиеся спросом в данном регионе доброкачественные товары; товары, от получения которых отказались предприятия розничной торговли; некондиционные и морально устаревшие товары, пригодные к использованию. При этом отменить издание любых запрещающих списков.

Отнесение товара к излишнему должно быть прерогативой самого его обладателя.

6. Изменить систему планирования работы посредторгов и стимулирования труда их работников, предусмотрев в качестве основного показателя не посреднический оборот, а размер посреднического вознаграждения, установив его в зависимости не только от объема заключаемых сделок, но и от срока реализации излишков. Размер посреднического оборота можно было бы сохранить в качестве планового показателя лишь для учета объема посреднических операций.

7. Исключить из действующих инструкций и положений правило об обязательном обращении по поводу имеющихся излишков только к организациям системы Минторга СССР. Выбор посредников должен быть делом самих излишкодержателей.

8. Назрела необходимость возложения на посредторги обязанности по содействию не только в заключении сделок, но и при их исполнении (содействие в подыскании тары, организации погрузки, предоставлении транспорта и др. услуг) — путем заключения дополнительных соглашений посредников с соответствующими организациями, как это практикуется сейчас комиссионными магазинами с предприятиями службы быта.

РОЛЬ ДОГОВОРНЫХ ЦЕН В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ВНР)

И.В. Фунтикова

Современная перестройка носит комплексный характер, охватывает экономику, сферу социальных отношений, политическую и духовную жизнь страны. Однако решающую роль играют революционное обновление системы управления, ломка сложившихся методов, переход к качественно новой модели хозяйственного механизма.

В центре мероприятий по совершенствованию хозяйственного механизма стоят повышение роли хозяйственных организаций, развертывание инициативы трудовых коллективов. Развитие самостоятельности предприятия, усиление его ответствен-

ности за конечные результаты работы непосредственно связаны с совершенствованием системы оптовых, закупочных и розничных цен. Как отмечалось в докладе М.С. Горбачева на июньском (1987 г.) Пленуме ЦК КПСС, реформа системы цен является одним из главных направлений перестройки хозяйственного механизма. Именно цена и экономические регуляторы дают ответ на вопрос как совместить активность отдельной производственной ячейки, плановый "горизонт" которой ограничен конкретными хозяйственными связями, с перспективными глобальными интересами всего общества. Цена должна стать показателем общественной оценки микродинамических процессов экономической жизни.

При подготовке реформы системы цен необходимо учитывать опыт, накопившийся в этой области в других социалистических странах. В частности, Венгерская Народная Республика является одной из стран социализма, где экономические рычаги играют основную роль в механизме управления народным хозяйством. В январе 1988 г. страна отметила 20-летие начала широкомасштабных экономических преобразований. Отличительной особенностью хозяйственного механизма ВНР является постоянное (почти ежегодное) внесение корректив в систему экономических регуляторов. По мнению венгерских специалистов, необходимость этого диктуется динамичностью экономического процесса.

Основные направления постоянного развития системы цен, введенной в ВНР в 1968 г., сводятся к:

- органической увязке внутренних и мировых цен (мировые цены оказывают регулирующее влияние и зачастую определяют снижение высоких внутренних цен, стимулируют сокращение производственных затрат, и на этой основе способствуют повышению эффективности производства);
- созданию двух уровней системы цен (оптовых и розничных цен);
- гибкому регулированию розничных цен в соответствии с изменением конъюнктуры внутреннего рынка.

Немалую роль в переходе к "свободным" ценам сыграла большая зависимость ВНР от мирового рынка. В качестве базы внутренних цен используются внешнеторговые. По мнению Б.Сик-

сам, председателя Государственного комитета по материальным ресурсам и ценам ВНР, только в этом случае внутренняя цена способна выражать измеряемую международными мерками эффективность, воздействовать на формирование спроса населения.

Сфера действия "конкуренционного" ценообразования постоянно расширяется. Удельный вес товаров, на которые действуют "свободные" цены, в общем объеме розничного товарооборота составляли в 1957 г. 14 %, в 1968 г. - 23 %, в 1979 г. - 53 %, в 1983 г. - 57 %¹. К 1986 г. их доля достигла примерно 75 % от общего объема реализуемых в стране товаров².

"Свободные" цены играют важную роль в обеспечении сбалансированности спроса и предложения на отдельные товары и товарные разновидности. По мнению венгерских экономистов, без применения этого рычага не удалось бы установить такое тесное сотрудничество, которое сейчас существует, например, между крупными сельскохозяйственными предприятиями и пищевой промышленностью в части исследования рынка и обеспечения его продовольствием в соответствии с запросами потребителей.

С другой стороны, развитие системы "свободных" цен в ряде случаев ведет к росту средних розничных цен. Так, в 1984 г. рост уровня розничных цен составлял 8,3 %, в 1985 - 7 %³, в 1988 г. - 14-15 %⁴.

В ходе экономических преобразований в ВНР была также разработана и успешно внедрена широкая программа развития индивидуально-трудовой и кооперативной деятельности. В подчинении Министерства внутренней торговли и услуг ВНР в 1986 году осталось лишь несколько крупных предприятий - по продаже легковых автомобилей, поставкам торгового оборудования и обслуживанию иностранных туристов.

Частный сектор формирует товарное предложение в объеме

¹ Непсабадшаг. - 1983. - 31 марта.

² М и т р о ф а н о в а И. Системы контроля цен в странах СЭВ. // Вопросы экономики. - 1986. - № 12. - С. 110.

³ Непсабадшаг. - 1985. - 12 января.

⁴ Аргументы и факты. - 1988. - № 12.

6-7 % от розничного товарооборота. В нем занято около 600 тыс. человек, 75 % из них трудится в частном секторе в свободное от основной работы время. За довольно короткое время это позволило удовлетворить спрос населения в областях, традиционно испытывавших дефицит предложения. Значительно расширился ассортимент товаров за счет их производства в кооперативных и частных секторах. А это способствовало соревновательности при формировании и обслуживании "своих" контингентов потребителей. Примером такой состязательности могут служить взаимоотношения между объединением государственных универмагов "Центрум" и кооперативным интегратором "Шкалой-Кооп". Естественно, что развитие производства товаров за счет индивидуальной и кооперативной форм трудовой деятельности также способствует расширению сферы применения "свободных" цен и росту их общего уровня.

Несмотря на сложности и недостатки, отмеченные на осенней (1987 г.) сессии Государственного собрания ВНР, хозяйственный механизм убедительно доказал свою жизнеспособность. Новую программу экономической стабилизации и дальнейшего развития хозяйственной реформы называют третьим этапом реформы.

По мнению большинства венгерских экономистов, когда реформа будет в полной мере реализована, установится глобальная сбалансированность спроса и предложения, основным инструментом которой является хозяйственный механизм, рынок, а не план.

С учетом специфических особенностей нашей экономики необходимо использовать венгерский опыт совершенствования хозяйственного механизма и ценообразования для преодоления диспропорций между спросом и предложением на рынке товаров и услуг, убыточности в народном хозяйстве, искусственного дефицита одних товаров, снижения покупательной способности рубля.

ПРОБЛЕМЫ РАЗРАБОТКИ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОГНОЗОВ СПРОСА В НОВЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Н.А. Черкасова

Предусмотренные июньским (1987 г.) Пленумом ЦК КПСС коренное изменение системы формирования государственных планов предъявляет принципиально новые требования к уровню предплановых разработок. Расширение горизонтов планирования, более тесная взаимосвязь в разработке планов на всех уровнях управления заставляет особое внимание обратить на методологию и практику социально-экономического прогнозирования.

Применительно к планированию развития рынка товаров народного потребления наибольшее значение приобретают прогнозы спроса населения. Пока разработка этих прогнозов, также как и вся работа по изучению спроса, остается в основном прерогативой торговли. Такое положение является, на наш взгляд, одной из причин растущей несбалансированности рынка. Неудовлетворенный спрос населения вырос за последние пять лет в 1,9 раза и достиг почти 20 млрд. руб. Давление его на рынок приводит к определенной успокоенности производителей. В условиях дефицита по большинству товарных групп предприятия и отрасли — монополисты не видят необходимости ни в изучении спроса, ни в его прогнозировании. Таким образом, отстраненность промышленности от вопросов изучения и прогнозирования спроса усугубляет дефицит, а он в свою очередь тормозит развитие работ по изучению и прогнозированию спроса.

В большинстве стран-членов СЭВ положение с разработкой текущих и перспективных оценок спроса принципиально иное. Там эта работа является обязательным элементом деятельности и торговых, и промышленных организаций и предприятий, плановых и даже директивных органов. Эта функция закреплена за торговлей и промышленностью в законодательном порядке, что способствует выработке согласованных прогнозов спроса, сбалансированных планов производства и реализации товаров, более полному удовлетворению спроса населения.

Принятие закона о государственном предприятии (объеди-

нении) и в нашей стране законодательство закрепило обязанность всех предприятий изучать спрос и осуществлять меры по рекламе своей продукции. Однако такая постановка вопроса, даже если она будет в полной мере реализована, не решает новых проблем в части разработки и использования прогнозов спроса в условиях перестройки системы планирования.

Формирование планов выпуска товаров народного потребления предприятиями самостоятельно, на основе заключенных договоров предполагают и самостоятельное определение торговыми единицами планов реализации этих товаров. Такой подход безусловно позволит повысить сбалансированность планов товарооборота с его товарным обеспечением, даст возможность торговой отрасли начать выполнять плановые задания и повысить на этой основе свою рентабельность. В то же время, если в основе этого подхода заключаемых договоров не будут лежать прогнозы спроса населения, увязанные с динамикой денежных доходов, — несбалансированность рынка может резко обостриться.

Особенно проблематично выглядит при этом сбалансированность денежных доходов и расходов населения республики, краев и областей. Как известно, в настоящее время имеет место значительная миграция спроса населения. Результаты ряда исследований показывают, что, например, из республик Прибалтики и Белоруссии вывозится около 20 % реализуемых там отдельных видов товаров. В итоге значительно завышенными оказываются разрабатываемые Госкомстатом СССР уровни потребления и обеспеченности населения товарами в этих регионах, на этой деформированной информационной основе принимаются управленческие решения о распределении рыночных фондов и формировании общесоюзных резервов. В условиях же перестройки системы планирования и самостоятельного формирования предприятиями планов производства и реализации товаров эти регионы страны окажутся в наиболее невыгодном положении.

Претворение в жизнь предложений отдельных экономистов^I

^I Д о к ш и н Р. Сбалансированность доходов и расходов населения, розничного товарооборота и товарных ресурсов. // Плановое хозяйство. — 1988. — № 2.

об утверждении в дальнейшем балансов денежных доходов и расходов населения в качестве расчетных показателей для регионов, а в качестве директивного-эмиссионного результата, — на наш взгляд, в условиях миграции спроса населения не обеспечат равных условий для всех республик.

В связи с этим представляется, что долгосрочная стратегия развития производства и реализации товаров в региональном разрезе должна базироваться на комплексных политических прогнозах решения национального вопроса в стране. Тактические же задачи распределения товарных ресурсов и роста душевых уровней товарооборота в республиках не могут быть эффективно решены без всестороннего изучения мотивации и размеров межрегиональной миграции спроса населения.

Накопленный в настоящее время в Латвийской ССР опыт изучения миграционных процессов и учета их при прогнозировании спроса населения республик в других регионах страны практически не используется. Это неизбежно ведет к искажению прогнозных оценок, закреплению (и даже интенсификации) межрегиональных потоков покупателей. Выборочные обследования показывают, что до 40 % опрошенных совершают вынужденные поездки в другие республики, края и области с целью совершения покупок товаров. Причем характер миграции и ее мотивов в отдельных республиках весьма различен, и, следовательно, методы их изучения и учета в процессе прогнозирования спроса также должны быть дифференцированы.

Таким образом, в ходе перестройки системы планирования особое значение и остроту приобретает проблема обеспечения сбалансированности денежных доходов и расходов населения отдельных регионов, успешное решение которой в существенно большей степени, чем раньше будет зависеть от использования при формировании заявок и заключении договоров прогнозов спроса, от их научной обоснованности, расширения информационной базы прогнозов за счет проведения выборочных обследований, направленных на выявление миграционных потоков покупателей.

Содержание

I. КОМПЛЕКСНОЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Я.П. Альвер, В.Г. Ярве. О применении частных индексов эффективности при комплексном анализе хозяйственной деятельности (на примере потребобществ Эстпотребсоюза)	3
В.А. Анджане, Р.А. Диепиня. Основные направления дальнейшего развития торговли плодоовощами в Латвийской ССР	6
В.А. Анджане, Р.А. Диепиня. Повышение эффективности управления торговыми единицами в условиях самокупаемости	8
Н.С. Аттокурова. Некоторые аспекты совершенствования планирования торговой сети	10
Л.И. Аувиэрт, И.Н. Горелов. О роли установки и речи в рекламе	13
Л.И. Аувиэрт, Х.В. Дсисс. Психологический климат как предпосылка для улучшения трудовой деятельности коллектива	15
Н.Ф. Байдаков, И.Н. Байдакова. Проблемы совершенствования ценообразования	19
А.А. Баранова. Совершенствование методов учета издержек обращения внутриотраслевых подразделений розничной торговли	21
И.Х. Баширов, Е.В. Винда, В.П. Коломыцев. Механизм перестройки структур управления предприятиями торговли	24
Я.М. Бельчиков, В.Р. Бицадзе. Резервы роста эффективности труда работников магазинов в новых условиях хозяйствования	25
П.Р. Вийрес, А.К. Валге. О проблемах повышения и оценки доходности в торговле	28
М.А. Виксинья. Повышение роли экономических отношений в хозяйственном механизме торговли	30

Н.М. Витренко. К вопросу об оценке эффективности работы предприятий розничной торговли в новых условиях хозяйствования	32
Б.И. Гаврилов, Т.И. Морголь. Формирование оборотных средств розничной торговли в новых условиях хозяйствования	35
Н.А. Горелов, П.Р. Коротенко, И.Э. Мусин. О развитии кооперативных форм организации торговли в малых и средних городах РСФСР	38
Т.К. Грубич, А.Ф. Кононенко, Л.Г. Саркисян. Совершенствование механизма территориального планирования розничной торговой сети	41
Ю.С. Гуцев. Резервы использования основных производственных фондов кооперативной оптовой торговли .	43
Т.В. Добрянская. Управление товарными запасами в новых условиях хозяйствования	46
И.Г. Доросенко. В основу размещения розничной торговой сети - социальные особенности регионов	49
Л.П. Дядечко. Каким быть государственному заказу ...	52
Л.А. Журавлева. Совершенствование регионального управления легкой промышленности	55
С.Б. Зангеева. Особенности функционирования райпо (райпотребсоюзов) при переходе на новые условия хозяйствования	58
А.И. Капетык. Повышение рентабельности кооперативной торговли Белорусской ССР в новых условиях хозяйствования	60
П.Г. Капыш. Проблемы создания механизма оптовой торговли средствами производства в регионе	62
С.И. Коломийцева, А.А. Недрянко, А.В. Паничкин. Резервы повышения доходности продторгов в новых условиях хозяйствования	65
Э.М. Кольж, В.В. Тамм. Определение структуры реализации бытовых услуг в условиях хозрасчета	67
И.И. Корольков, Н.В. Максименко. Методические предпосылки планирования розничной торговой сети в городах-спутниках	68

В.В. Космач. Народнохозяйственная эффективность совершенствования прогрессивных форм продажи продовольственных товаров как элемента хозяйственного механизма розничной торговли	71
Л.И. Кравченко, С.Л. Кравченко, Т.Л. Кравченко. Методика анализа эффективности торговли в новых условиях хозяйствования	74
В.И. Кринал. О новых направлениях внешнеэкономической деятельности Советского государства.....	78
Л.А. Кукурудза. Совершенствование финансового планирования в торговле в новых условиях хозяйствования	81
А.А. Кылу. Хозрасчет и финансово результаты в торговле в условиях экономической реформы	84
Г.М. Мадченко. Две категории качества: производственной и потребительское	86
Э.Э. Лешник, Д.Х.-И. Сепп. Внутренний хозрасчет и иерархическая система остаточного дохода в торговле	88
Э. Липченко. Социальные и психологические науки в повышении эффективности и культуры труда в сфере обслуживания	90
Г.В. Маклаков. Основные направления перестройки в оптовой торговле	93
Л.А. Малич, Е.Ф. Мисик. Проблемные вопросы использования микро-ЭВМ в бухгалтерском учете	96
Н.Г. Маркина. О кадровом обеспечении развития хозяйственного механизма в торговле	98
М.А. Мильян. О некоторых проблемах освоения нового хозяйственного механизма в торговле	101
Х. Мюйр. О необходимости и проблемах предстоящей реформы розничных цен	102
Л.А. Омельянович. Совершенствование нормативных отношений в торговле	105
С.П. Пономарева. К вопросу об укреплении платежной дисциплины	107
Т.В. Правдивец. Совершенствование внутрисистемных хозяйственных связей в кооперативной торговле .	109

В.Р. Раудсепп, Н.А. Иванова. О некоторых аспектах товарно-денежных отношений в региональной экономике управления	III
А.Я. Сиймон. Методические проблемы совершенствования планирования и укрепления хозяйственного расчета в торговле	III3
Е.Я. Силаев. Место потребительской кооперации в хозяйственном механизме агропромышленного комплекса	III6
В.Я. Соколов. Роль амортизации в хозяйственном механизме торговых предприятий	III9
В.А. Суровцева. Совершенствование хозяйственного механизма в розничной торговле	III22
М.А. Сырг. Расчетно-кредитные рычаги улучшения снабжения населения товарами народного потребления ..	III24
В.М. Торопков, А.П. Корольчук. Пути повышения эффективности труда в розничных торговых предприятиях	III26
В.В. Трутанов. Исследование проблем экономического механизма управления условиями труда с помощью имитационной игры	III28
К.В. Тюрк. Подготовка и стабилизация торговых специалистов	III29
Н.Д. Убугунова. Инвестиционная активность хозяйственного механизма в условиях хозрасчета	III31
Ф.Н. Шарапанова. Роль учета в совершенствовании хозяйственного механизма в торговле	III34
А.Л. Шушарин. Некоторые направления совершенствования хозяйственного механизма в розничной торговле ...	III36
Я. Бельчиков, Л. Дьурко. Актуальные задачи организации торговли в ВНР	III39
Э. Кипасто. Пути повышения конкурентоспособности колхозной рыночной торговли ЭССР	III42
П. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РАБОТЫ И УПРАВЛЕНИЯ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ	
А. Аамер, А. Блумберг. Некоторые актуальные вопросы совершенствования основного (первичного) звена управления общественным питанием	III46
В.П. Венграускас. Проблемы дальнейшего совершенствования хозяйственного механизма общественного питания	III48

У.Я. Венесаар. Развитие кооперативов общественного питания	151
Г.Г. Завилейский, М.И. Стома. Совершенствование учета и анализа результатов хозяйственных связей общественного питания с розничной торговлей	153
О.П. Зайцева. Региональные вопросы совершенствования структуры управления общественным питанием	156
В.И. Карсекин. Управление развитием материально-технической базы общественного питания в новых условиях хозяйствования	159
Г.С. Козаковская. Повышение эффективности использования материально-технической базы общественного питания потребительской кооперации Белорусской ССР	161
Е.Ф. Мисих. Проблемы перехода на новые условия хозяйствования низовых звеньев общественного питания потребительской кооперации	164
Т.А. Паас. Об одной возможности совершенствования оценки качества обслуживания в общественном питании	166
А.Я. Розе, А.Б. Кадная. О совершенствовании организационной структуры управления торговлей и общественным питанием в городе	168
В.В. Салий, Э.П. Салий. Механизм хозяйствования и рабочая столовая	170
И.А. Сиймон. Актуальные проблемы хозрасчета предприятий питания по месту работы и учебы	172
Р.И. Тимофеева. Кооперативные предприятия общественного питания и рентабельность отрасли	174
Н.А. Хан. Совершенствование управления развитием и размещением предприятий общественного питания ...	176
III. ИЗУЧЕНИЕ СПРОСА И УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВЗАИМОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ ТОРГОВЛЕЙ И ПРОМЫШЛЕННОСТЬЮ	
Р. Арумаа. Оптово-розничное объединение для продажи товаров спортивно-туристического назначения	178
А.А. Бакунов. Некоторые вопросы эффективности межотраслевых связей в плодоовощном звене АПК	180
А.В. Бобринцев, И.Д. Маскиняр, Т.Е. Унковская, Н.Д. Костенко. Изучение спроса и совершенствование отно-	

шений между торговлей и производителями-поставщиками промышленных товаров населению отдельного региона	183
А. Вихалем. Обеспеченность населения телевизорами и перспективы ее развития	185
Б.Я. Давидович. О перестройке регионального прогнозирования спроса в условиях функционирования нового хозяйственного механизма в торговле	187
О.Е. Жуковский, Г.М. Соболюкова. Информационный аспект совершенствования взаимоотношений между торговлей и промышленностью на основе использования современных технических средств	192
Л.А. Журавлева. Маркетинг как основа изучения спроса	195
Г.А. Кадацкий. Вопросы исследования миграции спроса населения на товары	198
В. Качкус, Т. Финкельштейнене. Совершенствование исследований рынка потребления в условиях радикальной экономической реформы	201
М.И. Клеандров. Совершенствование правового регулирования взаимоотношений торговли с промышленностью	203
Л.А. Куум. Пути перестройки хозяйственных связей между торговлей и промышленностью по товарам легкой промышленности (на примере Эстонской ССР)	205
Б.Г. Лаврушин. Прогнозирование спроса по результатам статического регрессионного анализа	208
Т.Г. Лукс. Рационализация потребления предметов гардероба различными группами потребителей	210
С.Г. Неделько. Проблемы сбалансированности рынка Латвийской ССР	213
М.Л. Островскис. Анализ движения распределяемых на местах товаров в Латвийской ССР	216
И.И. Петтай. Микроспрос как исследовательская категория	219
Э. Пндер. О проблемах изучения гетерогенности потребителей	222
М. Раудярв. Фирменная торговля в системе хозяйственного промышленно-торгового комплекса	225

В.П. Самулявичус. Совершенствование взаимоотношений между промышленностью и торговлей и изучение спроса в новых условиях хозяйствования (региональный аспект решения)	230
Д.В. Сарв. От вала товарной массы к росту потребительской стоимости	233
Б.Д. Семак. Пути оптимизации ассортимента и повышения качества текстильных изделий на основе маркетинга	235
С.М. Смирнов. Организационно-правовые вопросы рационального потребления продовольствия	238
Г.Н. Смольникова. Управление ассортиментом и качеством обуви для восточных районов страны с позиции максимального сохранения качества при транспортировании и обеспечения износостойкости при эксплуатации	241
А.Ф. Сохновский. Проблемы совершенствования механизма торгового посредничества в современный период	244
И.В. Фунтикова. Роль договорных цен в совершенствовании хозяйственного механизма (на примере ВНР)	246
Н.А. Черкасова. Проблемы разработки и использования прогнозов спроса в новых условиях хозяйствования	250