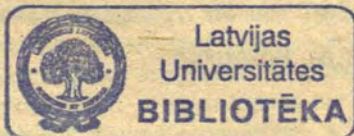


**Функционирование торговли
в условиях торгово-
промышленного комплекса**

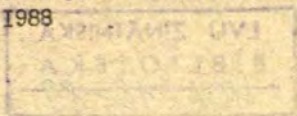
Министерство народного образования Латвийской ССР
Латвийский ордена Трудового Красного Знамени
государственный университет им. П.Стучки
Кафедра экономики торговли

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ТОРГОВЛИ
В УСЛОВИЯХ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Сборник научных трудов



Латвийский государственный университет им. П.Стучки
Рига 1988



ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННОГО
КОМПЛЕКСА

Функционирование торговли в условиях торгово-промышленного комплекса: Сборник научных трудов/ Под ред. А.Я.Розе. - Рига: ЛГУ им. П.Стучки, 1988. - 210 с.

В настоящем сборнике освещаются основные направления совершенствования взаимоотношений промышленности и торговли как единого организационно-экономического механизма производства и реализации товаров народного потребления в новых условиях хозяйствования.

Сборник предназначен для научных работников, специалистов в области торговли и общественного питания разных уровней, преподавателей, аспирантов и студентов торговых вузов.

Рис. 4, табл. 5.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

А.Розе (отв.ред.), И.Рудуша, В.Стефанович

Печатается по решению редакционно-издательского совета ЛГУ им. П.Стучки

Ф I0808-I54y
ИВ12(11)-88 83.88.3503010000

С

Латвийский
государственный
университет
им. П.Стучки,
1988

LVI ZINĀTNISKĀ
BIBLIOTĒKA
~~407-18-89~~

ДОГОВОРНО-ЗАКАЗНОЙ МЕХАНИЗМ КАК УСЛОВИЕ
УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ НАСЕЛЕНИЯ В ТОВАРАХ

Осваиваемый в настоящее время порядок планирования выпуска и поставки потребительских товаров базируется на обязательности для поставщика заказа торговли и хозяйственных договоров в качестве основы организации его производственной деятельности. Действует принцип: выпускать и поставлять только то, что закуплено на оптовой ярмарке и скреплено договорными обязательствами. Планы производства товаров народного потребления для всех отраслей народного хозяйства, предприятий и объединений должны формироваться, исходя из заказов торговли с учетом результатов оптовых ярмарок. Продукцию, на которую отсутствуют заказы торговли и других потребителей и не заключены договоры на оптовых ярмарках, в планы производства включать запрещено. Соответственно, и результаты деятельности производственных коллективов оцениваются теперь не по валовым показателям, а по уровню выполнения договорных обязательств. Тем самым резко повышается роль заказа торговли, договора, оптовой ярмарки.

Заказ является стержневым элементом системы договорных отношений торговли и производства. В нем торговля как представитель интересов потребителей сводит и конкретизирует их требования к объему и структуре товарной массы, необходимой в данном периоде для нормального поступательного развития общества.

Анализ нового механизма взаимоотношений торговли и производства по поводу выпуска и реализации товаров народного потребления показывает, что его введение несколько ослабило диктат производителя, создало условия для более полного удовлетворения потребностей населения в товарах народного потребления. В то же время он не создает у производителей должной заинтересованности в полном обес-

печении заказов торговли, увеличении выпуска товаров, пользующихся спросом. Согласование намечаемых производственных программ, проектов планов, позволяющее увязать потребности рынка с имеющимися товарными ресурсами, во главу угла все же ставит возможности промышленности, ее материально-технические и ресурсные ограничения. Исходя из этого, заказ поэтому в большей степени отражает уровень развития производства, чем реальные потребности общества в товарах.

Представляется, что основными недостатками нового механизма, не позволяющими ему на деле обеспечить полную согласованность интересов торговли и промышленности и общегосударственных интересов, являются следующие:

Во-первых, порядок планирования производства товаров народного потребления остался сложным, громоздким, многоступенчатым, централизованным. Он не нацеливает производственные предприятия на принятие напряженных планов. Согласования и корректировки, проводимые на всех этапах формирования плана производства товаров и планов товарооборота, обеспечивающие реальность этих планов, одновременно усложняют сам механизм планирования, делают его негибким, плохо приспособленным к изменяющейся конъюнктуре рынка.

Во-вторых, предоставленная новым хозяйственным механизмом возможность производителям реализовывать товары, от которых отказалась одна торговая организация, другой существенно ослабляет влияние торговли на производство в деле организации выпуска товаров, действительно отвечающих запросам покупателей. Эта возможность позволяет производителям в условиях существующей недостаточной насыщенности рынка по многим товарам искать и находить менее требовательных партнеров, а значит, способствует проникновению к конечному потребителю некачественных товаров.

В-третьих, структура взаимоотношений торговли и производства не подкреплена соответствующими экономическими рычагами и стимулами, способствующими усилению заинтересованности промышленных предприятий в реализации их продукции конечным потребителям. Единственной формой материальной ответственности промышленности являются штрафы, взимаемые за ненадлежащее выполнение договоров поставки.

Из сказанного можно сделать вывод: новый хозяйственный механизм взаимоотношений торговли и промышленности в сферах производства, поставки и реализации товаров народного потребления нуждается в дальнейшем улучшении. С учетом отмеченных недостатков этого механизма считаем целесообразным выделить следующие направления его совершенствования.

Прежде всего необходимо упростить порядок формирования планов производства ряда товаров. Существующая в настоящее время сложная, многоступенчатая, централизованно регламентируемая процедура разработки планов производства может быть приемлемой только для того класса товаров народного потребления, ресурсы которых недостаточны для удовлетворения спроса в полном объеме. В этом случае необходимо планировать выпуск товаров, исходя в первую очередь из возможностей производства. По мере развития производства и накопления товарных ресурсов таких товаров станет все меньше. Они перейдут в другой большой класс товаров, ресурсы которых достаточны для удовлетворения спроса, а следовательно, такой громоздкий порядок составления и согласования планов производства нецелесообразен.

Существует еще один класс товаров, в основном новые, спрос на которые не сформировался, а также товары социально значимые, но производство которых в силу ряда объективных причин малорентабельно или убыточно (например, товары детского ассортимента). Производство таких

товаров должно основываться на государственном коммерческом заказе. Государство выполняет функции единого координатора и организатора производства этих товаров и их реализации, должно обеспечить коммерческий риск.

По товарам, ресурсы которых достаточны для удовлетворения спроса, необходимо установить более демократичный порядок планирования производства. Следует отказаться от многочисленных согласований и уточнений производственных программ и предоставить торговым предприятиям возможность напрямую заказывать эти товары у производителей. Размещаться такие заказы должны на конкурсной основе. Торговля должна иметь реальную возможность выбирать поставщиков как в своем районе деятельности, так и находящихся в других регионах страны. Это будет способствовать расширению ассортимента товаров, предлагаемых населению каждого отдельного региона.

Другое важное направление совершенствования механизма взаимоотношений торговли и производства — пересмотр роли и механизма проведения оптовых ярмарок. Измененный с 1987 года порядок проведения оптовых ярмарок, повышение их роли как элемента договорно-заказного механизма несколько демократизировал систему планирования производства и реализации товаров. Однако свободная продажа, декларированная новым хозяйственным механизмом, так и не нашла реального практического применения, а попытки внедрить свободную продажу на оптовых ярмарках по продаже изделий легкой промышленности, проводимых летом 1987 года, обернулись в одних случаях избавлением от нежелательных партнеров, в других — носили характер того же "расписания ассортимента" в пределах выделенных сумм, предоставляя торговле лишь возможность договариваться с промышленностью о выпуске нужных товаров, так как возможности торговли в выборе поставщиков были ограничены. По сути дела, прежнее прикрепление, названное теперь "долгосрочные прямые договорные связи по сло-

жившимся хозяйственным отношениям", под которые выделяются фонды. лимиты и договоры по которым заключаются в первую очередь.

В этих условиях проведение ярмарок по всем товарам представляется нецелесообразным. Они необходимы только при продаже товаров-новинок, спрос на которые не сформировался, а также по особо модным товарам для определения возможных объемов производства, круга потенциальных потребителей, уровня цен. По товарам, ресурсы которых достаточны, роль организатора производства, поставки и реализации должны взять на себя оптовые организации.

В этой связи считаем необходимым перестроить оптовое звено, придав ему, во-первых, право воздействовать на поставщиков, во-вторых, повысив ответственность за выполнение торговлей плана розничного товарооборота, и в-третьих, предоставив возможность маневрировать товарными ресурсами по регионам и торговым системам.

Таким органом может быть, по нашему мнению, опт, деятельность которого должна строиться на коммерческой основе. Наиболее целесообразная форма такой деятельности - акционерная: с участием промышленности, местных советских органов, органов Госбанка, ценообразования. Это позволит организовать всю деятельность на внутреннем рынке страны на основе подлинного хозрасчета, самоокупаемости и самофинансирования, сконцентрировать в этом органе работу как с местными, так и с инорайонными и зарубежными поставщиками, использовать ценовой фактор при организации производства и реализации товаров, на деле применять конкурсную систему размещения заказов. Все это, в свою очередь, будет способствовать расширению и улучшению ассортимента товаров, повышению их качества. При существующей структуре оптовые организации действуют разрозненно, реализуют в ос-

новном свои региональные интересы и по сути дела не заинтересованы в расширении ассортимента продаваемых в республике товаров за счет привлечения товарных ресурсов из других регионов.

Не в состоянии выполнять функции координатора и организатора производства, поставки и реализации товаров Союзпосредторг, который в основном перераспределяет товарные фонды, не выбранные торговыми организациями у местных поставщиков, и является надстроечным звеном, не обладающим рычагами экономического воздействия ни на поставщиков, ни на торговые организации. Нам представляется, что само существование Союзпосредторга вызвано как раз отсутствием должной организации в распределении товарных ресурсов по стране. Налаживание действенной системы хозяйственных связей между торговлей и производством позволит формировать производственные программы в соответствии с заказами торговли, следовательно, с запросами потребителей, а значит, делает ненужным Союзпосредторг с его перераспределенческими функциями. Акционерная форма участия в органе управления оптовой торговлей учреждений Госбанка, советских органов, органов ценообразования, планирования и управления позволит резко сократить число согласований заявок и заказов торговля промышленности, упростит договорно-заказной механизм, демократизирует процесс управления производством и реализацией товаров.

Совершенствованию механизма взаимоотношений торговли и промышленности по поводу производства и реализации товаров будет способствовать также улучшение работы по организации производства товаров по заключенным договорам и существенная перестройка системы контроля за конечной реализацией выпущенной и поставленной в торговую сеть продукции. Надо отказаться от оплаты отгруженных товаров без учета их реализации и перейти к кредитованию оптовыми организациями производственных предприятий для выпуска заказанных товаров. По ходу

реализации оптовая организация перечисляет на счет производственного предприятия суммы, полученные от продажи их продукции.

Следует пересмотреть формы материальной ответственности производственных предприятий за невыполнение договорных обязательств и перейти от уплаты штрафов за недопоставку или поставку незаказанной (некачественной) продукции, которые, как уже отмечалось, не оказывают существенного влияния, к уплате неустойки, то есть полному возмещению убытков, которые в связи с нарушением промышленностью договоров несет торговля.

Важное значение имеет вопрос об уценке поставленной недоброкачественной или незаказанной продукции. По действующим документам уценка такой продукции должна производиться только в присутствии представителя поставщика и по согласованию с местным учреждением Госбанка. Однако ни поставщик, ни финансовые органы в уценке не заинтересованы и всячески препятствуют ее проведению. Кроме того, поставщик может потребовать у покупателя возврата продукции, и торговое предприятие обязано организовать ее отправку. В этом проявляется несовершенство инструкции о приемке товаров по количеству и качеству. Решить вопрос об оперативной уценке товаров, незак.занных или ненадлежащего качества, можно, предоставив право торговле самостоятельно снижать цены на такие товары до цены реализации, а при необходимости вносить в постоянно действующие ярмарочные комитеты предложения о расторжении договоров с поставщиками, нарушающими обязательства. Опасаться того, что торговля в этих условиях будет снижать цены на доброкачественные товары без особого на то основания не следует, так как торговля заинтересована в росте товарооборота, а следовательно, в продаже относительно более дорогих товаров.

Изложенные меры позволят, на наш взгляд, усилить ответственность производителей за выполнение договоров, в быстрой реализации своей продукции конечным потребителям, а значит, повысить эффективность договорно - заказного механизма во имя достижения цели развития всего общественного производства - удовлетворения потребностей населения в товарах.

Ю. Б. Соломатин

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ТОРГОВЛИ С ПРОИЗВОДСТВОМ

В Основных положениях коренной перестройки управления экономикой, принятых на июньском (1987 г.) пленуме ЦК КПСС, отмечено, что следует проводить линию на то, чтобы в перспективе в подчинении союзных органов управления находилось несколько тысяч крупных научно - производственных, межотраслевых и территориальных объединений, способных самостоятельно осуществлять весь цикл "научные исследования и разработки - инвестиции - производство - реализация - обслуживание".¹

Проблема взаимосвязи процессов производства и реализации товаров народного потребления достаточно сложна. Рассмотрение данных процессов в совокупности приходит в известное противоречие с принципами общественного разделения труда. Промышленное производство и оказание услуг по движению и реализации товаров являются различными специфическими видами трудовой деятельности. Одна-

ко, углубление специализации всегда неизбежно сопровождается развитием кооперации.

Кооперация имеет место как между отдельными торговыми и промышленными предприятиями, так и между целыми отраслями. На современном этапе экономического развития в условиях ускорения научно-технического прогресса, а также преимущественно интенсивного развития производства и торговли кооперация уже не может эффективно функционировать, следствием чего являются нарушения единых технологических процессов, потери времени и производственной продукции, снижение динамичности развития. Поэтому на смену кооперации должна придти ее высшая форма - интеграция.

Развитие существующих хозяйственных связей между промышленными и торговыми предприятиями создает объективные предпосылки для интеграции, при этом разнородные элементы объединяются в единое целое посредством общего организационного механизма управления. Возможность образования интеграционных форм управления торгово-промышленными комплексами (ТПК) усиливается общностью цели, стоящей перед производством товаров народного потребления и торговлей. Эта цель заключается в наиболее полном удовлетворении потребностей населения в разнообразных и высококачественных товарах. Она является интегратором, который объединяет промежуточные звенья в целостность, образующую систему. При этом кооперативные связи между предприятиями промышленности и торговли не исчезают, а переходят из разряда внешних, мало поддающихся регулированию во внутренние, управляющие связи системы. Происходящие интеграционные процессы должны характеризоваться новыми качественными свойствами, не присущими отдельно взятым элементам, но проявляющимися в результате их взаимодействия в определенной системе связей. Эта особенность целостных образований носит название свойства интегративности. Сознатель-

но усиливая интегративные свойства формируемых торгово-промышленных комплексов можно добиться существенного повышения эффективности их функционирования.

Внутрисистемные связи ликвидируют посредничков, ускоряют процесс прохождения товара от начального до конечного этапа, способствуют снижению потерь и сохранению потребительной стоимости при переходе от одной стадии к другой. Интеграция требует оптимального согласования производственных программ и заявок между промышленными и торговыми предприятиями по объемам, срокам, ассортименту, качеству, стоимости в рамках единой программы деятельности, исходя из общих экономических интересов трудового коллектива всего комплекса.

Результирующим показателем функционирования торгово-промышленного комплекса, охватывающим все стадии товародвижения от производства до реализации, является розничный товарооборот. Данный показатель представляет собой натуральный объем произведенных и проданных населению товаров, помноженный на соответствующие цены. Розничные цены включают в себя как себестоимость товаров, так и издержки по их обращению и реализации, а также прибыль от производства и оказываемых торговых услуг.

Исходя из сущности затрат труда товарооборот может рассматриваться как сумма общественно необходимых совокупных затрат труда по производству, движению и продаже товаров народного потребления. В силу этого считать показатель товарооборота результатом деятельности только торговой отрасли, как происходит сейчас, представляется недостаточно правомерным. Ведь в товарообороте отражаются результаты функционирования не столько торговли, сколько других отраслей народного хозяйства, связанных с производством и обращением товарных масс. Если судить о доле торговли в товарообороте по структуре розничных цен, то она составляет немногим более 10 %. Следовательно, товарооборот является обобщающим воспроизводственным показателем всего торгово-промышленного комплекса.

Если товарооборот — конечный результат функционирования ТПК, то, естественно, возникает вопрос, что же является выходным параметром деятельности непосредственно торговой отрасли?

В торговле, если иметь в виду ее главные функции, связанные с закупкой товаров и их реализацией, затраченный труд не создает нового продукта. Он лишь увеличивает стоимость, создаваемую в сфере производства, путем оказания услуг, которые представляют продолжение процесса производства в сфере обращения. Значит, затраченный в торговле труд не создает и прибавочного продукта, а соответственно — прибыли. Но вместе с тем, как указал К.Маркс в "Капитале", процесс обращения составляет важнейшую фазу общественного воспроизводства, и торговый капитал должен приносить по крайней мере среднюю по всем отраслям прибыль. В силу общественного разделения труда "... надбавка к цене, благодаря которой купец получает свою прибыль, равна только той части стоимости товара, которую производительный капитал не причислил к цене производства товара, которой он поступился".¹ Это методологическое положение К.Маркса может быть в полной мере отнесено и к торговле в условиях социалистического воспроизводства.

Объем услуг, оказываемых торговлей в процессе обращения и реализации товаров народного потребления, можно выразить через затраты живого и овеществленного труда занятых торговым обслуживанием. Однако какой-либо особой стоимостной оценки, обособленной от стоимости товара, торговые услуги не получают. Ценой этих услуг являются скидки, предоставляемые производством торговой отрасли. Общая сумма скидок носит название валового дохода торговли. Валовой доход отражает народнохозяйственную оценку торговой отрасли. Этот показатель служит мерилом услуг, оказываемых торговлей производству и, в известной мере, определя-

¹ К.Маркс, Ф.Энгельс. Соч. — Т.25.—Ч.1.—С.315.

от уровень торгового обслуживания населения.

Действующие в настоящее время торговые скидки имеют существенные недостатки. Они ориентированы на механизм накручивания затрат в торговой отрасли, а также по многим товарным группам не увязаны с издержкоемкостью их реализации и необходимой рентабельностью. Недостаточно изучена перераспределительная функция торговых скидок, которая обеспечивает изъятие в государственный бюджет части прибавочного продукта, произведенного в промышленности.

В связи с этим необходимо совершенствовать механизм предоставления торговых скидок, которые должны способствовать установлению истинно хозрасчетных отношений в торговле и полностью отражать общественно необходимые затраты по обращению и продаже товаров народного потребления. Для успешного хозрасчетного функционирования торговой отрасли давно назрела целесообразность увеличения доли прибавочного продукта, передаваемого ей промышленностью в виде скидок.

В методических указаниях к разработке государственных планов экономического и социального развития, утвержденных Госпланом СССР, при определении общего объема потребляемых торговых услуг пользуются показателем валовой продукции торговли. Как известно, валовая продукция торговли определяется размером торговой скидки за вычетом расходов на наемный транспорт. Все это дает основание в практике планирования и учета смешивать понятия "валовая продукция" и "валовый доход" в торговле. Указывается даже, что показатель валовой продукции торговли в сущности является суммой ее валового дохода. Однако такой подход не совсем правомерен.

Валовой доход в торговле представляет собой сумму издержек обращения и прибыли от торговой деятельности. До выхода в свет Постановления ЦК КПСС и Совета Министров СССР № 842 от 17 июля 1986 г. "О совершенствовании

планирования, экономического стимулирования и управления в государственной торговле и потребительской кооперации" в издержки обращения включались текущие материальные затраты и фонд заработной платы. В условиях перехода торговой отрасли на полный хозрасчет и самофинансирование весьма важное значение приобретает показатель, предусмотренный этим постановлением: доходы торговых предприятий, определяемые как разница между валовыми доходами и издержками обращения, в которые не включена заработная плата работников. За счет указанных доходов производятся отчисления в государственный бюджет и вышестоящим органам управления по стабильным нормативам, а также другие необходимые отчисления. Остаток этих доходов (в виде фонда оплаты труда и фонда производственного и социального развития) остается в распоряжении торгового предприятия.

Таким образом, валовой доход торговли можно определить как сумму текущих материальных затрат и доходов к распределению или же как сумму текущих материальных затрат, фонда оплаты труда и доходов, расходуемых на различные отчисления и образование фонда производственного и социального развития.

Однако следует учитывать и то обстоятельство, что без прошлых, ранее авансированных затрат, заключенных в основных фондах и оборотных средствах, процесс торгового обслуживания осуществляться не может. Для определения авансированных затрат при исчислении годовой эффективности торговли неправомерно брать всю их сумму. Авансированные затраты целесообразно привести к единой размерности на основе применения среднего нормативного коэффициента эффективности капитальных вложений - "Е". Следует подчеркнуть, что при расчете среднегодовой стоимости авансированных затрат должны быть учтены не только собственные, но и арендованные, и безвозмездно используемые основные фонды торговли, а также собственные и заемные оборотные

средства. С целью избежания двойного счета нецелесообразно учитывать в текущих материальных затратах расходы на аренду зданий, сооружений, помещений, инвентаря, проценты за кредит, если они уже отражены в среднегодовой стоимости основных фондов и оборотных средств.

Согласно теории трудовой стоимости К.Маркса, совокупный общественный продукт равен сумме затрат овеществленного труда, живого труда и прибыли. Овеществленный труд включает в себя авансированные и текущие материальные затраты. Вновь созданная стоимость, т.е. сумма затрат живого труда и прибыли, составляет валовой или же национальный доход.

Если рассматривать результат функционирования непосредственно торговой отрасли, то валовой доход в том виде, в каком он трактуется в настоящее время, не является ее валовым продуктом, так как не включает в себя авансированные затраты. Но в то же время он не является и чистым продуктом торговли, т.е. ее "национальным" доходом, так как включает в себя текущие материальные затраты.

По нашему мнению, результатом функционирования торговой отрасли целесообразно считать показатель совокупного продукта торговли, который выступает в виде суммы авансированных и текущих материальных затрат, фонда оплаты труда и прибыли.

Подчеркнем, что в связи с переходом торговой отрасли на новые условия хозяйствования следовало бы ориентировать разработки по упорядочению торговых скидок на всесторонний учет как текущих, так и авансированных затрат в сфере обращения товаров народного потребления. При использовании предлагаемой методики расчета результирующего показателя валовой доход торговли будет определяться доходами к распределению и измеряться как сумма фонда оплаты труда и прибыли.

За конечный результат функционирования производственных звеньев ТПК следует брать показатель товарной продукции, выраженный в оптовых ценах предприятия.

Для определения эффективности мало знать полученный результат, необходимо выявить и обусловившие его затраты. При оценке содержания затрат нужно исходить из того, что между ними и результатом существует причинно-следственная связь. Поэтому к затратам следует относить те их виды, которые участвуют в получении конечного результата.

Затраты в ТПК можно выразить в виде общей суммы затрат промышленных предприятий и торговли.

Выделим несколько подходов к определению содержания затрат в торговле и методов их измерения. Во-первых, чаще всего ограничиваются текущими затратами, т.е. издержками обращения; во-вторых, предлагают применять так называемый ресурсный подход к определению затрат, т.е. измерять использованные ресурсы. Наиболее легко определить затраты посредством издержек обращения, но они не отражают авансированных затрат, которые необходимо участвуют в получении конечного результата торговой деятельности. От этих недостатков свободен второй подход, включающий в затраты стоимость основных фондов, оборотных средств и трудовых ресурсов торговли, однако он не учитывает текущие материальные затраты. Самым перспективным является подход, позволяющий учитывать авансированные и текущие затраты, овеществленный и живой труд. Тогда показатель, отражающий совокупные затраты торговли, определяется в виде суммы среднегодовой стоимости основных фондов и оборотных средств, текущих материальных затрат и фонда оплаты труда.

В практике учета и планирования в промышленности затраты обычно связывают с издержками производства. Издержки производства, выраженные в денежной форме, образуют себестоимость продукции. Себестоимость подразделяется на производственную, включающую затраты, связанные с производством определенного вида продукции, и полную себестоимость, в которую входят все расходы по производству и внепроизводственные затраты, связанные с обслуживанием



Latvijas
Universitātes
BIBLIOTĒKA

LVU ZINĀTNISKĀ
BIBLIOTĒKA

407 - 18 - 89

производства в целом, управлением им, а также расходы на тару, упаковку и т.п.

Совокупные затраты в промышленности целесообразно измерять не только полной себестоимостью (сумма текущих затрат), но и объемом капитальных вложений, т.е. авансированными затратами, приведенными к единой годовой размерности в соответствии с нормативным коэффициентом эффективности, дифференцированным по различным отраслям промышленности.

Итак, результатом функционирования торгово-промышленного комплекса служит показатель розничного товарооборота. Затраты в ТПК выражаются в виде суммы расходов промышленных и торговых предприятий. Следовательно, эффективность интеграционных форм управления промышленными и торговыми предприятиями ($\mathcal{E}_{\text{общ}}$) представляется возможным измерять следующим образом:

$$\mathcal{E}_{\text{общ}} = \frac{T}{\text{СЭП} + \text{СЭТ}}$$

где T - показатель розничного товарооборота,
 СЭП - показатель совокупных затрат промышленности,
 СЭТ - показатель совокупных затрат торговли.
Эффективность торговых звеньев (\mathcal{E}_T) ТПК равна:

$$\mathcal{E}_T = \frac{\text{СПТ}}{E(\Phi_{\text{осн}} + \Phi_{\text{об}}) + C_{\text{тек}} + \Phi_{\text{от}}}$$

где СПТ - совокупный продукт торговли,
 $E(\Phi_{\text{осн}} + \Phi_{\text{об}})$ - среднегодовая стоимость основных фондов и оборотных средств,
 $C_{\text{тек}}$ - текущие материальные затраты,
 $\Phi_{\text{от}}$ - фонд оплаты труда работников торговли.
Эффективность производственных звеньев ($\mathcal{E}_П$) ТПК

равна:

$$\mathcal{E}_П = \frac{\text{ТПП}}{E_{\text{п}} \cdot K_{\text{п}} + C_{\text{п}}}$$

где ТПП - показатель товарной продукции промышленных предприятий в денежном выражении,

- E_{Π} - нормативный коэффициент эффективности капложений,
 K_{Π} - сумма капложений,
 C_{Π} - полная себестоимость продукции в производственных звеньях.

В силу того, что на торгово-промышленную деятельность влияет множество факторов, наиболее обоснованные выводы, связанные с оценкой ее эффективности, возможно сделать, лишь применяя систему взаимосвязанных показателей. Основой такой системы должен быть обобщающий показатель, позволяющий оценить эффективность функционирования ТПК в целом. Наряду с обобщающим система должна содержать частные показатели. Их роль заключается в оценке эффективности составных частей ТПК и измерения основных факторов, влияющих на обобщающий показатель.

В качестве обобщающего показателя нами предлагается использовать отношение конечного результата промышленно-торговой деятельности к затратам, его обусловившим, - $E_{\text{общ}}$. Показателями, определяющими эффективность функционирования составных частей торгово-промышленной интеграции, являются E_T и E_{Π} . В качестве факторных показателей, позволяющих судить об эффективности использования отдельных видов ресурсов, целесообразно применять такие, как фондодатча (отношение результирующего показателя ТПК к среднегодовой стоимости основных фондов промышленных и торговых предприятий); фондоемкость (показатель, обратный фондодатче); оборачиваемость оборотных средств в днях (отношение произведения стоимости среднего остатка оборотных средств в промышленных и торговых предприятиях на длительность рассматриваемого периода в днях к объему товарооборота данного периода); коэффициент оборачиваемости (показатель, отражающий количество оборотов оборотных средств или количество реализованных товаров народного потребления на рубль оборотных средств); рентабельность (отношение суммы прибыли от производства и торговой деятельности к затратам на ее достижение); про-

изводительность труда (отношение товарооборота к среднесписочной численности работающих в ТПК); затратноёмкость (отношение общих затрат ТПК к среднесписочной численности).

Рассматриваемые показатели могут рассчитываться как в целом по торгово-промышленному комплексу, так и отдельно по производственным и торговым предприятиям. Экономическое содержание указанных показателей достаточно известно и не требует особых пояснений.

В условиях перехода отраслей народного хозяйства на полный хозрасчет и самофинансирование необходимо дополнить формируемую систему новыми показателями, призванными служить действенным инструментом в регулировании механизма хозрасчетных отношений. В таком качестве можно предложить коэффициент трудовых ресурсов и коэффициент экономического стимулирования. Коэффициент трудовых ресурсов ($K_{тр}$) равняется отношению суммы фонда оплаты труда работников промышленности и торговли к товарообороту. Коэффициент экономического стимулирования ($K_{эс}$) равняется отношению суммы фондов оплаты труда работников промышленных и торговых предприятий к сумме их доходов.

Важным моментом является также анализ изменения состояний исследуемых ТПК. Поэтому принципиальное значение имеет не только система показателей и коэффициентов, но и рассмотрение их в динамике. Если указываемые показатели брать в расчете на одного работающего, то они позволят сравнить между собой эффективность функционирования различных торгово-промышленных объединений. Это должно сыграть немаловажную роль при определении наиболее рациональных вариантов интеграционных форм управления.

Если $K_{тр}$ рассчитывать, исходя из изложенной концепции, то он будет представлять отношение темпов прироста средней заработной платы работников ТПК к темпам прироста их производительности труда. Экономическое содержание данного показателя заключается в том, что он показывает, насколько увеличивается прирост средней заработной платы при увеличении производительности труда на 1%. Аналогично

рассчитывая $K_{эс}$, можно определять, какой процент прироста средней заработной платы повлечет за собой прирост доходов на 1 %. $K_{эс}$ позволит нормативно планировать изменение фонда оплаты по труду в зависимости от доходности предприятия. Естественно, что соблюдение оптимальных пропорций между производительностью труда, доходами и заработной платой в масштабе всего ПТК будет зависеть от их соблюдения на уровне предприятий и организаций, занятых как производством, так и продажей товаров народного потребления.

Комплексная оценка эффективности хозяйственной деятельности ПТК, проводимая с помощью предлагаемой системы показателей, явится надежным рычагом в деле регулирования экономического механизма взаимодействия торговли с производством.

С.А.Егере
И.В.Енева

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕЖОТРАСЛЕВЫХ АГРОПРОМЫШЛЕННО-ТОРГОВЫХ СВЯЗЕЙ

Среди интегрированных многоотраслевых систем единого народнохозяйственного комплекса особое место занимает агропромышленный комплекс (АПК) страны.

Наиболее существенным содержанием любой органичной системы, в том числе и АПК, являются связи. Связи определяют взаимообуславливаемость существования обособленных объектов. Они выступают объективно необходимым условием в процессе отношений между объектами, как своеобразная форма согласования экономических интересов. Они поддерживают также пропорциональность развития элементов и взаимное соответствие отношений производства, распределения, обмена и потребления.

Принципиально важное значение имеет рассмотрение связей АПК на основе анализа следующих трех составных групп производственных отношений: социально-экономических, организационно-экономических и технологических отношений.

Социально-экономические отношения и связи, отражающие их, образуют действенный механизм реализации социальных функций и углубления социальных процессов во внутренней сфере.

Организационно-экономические отношения характеризуют организацию общественного труда в экономической и организационной формах. В различных отраслях и сферах это проявляется по-разному. Для торговли и заготовок характерно в значительной степени территориальное распределение труда. Однако во всех случаях происходит обособление отраслей, предприятий, для которых присущи разносторонняя взаимозависимость и возрастающие размеры обмена.

В системе АПК производственные операции осуществляются в строгой технологической последовательности и по единой непрерывной схеме. С этим связана объективная необходимость функционирования технологических связей, отражающих всю совокупность технологических отношений, что обеспечивает внедрение и согласованное функционирование сквозных технологий, охватывающих все стадии технологического процесса, приспособление сельскохозяйственного производства под технологию переработки, товародвижения и реализации конечного продукта, сокращение межтехнологических перерывов в товародвижении.

Механизм связей представляет собой систему организационно-правовых форм и плано-экономических рычагов, обеспечивающих планомерное развитие и эффективное регулирование взаимоотношений составных звеньев и элементов АПК в процессе реализации его целевой функции.

В основу совершенствования механизма связей и обеспечения эффективности его функционирования необходимо положить следующие основные принципы: комплексность, планомерность, хозяйственность и адаптивность. Сущность первого

принципа заключается в комплексном подходе к созданию и регулированию механизма связей, на основе чего можно выделить следующие слагаемые механизма связей: организационные формы; рычаги и стимулы; методы регулирования. Экономические рычаги еще недостаточно используются в механизме связей. Особенно необходимо повысить эффективность договоров, цен, скидок, надбавок, штрафных санкций, материальных и моральных стимулов. Одновременно следует увязать их с общей программой комплексного развития производства.

Перестройка механизма связей, его приспособление к условиям интеграции и межхозяйственного кооперирования связаны с эффективным использованием принципа планомерности, где главное направление — широкое воплощение комплексного целевого подхода на всех уровнях. Однако серьезные недостатки в организации планирования обнаруживаются еще на стадии проектирования и создания агропромышленных формирований. На практике нередко стихийно возникают формирования, нерациональные по своим размерам, составу, и, главное, выпускающие товары без учета потребностей рынка и перспектив спроса. Такое положение приводит к распылению товарных ресурсов, усложнению структуры хозяйственных связей, значительно затрудняет функционирование механизма связей.

Принцип хозрасчета выражает определенные отношения, складывающиеся между функционально взаимосвязанными звеньями, и характеризует эффективность функционирования механизма связей. Однако торговые, заготовительные организации зачастую не возмещают свои затраты, связанные с заготовками, переработкой и реализацией агропромышленной продукции. Возникает объективная необходимость совершенствования цен, обоснования скидок, надбавок за реализованную продукцию.

Хозрасчет предполагает также материальную заинтересованность в каждом звене. В условиях агропромышленной интеграции и межхозяйственного кооперирования этого

можно достичь за счет использования централизованных фондов, а также специальных поощрительных фондов.

Гибкое и оперативное изменение программы производства, условий реализации под воздействием внешних факторов является принципом адаптивности. В качестве главного внешнего фактора для агропромышленных формирований выступают личные материальные потребности людей, проявляющиеся в покупательском спросе. Следовательно, механизм хозяйственных связей призван непрерывно регулировать взаимоотношения сельскохозяйственных, промышленных, торговых, заготовительных предприятий, направляя их деятельность на наиболее полное удовлетворения спроса. В связи с этим базой для реализации принципа адаптивности должны служить:

- 1) единство цели и задач социалистических предприятий;
- 2) научно обоснованная система норм, планов и экономических рычагов;
- 3) эффективная система хозяйственных договоров;
- 4) полная и достоверная информация о развитии личных потребностей, степени их удовлетворения.

Кроме того, необходима широкая программа мер по согласованию экономических интересов агропромышленных формирований с интересами общества, глубокое знание потребностей рынка, структуры и объема текущего и перспективного спроса.

Таким образом, совершенствование механизма связей, его ориентация на конечные цели АПК связаны с внедрением новых принципов, усилением роли экономических рычагов и стимулов, перестройкой всей совокупности организационно-экономических отношений.

Улучшение функционирования механизма связей в значительной мере связано с совершенствованием организационной структуры управления. Главная цель перестройки управления АПК состоит в повышении социально-экономической эффективности взаимодействия комплексобразующих отраслей и их

звеньев. Для осуществления этой цели выдвигаются качественно новые требования:

- повышение хозяйственной самостоятельности и инициативы хозяйств - участников организационных звеньев АПК;

- широкое использование экономических методов управления во всех отраслях и сферах АПК;

- рациональное сочетание территориального и отраслевого принципов управления;

- устранение ведомственной разобщенности.

Дальнейшее совершенствование внутренней структуры и организации управления должно осуществляться в следующих направлениях:

- органически сочетать и согласованно развивать торговую, заготовительную и производственную деятельность в качестве основных отраслей;

- более централизовать и специализировать управленческие функции на основе создания отраслевых хозрасчетных объединений;

- организовать централизованные общие службы.

В зависимости от содержания и направленности весь комплекс агропромышленно-торговых связей может быть разделен на связи, отражающие взаимоотношения в процессе товарообмена и в социальной сфере. В сфере товарного обращения существуют связи, возникающие в процессе реализации конечного продукта АПК, и связи, способствующие обеспечению низовых звеньев АПК товарами производственно-хозяйственного назначения.

Совершенствование связей торговли и агропромышленных формирований в условиях значительной рассредоточенности последних должно основываться на твердых плановых началах и эффективной координации. Однако эта основа недостаточно совершенна, так как обязательства по договору в основном повторяют производственный план, который не совпадает с

требованиями торговли и спросом. Следовательно, заказ торговли не является ориентиром и тем более регулятором производства. Весьма сложной и недостаточно совершенной является система распределения и использования оварной продукции агропромышленных предприятий. Здесь участниками связей выступают торговые, заготовительные, производственные предприятия и организации, многочисленные потребители. Следовательно, система связей становится громоздкой, несовершенной, слабоуправляемой. Кроме того, система связей в организационно-структурном плане раздвояна. Отношения по поводу производства и реализации сельскохозяйственной продукции отражены и регулируются договором контрактации, а по переработанной продукции — договором на реализацию продукции промышленных производств. Отношения усложняются и по линии состава покупателей. Торговые организации потребительской кооперации вступают в договорные отношения главным образом по поводу изготовления и реализации промышленной продукции, заключая при этом различные модификации договора поставки. При этом договоры контрактации почти не заключаются, поскольку сельскохозяйственная продукция поступает от посредников — заготовительных организаций этой же системы. Организации государственной торговли, наоборот, больше разывают систему связей по линии контрактации. Таким образом на одних и тех же агропромышленных предприятиях происходит вторичное раздвояние отношений.

Объективной предпосылкой создания единой системы агропромышленно-торговых связей является сама цель функционирования межотраслевых производств. Представляя собой сложные производственно-экономические системы, они объединяют в своем составе разнородные предприятия, связанные не только единством технологического цикла, но и единой целью. Она заключается в наиболее полном удовлетворении растущих потребностей населения в продуктах питания и непродовольственных товарах из сельскохозяйственного сырья. Следовательно, становится очевидной необ-

ходимость повышения роли торговли как действенного регулятора и связующего звена между сферой агропромышленного производства и сферой личного потребления. Важным условием для усиления роли торговли являются включение ее как составную часть в народнохозяйственный агропромышленный комплекс и планирование ее развития, а также деятельности в согласованной увязке с другими комплексобразующими отраслями на принципах единого планирования. Торговля имеет мощный аппарат для детализированного и точного изучения спроса и требований рынка, с использованием достижений современной науки, в том числе ЭВМ. Торговля должна стать не просто составным звеном в системе интегрированного производства, а выступать в качестве интегратора.

Повышение роли торговли, особенно кооперативной, усиление ее значения в развитии и функционировании различных видов агропромышленных формирований связано прежде всего с внедрением более совершенной и эффективной системы связей, созданием на ее основе принципиально новых интегрированных хозяйственных систем с участием торговли. Речь идет о создании агропромышленно-торговых объединений с законченным технологическим циклом по схеме: производство сельскохозяйственной продукции — промышленная переработка — реализация. Этому способствует ряд существующих объективных факторов:

- 1) усиление функциональной зависимости звеньев и элементов агропромышленных формирований от сферы реализации по мере возрастания масштабов производства и повышения уровня товарности;
- 2) расширение масштабов реализации конечного продукта;
- 3) рационализация организационной структуры и внутренних связей агропромышленных формирований;
- 4) широкая реализация преимуществ агропромышленной интеграции.

Таким образом, агропромышленно-торговые связи призваны обеспечить эффективное взаимодействие комплексобразующих звеньев в сложных межотраслевых формированиях, совершенствовать отношения обмена, более полно реализовать преимущества агропромышленной интеграции.

М.А.Виднере
М.Ю.Римла

УПРАВЛЕНИЕ КООПЕРАТИВНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТЬЮ
КАК ИНТЕГРИРОВАННОЙ СОСТАВНОЙ ЧАСТЬЮ
АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

На XXVII съезде КПСС было отмечено, что "все усилия по совершенствованию распределительных отношений окажутся малоэффективными, а задача повышения благосостояния народа невыполненной, если мы не сумеем насытить рынок разнообразными товарами и услугами. На это и направлена Комплексная программа развития производства товаров народного потребления и сферы услуг".¹

Немаловажную роль в снабжении населения разнообразными товарами и вовлечения в товарооборот дополнительных товарных ресурсов играет комплекс мер, объединенных Продовольственной программой. Ее основной целью является решение двух взаимосвязанных задач. Первая - коренное улучшение снабжения трудящихся разнообразными и высококачественными продовольственными товарами. Вторая - налаживание сети организационно-экономических отношений со структурными подразделениями агропромышленного комплекса (АПК).

¹ Материалы XXVII съезда Коммунистической партии Советского Союза. - М., 1986. - С. 47.

На определенном этапе развития производительных сил и производственных отношений АПК превращается в целостный взаимоувязанный организм, характеризующийся высоким уровнем согласованного гармонического развития всех его элементов и звеньев в единый народнохозяйственный комплекс.

Народнохозяйственный АПК существует, функционирует и развивается как синтез целого ряда подсистем, органично связанных и взаимодействующих, сцементированных сложной сетью причинных зависимостей. Требование соответствия уровня развития этих подсистем характеру производительных сил является движущей силой всего АПК.

Однако внедрение новых форм территориально-производственных и агропромышленных комплексов требует создания новых подсистем управления ими, что обостряет противоречие между уровнем обобществления отдельных звеньев АПК и формами управления ими, снижает эффективность функционирования не только этих звеньев, но и комплекса в целом.

Одной из важнейших подсистем АПК в современных условиях является отраслевая. Она формируется сложной взаимосвязанной совокупностью отраслей народного хозяйства. Ее развитие направлено на устранение противоречия между появлением в народном хозяйстве новых отраслей и их синтезом.

АПК базируется не только на отраслевом, но и на территориальном разделении труда, предполагающем рациональное использование особенностей и преимуществ каждого экономического района республики. Рациональная хозяйственная система включает в себя совокупность самых различных отраслей хозяйства, охватывающих весь комплекс связей по производству, распределению, обмену и потреблению материальных и духовных благ и услуг на определенной территории. Это обуславливает наличие особых взаимосвязей между экономическими районами и внутри них по обеспечению оптимального функционирования всего комплек-

са, следовательно, и наличие особых относительно самостоятельных экономических интересов и противоречий между ними. Они проявляются в форме противоречий между ведомственно-отраслевыми и административно-территориальными интересами.

Большое значение для устранения этих противоречий на этапе развитого социализма имеют групповые народно-хозяйственные программы, реализация которых осуществляется в деятельности многих отраслей и экономических районов.

Таким образом, функционирование АПК предполагает четкую согласованность всех звеньев данной системы, повышение качества народнохозяйственного планирования в каждом таком звене и во всей их совокупности.

Бесспорно, проблема совершенствования хозяйственного механизма АПК требует оперативного решения. В то же время она сложна, и поэтому поиск путей усиления воздействия хозяйственных систем, составляющих АПК, на конечные результаты его функционирования имеет большое народнохозяйственное значение.

Объективный процесс развития производительных сил АПК приводит к дальнейшему разделению производства, постепенному выделению и обособлению его различных отраслей и видов деятельности. Появляются все больше промежуточных звеньев (заготовительные, перерабатывающие, транспортные и торговые организации), входящих в АПК. В результате возрастают взаимозависимость и взаимообусловленность развития каждой из обособившихся отраслей, что определяет необходимость их последующего соединения.

Одной из таких хозяйственных систем является потребительская кооперация. Как крупная хозяйственная организация, она, во-первых, осуществляет в сельской местности торговлю товарами народного потребления, во-вторых, организует закупки сельскохозяйственных продуктов и сырья в колхозах, совхозах и личных подсобных хозяйствах населения, заготавливает дикорастущие плоды, ягоды, грибы и

лекарственно-техническое сырье, в - третьих, производит на собственных предприятиях из местного сырья разнообразную продукцию.

Будучи тесно связанной с сельским хозяйством, развитием его производительных сил, жизнью труженников села, потребительская кооперация является одним из основных опосредованных звеньев в процессе продвижения товаров в сельскую местность от промышленности и одним из важных каналов поступления в города сельскохозяйственной продукции для снабжения населения продуктами питания и обеспечения промышленности сырьем.

Сотрудствуя развитию экономических связей между городом и деревней, потребительская кооперация активно участвует в решении важной программы партии - преодолении существенных различий между городом и деревней.

Развитие многоотраслевой деятельности потребительской кооперации неразрывно связано с совершенствованием взаимоотношений, координацией работы ее отраслей со сферой деятельности АПК.

Важнейшим фактором развития производственной деятельности потребительской кооперации в системе АПК является Продовольственная программа. Она повышает ответственность кооперативной промышленности за результаты своей деятельности и требует изыскания внутриотраслевых резервов увеличения товарных ресурсов.

Кооперативная промышленность - это многоотраслевой производственный комплекс, которому принадлежит важная роль в обеспечении согласованности в работе перерабатывающих сельскохозяйственное сырье агропромышленных предприятий.

XXVII съезд КПСС поставил перед кооперативной промышленностью главную задачу - увеличить за XII пятилетку объем производства пищевой продукции на 29,2 %, т.е. развиваться такими же темпами, как и вся пищевая промышленность страны в целом.

Продукция кооперативной промышленности существенно влияет на формирование и пополнение продовольственных ресурсов. Так, удельный вес продукции пищевой промышленности потребительской кооперации Латвийской ССР в обеспечении розничного товарооборота продовольственными товарами за год в XII пятилетке, по расчетам авторов, составляет в среднем более 9 %, в том числе: по хлебопекарной продукции - до 73 %, кондитерскими изделиями - 8 %, безалкогольным напиткам - 24 %, колбасными изделиями - 29 %, плодоовощной и фруктовой консервной продукции - более 40 %. Существенным дополнительным источником для производства товаров народного потребления в республике является переработка вторичного сырья предприятиями кооперативной промышленности, где ежегодный объем производства составляет более 6,9 млн. рублей.¹

Кооператоры Латвийской ССР принимают активное участие в осуществлении комплексной программы увеличения товарной продукции. Планом на XII пятилетку первоначально было предусмотрено увеличение товарных ресурсов более чем на 150 млн. рублей², или на 20 %, по сравнению с предыдущей пятилеткой, в том числе за счет продукции пищевой промышленности более чем на 28 %, производство непродовольственных товаров - почти на 60 % и продукции собственного производства на предприятиях общественного питания - на 23 %.

Для успешной реализации комплексной программы правлением Латпотребсоюза было принято решение по увеличению товарной продукции дополнительно на 15,1 млн. рублей³ за счет вовлечения местных сырьевых ресурсов.

Делая упор на увеличение выпуска продуктов питания, правление Латпотребсоюза серьезное внимание уделяет также дальнейшему расширению производства непродовольственных

¹ Основные показатели хозяйственной и финансовой деятельности Латпотребсоюза за 1986 год. Рига: Латпотребсоюз, 1987.

² Плановые материалы планово-экономического отдела ГПУ. Рига: Латпотребсоюз, 1987

³ Там же

товаров, особенно на базе использования вторичного сырья. Поэтому в программе намечается увеличение производства непродовольственных товаров на предприятиях потребительской кооперации в 1,5 раза по сравнению с XI пятилеткой. На XII пятилетку также намечаются высокие темпы роста продукции из местного сырья и отходов производства (на 53,6 %). На наш взгляд, эту работу следует проводить не только в системе потребительской кооперации, но и соответствующим службам объединений и предприятий всего территориального АПК.

Как указано в отраслевой комплексной программе, в текущей пятилетке в кооперативных предприятиях республики предстоит увеличить производство колбасных изделий в 2,5 раза, безалкогольных напитков, консервной продукции - в 1,8 раза, кондитерских изделий - в 1,6 раза. При этом запланированные рубежи следует считать минимальными, так как потребительской кооперацией еще не использованы внутриотраслевые резервы увеличения товарных ресурсов. Дополнительным заданием по реализации товарной продукции кооперативными промышленными предприятиями республики в XII пятилетке предусмотрено в объеме 14 млн. рублей.¹

Важное место в совершенствовании всего хозяйственного механизма потребительской кооперации принадлежит улучшению структуры управления производственной деятельностью кооперативной промышленности.

Проведение мероприятий по совершенствованию организационного построения кооперативной промышленности и форм управления в других республиках убеждает в том, что концентрация и специализация производства, а также использование научно-технического прогресса - объективная необходимость для дальнейшего развития кооперативной промышленности.

¹ Плановые материалы планово-экономического отдела ЦУ. Рига: Латпотребсоюз, 1987

По нашему мнению, проблему повышения эффективности кооперативной промышленности и на этой основе дальнейшей специализации и концентрации производства на уровне района следует решать с учетом условий агропромышленной интеграции в республике.

Координация производства усиливает плановый характер взаимосвязей отрасли потребительской кооперации и сфер АПК, его взаимодействие с другими предприятиями.

Создание РАПО свидетельствует о том, что при его функционировании сельскохозяйственные и обслуживающие его отрасли потребительской кооперации (в первую очередь перерабатывающая и заготовительная) вступают в такую степень развития, когда наиболее полно учитываются и практически реализуются хозяйственные отношения между сельским хозяйством и обслуживающими его отраслями потребительской кооперации.

На современном этапе развития аграрно-промышленной интеграции для улучшения координационной совместной работы по обеспечению населения продовольствием, целесообразно, на наш взгляд, включить в РАПО кооперативные промышленные предприятия и комбинаты, а также заготовительные пункты, системы потребительской кооперации, расположенные на территории республики. Это позволит создать специализированные и увязанные между собой подразделения всего территориального АПК республики.

Согласно теоретическим разработкам академика Калининского А.А. по созданию АПК в республике, преимущество новой формы хозяйствования проявляется в следующем.

1. В рамках РАПО, как в хозяйственной организации территориально-отраслевого типа, можно более эффективно решить проблемы специализации и концентрации производства с широким использованием преимуществ межхозяйственной кооперации.

2. РАПО позволяет установить более рациональные производственно-хозяйственные и экономические связи с

предприятиями, перерабатывающими продукцию сельского хозяйства.

3. У хозяйств - членов РАПО появляются лучшие возможности кооперирования средств, направленных на социальное развитие села, ускорение строительства благоустроенных населенных пунктов. РАПО по единому плану решает весь комплекс производственных, экономических и социальных задач развития района.

Сокращение потерь, сохранение качества товаров во многом зависит от состояния материально-технической базы потребительской кооперации и АПК. Однако необходимо отметить, что капитальные вложения в материально-техническую базу кооперативной промышленности за годы XI пятилетки заметно уменьшились (на 22,7%) по сравнению с предыдущим периодом.

Материально-техническая база потребительской кооперации является одной из основных сфер инфраструктуры сельскохозяйственного производства, и в этом качестве ее роль будет непрерывно возрастать. Поэтому, на наш взгляд, при установлении размеров и структуры капитальных вложений и материальных ресурсов по подотраслям системы потребительской кооперации следует учитывать необходимость решения следующих задач:

- в системе переработки сельскохозяйственного сырья: применение наиболее прогрессивной технологии и рациональной организации переработки по единому плану независимо от ведомственной подчиненности перерабатывающих организаций;

- в хранении сельскохозяйственного сырья и продуктов его переработки: организация единой сети складов и хранилищ с прогрессивной технологией хранения, сводящей к минимуму потери продукции и снижение ее качества;

- в развитии транспортного хозяйства в системе потребительской кооперации: организация специализированного транспорта, производства тары; внедрение специальных погрузочно-разгрузочных средств, имея в виду обеспечение поточ-

ности транспортировки в увязке с другими технологическими звеньями;

- дальнейшее развитие системы реализации конечных видов продукции: создание материальной базы оптовой и розничной торговли потребительской кооперации, адекватной материальной базе сельскохозяйственного производства.

Своевременное решение вопросов функционирования потребительской кооперации в системе АПК позволит не только значительно совершенствовать отраслевую структуру АПК, но и более успешно решить проблему удовлетворения возрастающих потребностей населения.

А.В.Сергеев

ХОЗЯЙСТВЕННЫЙ МЕХАНИЗМ И ПРОБЛЕМЫ ДОЛГОСРОЧНЫХ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ

Объективная необходимость постоянного изучения и анализа хозяйственного механизма вызвана его непрерывным развитием на основе изменений, происходящих в производительных силах и производственных отношениях. Непрерывно растут масштабы общественного производства, усложняется система хозяйственных связей, под влиянием научно-технического прогресса постоянно развиваются наука и техника. Все это, оказывая влияние на составные части хозяйственного механизма, требует его постоянного совершенствования.

Касаясь данного вопроса, на седьмой сессии Верховного Совета СССР Н.И.Рыжков сказал: "В современной экономике происходят динамичные процессы, обусловленные научно-технической революцией, глубокими изменениями общественных отношений и возрастанием роли человеческого фактора, усилением социальной активности трудящихся. На все эти и другие объективные процессы должен гибко и своевре-

менно реагировать хозяйственный механизм. Пренебречь этим — значит затормозить развитие страны.¹

Именно процесс торможения происходил в последние годы. Сложившаяся в конце 30-х годов система руководства народным хозяйством и имеющийся хозяйственный механизм, несмотря на определенные изменения и реформы, пришли в состояние диссонанса между собой, не соответствовали нынешнему положению экономики. Частичные, количественного характера изменения хозяйственного механизма, проводившиеся в эти годы, касались только его отдельных сторон, не затрагивая систему в целом.

Процесс развития и совершенствования хозяйственного механизма с определенной степенью условности можно разделить на четыре основных этапа.

Первым можно считать этап усиления территориально-регионального управления в форме совнархозов в конце 50-х годов. Однако, в итоге односторонней демократизации регионального управления экономикой возникло противоречие с централизованным, плановым ведением хозяйства.

Следующим крупным шагом явилась реформа, осуществленная в середине 60-х годов, которая перенесла центр тяжести хозяйственной самостоятельности на отдельное предприятие. Были разработаны новые принципы планирования, экономического стимулирования, проведена реформа оптовых цен, внедрены генеральные схемы управления отраслями промышленности, введен порядок оценки деятельности предприятий с учетом выполнения ими договорных обязательств и многие другие реформы. Однако медлительность в действиях, половинчатость в решениях практически свели на нет эффективность нового механизма хозяйствования.

Дальнейшее развитие экономики предопределило необходимость нового качественного этапа в процессе совершенствования хозяйственного механизма. Важнейшим доку-

¹ Правда, — 1987, — 30 июня .

ментом, определяющим конкретные пути решения, было Постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР "Об улучшении планирования и усилении воздействия хозяйственного механизма на повышение эффективности производства и качества работы", принятое 12 июля 1979 года. Однако вновь формальный и бюрократический подход к выполнению принятых решений не позволил достичь одутимых результатов.

Сейчас в силу кардинальных перемен, происходящих в жизни советского общества, уместно говорить о четвертом этапе в развитии и совершенствовании хозяйственного механизма. В материалах XXVII съезда КПСС четко определены основные принципы качественно нового подхода, указаны основные направления перестройки хозяйственного механизма, в основу которых положено оптимальное сочетание централизованного руководства экономикой с хозяйственной самостоятельностью предприятий и объединений.

Июньскому (1987 г.) Пленуму ЦК КПСС и 7-й сессии Верховного Совета СССР II-го созыва принадлежит важнейшая роль в определении конкретной программы действий, в теоретическом обосновании радикальной реформы хозяйственного механизма. Большое внимание было обращено на такой важный инструмент процесса планирования, как хозяйственный договор. Особо указывалось на недопустимость существования порочной практики невыполнения хозяйственных договоров по срокам и качеству поставляемой продукции.

Положение о поставках товаров народного потребления определяет договор, как основной документ, определяющий права и обязанности сторон по поставке всех видов товаров. При переходе подавляющего большинства отраслей народного хозяйства роль договорных отношений и договора, как основного инструмента, регулирующего взаимодействие предприятий поставщиков и потребителей, неизмеримо возрастает. В Положении отмечается, что по поставкам товаров народного потребления необходимо предусматривать развитие прямых длительных хозяйственных связей между изготовителем и роз-

ничными торговыми предприятиями (организациями), внешними потребителями и длительных хозяйственных связей между изготовителями и оптовыми торговыми предприятиями (организациями); расширение хозрасчетных отношений между органами управления промышленностью и торговлей, повышение ответственности этих органов за надлежащую организацию хозяйственных связей, увязку планов производства и поставок; введение в практику пятилетних соглашений.

Вопрос установления и развития длительных хозяйственных связей, при которых заключаются договоры на пятилетний период, постоянно находятся в центре внимания экономистов, по нему принят ряд конкретных решений правительства. Основопологающим в этой связи явилось вышеуказанное Постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР от 12 июля 1979 года.

Еще в начале 60-х годов было установлено, что, исходя из необходимости дальнейшего развития принципа непрерывности в планировании, поставщики и покупатели, имеющие постоянные хозяйственные связи, заключают договоры на несколько лет в пределах срока, на который утвержден план развития народного хозяйства. Тем не менее, несмотря на столь долгий срок существования долгосрочных договоров, проблемы их действительности остаются нерешенными до сих пор.

Интересно сравнить условия долгосрочных договоров, рекомендуемые раньше¹, с изложенными в Положении о поставках товаров народного потребления (1961 г.) и Положении о порядке и сроках заключения пятилетних соглашений. Принципиальных различий в их содержании нет, но отдельные условия из прежней редакции не предусмотрены в новой, хотя являются, на наш взгляд, весьма существенными. Так, ранее предусматривалось условие постепенного совершенствования централизованной доставки - использование специализированного автотранспорта, расширение доставки швейных изделий на вешалках; сокращение сроков доставки и др. В настоящее

¹ Приказ Министерства торговли РСФСР № 260 от 04.08.70.
или письмо Минторга РСФСР от 05.04.73. № 0142

время это условие никак не выделено, хотя необходимость его очевидна. До сих пор не решаются должным образом вопросы, связанные с использованием специализированного и малогабаритного автотранспорта, с сокращением расходов по доставке продукции. Примером тому служит положение на оптовой базе "Латторгодежда".

Практически ни в одном из заключенных базой на 1986-1990 годы долгосрочных договоров не предусматривается вышеуказанные условия по совершенствованию централизованной доставки. В конце 1986 года сдана в эксплуатацию первая очередь нового высокоомеханизированного склада базы, где предусмотрено применение принципиально новой технологии хранения, погрузочно-разгрузочных работ и транспортировки. Однако в имеющихся долгосрочных договорах с промышленными предприятиями и объединениями этот важный момент не нашел практического отражения. лишь в договорах с РИШО "латвия" и ПО "Ригас Аппербо" указано, что большинство швейных изделий должны направляться на базу в подвешенном виде на кронштейнах. для принятия этого условия потребовались длительное время и вмешательство Госарбитража. Практически не проводилась работа по привлечению транспортного звена к долевному участию в разработке и исполнении долгосрочных договоров, хотя для этого имеются условия - длительные хозяйственные связи поставщиков и покупателей с автотранспортными предприятиями, близость расположения и т.п.

Очевидно, необходимо систематизировать и изложить в развернутом виде условия долгосрочных договоров на поставку товаров, а всем партнерам пересмотреть условия заключенных договоров с целью принятия новых пунктов, улучшающих результаты совместной деятельности.

Целесообразно также разработать и утвердить примерное содержание долгосрочных договоров поставки товаров народного потребления или же принять ообщественное решение или рекомендации заинтересованными министерствами и ведомствами. К проблеме целесообразно подойти с точки зрения группировки условий, включаемых в договор. Сгруп-

пируем содержание по условиям, используя пункты Положения о поставках товаров народного потребления и Особых условий поставки отдельных товаров: а) общие условия, б) перспективные условия, в) дополнительные условия, г) условия, предусмотренные заключенными пятилетними или другими соглашениями между органами управления промышленностью и торговлей, а также пункты межотраслевых комплексных программ.

Общие условия, присущие всем договорам, предусматривают условия, включенные в п.20 Положения о поставках товаров народного потребления. Применительно к долгосрочным договорам здесь необходимо предусматривать ориентировочный объем поставки как распределяемых, так и не распределяемых в плановом порядке товаров на пятилетку с разбивкой по годам, а также имущественную ответственность по общим условиям договора.

Перспективные условия, присущие долгосрочным договорам, определяют их качественную сторону.

I. Условия по определению количества и ассортимента товаров: по расширению и обновлению ассортимента; по увеличению производства и поставки товаров для различных групп населения - товаров молодежного ассортимента, особо модных изделий, товаров для людей пожилого возраста, крупноразмерных изделий и других; по увеличению производства и поставки товаров с индексом "п" и договорным ценам; по увеличению поставки товаров в комплекте с фурнитурой, а также ансамблями (комплектами) (в данном случае необходимо предусматривать долевое участие в договоре третьей стороны, поставляющей фурнитуру и отдельные части ансамблей, с долевой материальной ответственностью за исполнение условий договора); по совместному систематическому ознакомлению с новыми образцами товаров, привлечением на долевом участии к этой работе организаций в/о "Союз-промвнедрение"; по обязательному предоставлению поставщику информации о тенденциях спроса по отдельным товарам,

а также по представлению покупателю рекламных материалов, каталогов, образцов, эталонов о готовящихся к внедрению в производство новинках.

2. Условия по улучшению качества и технико-экономических показателей: по поэтапному улучшению качества товаров, внешней отделки и дизайна; по поставке товаров улучшенного качества в сравнении со стандартами, техническими условиями и образцами; по увеличению поставки товаров высшей категории качества сверх количества, согласованного в договоре; по проведению покупателем проверок качества продукции на предприятиях поставщика; по проведению поставщиком проверок соблюдения условий хранения его продукции на складах покупателя; по внедрению в производство и поставке более экономичных (по комплексу различных параметров) изделий; по удлинению гарантийных сроков и сроков годности товаров.

3. Условия по оказанию технической помощи в процессе изготовления и эксплуатации новых видов товаров: по развитию и совершенствованию гарантийного ремонта, приближению ремонтных пунктов к населению, оказанию населению в данной части дополнительных услуг; по поставке товаров с комплектующими изделиями.

4. Условия по внедрению и использованию прогрессивных видов тары, упаковки, маркировки, транспортировки и хранения товаров, рационализации погрузочно-разгрузочных работ, совершенствованию централизованной доставки, совершенствованию товародвижения: по рационализации и упорядочению возврата тары (с долевым участием тарособирающих организаций); по улучшению качества и конструкции тары; по расширению использования тары-оборудования, в т.ч. контейнеров (в данном случае необходимо составлять план мероприятий, в котором указываются конкретные сроки и количество внедряемых видов тары-оборудования, конкретные меры со стороны торговли, промышленности, а также транспортных организаций - в случае их долевого участия в договоре - по обеспечению перевозок товаров в таре -

оборудовании, в т.ч. контейнерах, с указанием сроков и количества подготовленных рампы и подъездов, специализированного оборудования и техники, обязательства по ремонту, обновлению и усовершенствованию тары-оборудования, увеличению использования специализированного автотранспорта и др. Все это должно быть увязано с планами внедрения новой техники и межотраслевыми комплексными программами, связанными с данными вопросами); по улучшению качества упаковки товаров; по увеличению объема поставки расфасованных товаров, видов и норм их дозировки; по совершенствованию маркировки товаров и упаковочных мест, представлению вместе с маркировкой необходимой информации, в т.ч. на носителях, позволяющих обрабатывать ее на ЭВМ; по оптимизации норм отгрузки; по рационализации сроков (периодов) и порядка поставки товаров, в т.ч. централизованной поставки.

5. Различные совместные мероприятия по совершенствованию взаимоотношений сторон, например, по внедрению новых форм торгового обслуживания (продажа товаров по образцам и т.п.), рекламе товаров, изучению, обобщению и анализу информации о опросе населения и др.

6. Имущественная ответственность по перспективным условиям.

Дополнительные:

- условия по рационализации форм расчетов;
- условия, направленные на совершенствование ценообразования, в т.ч. порядка принятия к реализации на комиссионных началах товаров, изготовленных с отступлением от заказов, либо с производственными недостатками, не препятствующими их использованию;
- условия по установлению имущественной ответственности сторон за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору, за нарушение которых законодательством санкции не предусмотрены;
- условия по увеличению размеров санкций за нарушение обязательств по договору.

Условия, предусмотренные заключенными пятилетними или другими соглашениями между органами управления промышленностью и торговлей, а также пункты межотраслевых комплексных программ.

По мнению автора, необоснованно поспешным является отмен пятилетних соглашений, признание их нецелесообразности. Реально же, особенно по централизованно распределяемым товарам, сложившиеся хозяйственные связи пока остаются практически неизменными. Отсюда - влияние на них органов управления. К тому же в последнее время добавились еще два момента, при которых регламентированное соглашением взаимодействие органов управления должно привести к реальному эффекту. Это проблема согласования и размещения дополнительного задания выпуска и поставки товаров, и переход торговли и большинства отраслей промышленности на новые условия хозяйствования, которые предполагают полный хозрасчет, самокупаемость и самофинансирование всех звеньев этих отраслей, в т.ч. и органов управления. Это создает реальную почву для действенности договоров или соглашений органов управления поставщиков и покупателей, так как они в состоянии нести полную, в т.ч. материальную, ответственность за невыполнение обязательств. В этом автор видит перспективу хозрасчетных отношений на основе заключения соглашений между министерствами и ведомствами. Кроме основной цели, - повышение ответственности органов управления за производство, поставку и реализацию товаров в объеме и ассортименте - в соглашениях должны найти свое место пункты, касающиеся выполнения комплексных межотраслевых программ, условия по широкомасштабным рекламным мероприятиям, изучению и прогнозированию спроса, развитию фирменной торговли.

Предлагаемая выше группировка условий долгосрочных договоров не предполагает их безусловного и буквального переноса в текст договора. Все группы условий органично переплетаются в конкретном содержании долгосрочного договора. Целесообразность использования тех или иных условий определяется договаривающимися сторонами, исходя из особенностей их взаимоотношений.

Н. Ш. Хмаладзе

ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ СВЯЗИ ОПТОВОЙ КНИЖНОЙ ТОРГОВЛИ С КНИГОИЗДАТЕЛЬСКИМИ И РОЗНИЧНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Оптовая книжная торговля призвана активно влиять на увеличение издательствами объемов выпуска, улучшение качества и тематической структуры книжной продукции. Важнейшей ее задачей является приведение издательских планов выпуска книг в максимальное соответствие со спросом населения. В основе влияния оптовой торговли на издательства лежат требования и запросы розничной книжной торговли, отражающей общественные потребности и спрос обслуживаемых контингентов покупателей.

Книжная продукция должна быть полезной для общества, поступать в потребление в таком количестве, которое необходимо для наиболее полного удовлетворения спроса покупателей в течение определенного времени. Весь механизм отношений между издательствами и книготорговыми организациями должен всемерно содействовать наиболее рациональному использованию всех ресурсов производства книжной продукции в целях наиболее полного удовлетворения общественных потребностей и спроса покупателей. Согласно Особым условиям поставок неперiodических издания, издательства обязаны согласовывать с книготорговыми организациями ассортимент изданий, предусматриваемый по тематическим планам и аннотированным тематическим планам выпуска изданий. Книготорговые организации, заказывая книги, фактически дают гарантированное согласие на закупку этой продукции, преследуя цель удовлетворения спроса покупателей и выполнения плана товарооборота.

Изучение спроса и сбор заказов на книги — один из главных вопросов книжной торговли. От правильного решения этой проблемы во многом зависят тиражи книг, обеспечение трудящихся литературой, запасы книжных товаров,

рентабельная работа издательств и книготоргов. Заказы книготорговые организации и предприятия представляют на основании таких информационных материалов, как тематические планы, бланки для заказов, информационные письма.

Заказы на книги в Грузинской ССР определялись без достаточного изучения спроса, без анализа их расходимости. Основным мериллом был установленный суммарный план завоза книжной продукции. Заказ на книги механически подгонялся под план завоза независимо от потребности населения. В новых условиях хозяйствования книготорговые организации должны уделять больше внимания изучению спроса, используя для этого такие основные формы, как непосредственная связь с покупателями, учет неудовлетворенного спроса индивидуальных покупателей, проведение покупательских конференций в магазинах и т.п. Проведение таких мероприятий становится необходимым условием для развития в системе книжной торговле хозяйственного расчета на основе самофинансирования и самокупаемости, расширения самостоятельности книготорговых организаций и предприятий, повышения заинтересованности трудовых коллективов в конечных результатах.

Важнейшим требованием совершенствования хозяйственного механизма торговли в целом и книжной торговли, в частности, является радикальное улучшение хозяйственных связей книготорговых организаций с издательскими организациями. В настоящее время ассортиментный отдел оптовой базы "Сакцигни" составляет сводный заказ в разрезе республики по каждому тематическому плану. Все свои замечания ассортиментный отдел "Сакцигни" сообщает отделением и зонам. Итоги обработки тематических планов обсуждаются на совещании совместно с представителями издательств и других заинтересованных организаций. Окончательные заказы на книги центральных издательств направляются в "Союзкнигу", а местных издательств непосредственно в Госкнигиздат Грузинской ССР. Подобная форма изучения спроса на книги и работы с заказами не устраняет в полной мере просчеты в заказеобороте,

однако в значительной степени помогает работникам книжной торговли более правильно определить заказ на литературу.

В 1985 году по сравнению с 1970 годом средний заказ "Сакцигни" на литературу местных издательств возрос более чем в 3 раза. Вместе с тем планирование и фактический завоз резко отставали от возрастающего спроса. Заказы на книги центральных издательств за это время увеличились почти в 2 раза, а план завоза - только на 62,8 %.

В государственной книжной торговле существенным недостатком является несогласованность в планировании завоза и реализации книжных товаров. План завоза центральных изданий для "Сакцигни" устанавливает Всесоюзное объединение книжной торговли "Союзкнига", местных - Госкомиздат Совета Министров Грузинской ССР, план продажи книжных товаров - Министерство финансов республики, они же определяют удельный вес книжных и иных товаров в общем товарообороте. Каждый из планирующих органов отстает только свои показатели, не принимая в расчет показатели, установленные другими ведомствами; "Сакцигни" может себе планировать только завоз литературы из других республик и закуп у населения. Но эти поставки книжных товаров не имеют договорной силы и, следовательно, не могут учитываться как твердые показатели.

С каждым годом разрыв между планом завоза и планом реализации увеличивался и в 1986 году достиг 12,8 %, или 2100 тыс. рублей. Ежегодная поставка книжных товаров "Союзкнигой" и местными издательствами была значительно больше установленного плана завоза. Это говорит о том, что сам план поставки определяется неправильно, необоснованно занижается против фактического выполнения за предыдущий год. Госплан и Министерство финансов Грузинской ССР не принимали в расчет эти показатели по поставке и план реализации спускали, исходя из фактического выполнения

плюс определенный процент прироста, что также не всегда было достаточно аргументировано.

В настоящее время издательства ограничены бумажными ресурсами и возможностями полиграфической базы. Поэтому выпуск литературы им планируется не в соответствии с заказами книготоргующих организаций, а по уровню и возможностям материального производства.

Согласно утвержденным инструкциям и положениям, издательства при составлении тематических планов должны прежде всего учитывать запросы и предложения книготорговых организаций, которые непосредственно занимаются изучением потребительского опроса и в большей степени, чем кто-либо, могут знать запросы покупателей. Однако на практике дело обстоит иначе. Издательство формирует тематический план, руководствуясь наличием поступивших рукописей, заявками, указаниями вышестоящих организаций, сообразуясь с экономическими расчетами, планами и предложениями руководящих работников самого издательства.

Обсуждение проектов тематических планов с широкой аудиторией читателей, работниками библиотек и книжной торговли, что, кстати, практикуют далеко не все издательства, — дело хорошее и полезное, но при существующей системе составления тематических планов практически мало что меняет. Говоря об этом, мы естественно, не ставим вопрос так, что при формировании тематических планов издательства должны целиком руководствоваться только предложениями книготорговых организаций. Мы против такого одностороннего подхода. Нельзя забывать, что книга — товар особого рода, и вместе с экономическими категориями ей присуща партийность и идеологическая направленность, в силу чего издательства не могут и не должны идти на поводу у покупательского спроса. Работники издательств, книжной торговли и библиотек призваны формировать у советских людей правильное коммунистическое мировоззрение и эстетический вкус. Вместе с тем спрос советского читателя, чей идео-

логический, образовательный и культурный уровень неизмеримо вырос, при формировании тематических планов тоже должен быть ориентиром. В этом важном деле нельзя полагаться только на знания и опыт узкого круга издательских работников. К сожалению, мнение книготорговых организаций и покупателей зачастую игнорируются.

Издательства проекты своих тематических планов для предварительного обсуждения вообще не рассылают. Они предлагают их книготорговым организациям в готовом виде лишь для сбора заказов. Таким образом, в формировании тематических планов книготорговые работники никакого участия не принимают, хотя их советы и пожелания, несомненно, были бы полезны. Руководствуясь тематическими планами, книготорговые организации предлагают покупателям перечень книг, собирают заявки, дают заказы. Проходит год, и, как правило, выпускается всего 60-65 % объявленных книг, спрос покупателей остается неудовлетворенным.

Многие издательства часто переносят книги из одного плана в другой, меняют их названия. Квартальное планирование в издательствах настолько не соответствует действительности, что не принимается в серьез ни книготорговыми работниками, ни самими издательствами.

Практика работы издательств показывает, что тематический план после выхода в свет претерпевает большие изменения. Существенным недостатком является неритмичность, штурмовщина в выпуске готовой продукции. Основная нагрузка в выполнении плана, как правило, падает на концы месяца, квартала, года.

Количество и качество заказов, и, следовательно, удовлетворение покупательского спроса во многом зависят от качества аннотаций тематического плана. В издательском плане они - главный, нередко единственный ориентир. Несответствие аннотации действительному содержанию книги, расплывчатость, неточность в определении предполагаемого круга читателей дезориентирует не только потенциальных покупателей, но и работников торговли. Многие аннотации

пишутся по шаблону, трафаретным стилем, не раскрывающим основного содержания книги. Необходимо конкретно определять и доводить до читателей общий замысел, предмет, целевое назначение, адрес готовящейся книги. Узкоспециальные, подписные и переводные издания необходимо аннотировать более подробно.

Для вышестоящих планирующих органов нужно, чтобы издательство выполнило план по количеству названий, но совсем не обязательно, чтобы эти названия непременно были из тематического плана. Названия, включенные в тематический план, их выпуск должны стать одним из основных показателей в деятельности издательства. Поскольку некоторые книги по различным причинам приходится исключать из тематического плана, необходимо добиться, чтобы их число не превышало 5-10 %. В тоже время необходимо запретить издательствам включить в "Бланк для заказов" более 5-10 % новых названий книг к общему количеству объявленных в тематическом плане.

Не менее важное значение приобретает теперь и выпуск книг по количеству заказанных экземпляров. Но если реальность тематического плана по названиям почти полностью (на 90 %) зависит от издательства, от его продуманной плановой и организационной работы, то размеры тиражей сдерживают лимит бумаги и недостаток полиграфических мощностей. Разрыв между спросом и предложением год от года не уменьшается. Особенно велик он в выпуске художественной и детской литературы.

Решение проблемы совершенствования системы хозяйственных взаимоотношений между издательствами и книготорговыми организациями должно идти в направлении укрепления плановой и договорной дисциплины, усиления экономических средств взаимного воздействия, последовательного, неуклонного проведения в жизнь принципа материальной заинтересованности и ответственности за все результаты работы. Для решения этой задачи нужно, очевидно, предоставить более широкий простор для равноправных экономических отно-

шений между издательствами и книготорговыми организациями. Нужно устранить все то, что мешает более эффективному использованию экономических рычагов для развития книгоиздательского дела.

Оптовые торговые базы должны стать своеобразными организаторами розничной торговли, регулярно снабжающими расположенную в зоне их действия розничную сеть книжными товарами необходимого ассортимента и количества. В связи с этим следует в ближайшее время уделить больше внимания строительству складского хозяйства оптовой торговле с тем расчетом, чтобы оно обеспечило хранение приблизительно 55 % общего объема запасов книжной продукции и дальнейшее развитие экономически обоснованного складского оборота.

Потребность в 2000 году в складской площади для книжной продукции в оптовом звене государственной торговли Грузинской ССР, по нашим расчетам, должна составить 41,1 тыс. м², что в 10 раз превышает существующую. При этом учитывались также ожидаемые изменения в их объеме и размещении запасов, рост городского населения и другие показатели. В расчете использован нормативный показатель необходимой величины складской площади для хранения однодневного запаса книжной продукции (0,46 м²) в расчете на 1000 человек городского населения.

Расчет произведен по следующей формуле:

$$П = К \cdot \frac{З_д \cdot N_n \cdot \gamma_n}{1000}$$

где П - потребность в перспективе в складской площади для книжной продукции;

Z_d - норма товарных запасов книжной продукции в днях розничного товарооборота на складах оптовой базы, принятая за 30 дней;

N_n - норма площади, необходимая для хранения однодневного запаса в расчете на 1000 жителей (0,46 м²);

- T_n - число городского населения в перспективе;
 K - коэффициент неравномерности поставки товаров на склады оптовой базы, принятый за 1,2.

С целью улучшения организации оптовой торговли книжной продукцией в государственной и кооперативной торговле Грузинской ССР необходимо заострить внимание на совершенствовании ее технической вооруженности.

Рационализация товародвижения, в частности широкое внедрение централизованных поставок товара и эффективное использование транспортных средств в оптовой торговле, тесно связана с развитием и совершенствованием перевозок в малогабаритных контейнерах. Они сокращают звенность товародвижения, упрощают и совершенствуют складские операции, повышают производительность труда торговых работников, способствуют сохранению качества товаров, сокращают транспортные затраты, связанные с погрузкой - разгрузкой товаров и т.д. Однако ввиду недостаточности малогабаритных контейнеров и необходимых для них специальных машин эти перевозки не получили распространения.

При перемещении товаров от предприятий - производителей до розничной сети очень важно установить рациональные и экономичные пути. В процессе выбора оптимального варианта товародвижения следует широко использовать математические методы и вычислительную технику.

СОЦИАЛЬНЫЙ ЗАКАЗ ПРОИЗВОДСТВУ И ТОРГОВЛЕ

Главным двигателем прогресса является человек, поэтому успешное решение задач перестройки связано с повышением роли человеческого фактора. "... Чем глубже преобразование, которое мы хотим произвести, — писал В.И. Ленин, — тем больше надо поднять интерес к нему и сознательное отношение..."¹ Цели человека, его стремления, средства, которыми он решает свои проблемы, в конечном счете всегда порождаются условиями жизни. Для того чтобы личные интересы побуждали человека к положительной активности, необходим ряд условий, в том числе простая, каждому понятная, в то же время четкая связь между трудовыми усилиями и уровнем удовлетворения его материальных и духовных потребностей. Забота общества о конкретном человеке с его конкретными потребностями — неременное условие преданности личности общественным интересам. В этом смысл единства и взаимообусловленности интересов.

Программная задача партии о наиболее полном удовлетворении постоянно возрастающих материальных и духовных потребностей людей нашла четкое отражение в Законе о государственном предприятии (объединении): требования потребителя обязательны для предприятия, а их полное и своевременное удовлетворение — высший смысл и норма деятельности каждого трудового коллектива. Заметим, что это требование, во-первых, в равной мере относится как к предприятию промышленности, которое изготавливает предметы потребления, так и к предприятию торговли, обеспечивающему их доведение до потребителя. Во-вторых, это касается не только общего объема потребностей в товарах и услугах, но и развернутой их структуры.

¹ Ленин В.И. Полн. собр. соч. — Т.42. — С.140.

В Латвийской ССР более рельефно, чем в других регионах страны, проявляются диспропорции между объемом спроса и товарного предложения. За последние десять лет среднегодовой темп прироста заработной платы рабочих и служащих на 0,2 процентных пункта превышал этот показатель по стране в целом, а среднегодовой прирост продажи товаров в расчете на душу населения оказался на 0,3 процентных пункта ниже. В результате неудовлетворенный спрос в расчете на душу населения сейчас уже в 2 раза выше, чем в среднем по стране.

Не менее тревожными являются диспропорции в структуре спроса и товарного предложения предметов потребления. По данным Латвийского филиала ВНИИКС, каждые два покупателя из трех уходят из магазина ни с чем. А среди тех, кто все же сделал покупку предметов одежды или обуви, половина не удовлетворена их потребительскими свойствами и внешним видом. В условиях острого дефицита многих видов сырья и недостатка производственных мощностей торговля республики вынуждена ежегодно уценивать товары на десятки миллионов рублей, доля которых в рыночных ресурсах по отдельным группам достигает 5-7 %. Основная причина — их несоответствие спросу населения. По этой же причине в начале 1988 года по существу неплатежеспособными оказались такие крупные промышленные предприятия, как швейное объединение "Латвия", текстильный комбинат "Паризес Комуна" и некоторые другие.

Пути сбалансирования спроса и предложения по общему объему и их структуре различны. В дальнейшем излагаются некоторые соображения, относящиеся прежде всего к структуре спроса и предложения.

Предстоит создать эффективный механизм производства нужных конкретному потребителю предметов потребления и снабжения ими торговой сети. Естественно, социально эффективным такой механизм может быть только тогда, если он основан на информации, поступающей от самого потребителя. Поэтому в существующий хозяйственный механизм,

где до сих пор все еще продолжает доминировать диктат производителя, должен быть "вмонтирован" потребитель.

В условиях товарно-денежных отношений потребительная стоимость изделий, которая создается в промышленности, раскрывается в сфере обмена, на рынке, где товар сталкивается с потребностью. Потребитель склонен обменивать свои денежные средства только на такой товар, потребительная стоимость которого удовлетворит его потребности. Иначе акт купли-продажи может не состояться. По этому поводу К.Маркс писал: "...Прежде чем товары смогут реализоваться как стоимости, они должны доказать наличие своей потребительной стоимости...если она бесполезна, то и затраченный на нее труд бесполезен, не считается за труд, и потому не образует никакой стоимости".¹

Как вести производство, чтобы товар мог бы "доказать" свою общественную потребительную стоимость? Чтобы предприятие в условиях социализма не оказалось на грани банкротства?

любой предмет потребления рождается в промышленности, затем некоторое время производится в массовом порядке, существует в торговле и сфере потребления, раньше или позже стареет и наконец исчезает. Продолжительность его "жизни" зависит от соотношения полезных и бесполезных для потребителя свойств, заложенных в изделии при его создании. Поэтому важнейшим звеном "жизненного" цикла товара является производство. Чтобы создать новый или улучшить существующий предмет потребления, необходимо четко знать конкретные потребности населения, а также оценить функциональные, экономические, эргономические, эстетические и другие потребительные свойства аналогов данного изделия на мировом рынке, соответствие этих свойств потребностям сегодняшнего, даже завтрашнего дня. Этот процесс познания является обязательным элементом технологии создания изделия. Без него - огромный риск, что затраты предприятия и общества на его производство могут оказаться бесполезными.

¹ Маркс К., Энгельс Ф. Соч. - 2-е изд. - Т.24. - С.112.

Полезность изделия определяет совокупность его свойств. Часть из них фиксирована в государственных стандартах и достаточно строго охраняется обществом. Однако, изделие может полностью соответствовать требованиям стандарта, в то же время быть бесполезным для потребителя. Следовательно, полезность изделия, его соответствие платежеспособным потребностям населения первично по сравнению с качеством в современной трактовке этого понятия. Нарушая стандарт, завод выпускает брак, а игнорируя упомянутый элемент технологии, — никому не нужный товар. Как тот, так и другой случаи с экономической, социальной и моральной точки зрения одинаково абсурдны. Только... первый общество давно осознало (по крайней мере теоретически), а второй — до сих пор нет. Некомпетентность в этом вопросе большинства ведущих специалистов, руководителей от директора предприятий до министра обусловлена действовавшим до сих пор хозяйственным механизмом, при котором производили и распределяли произведенное по указанию "сверху", а бесполезную продукцию можно было уценить вдали от завода, в торговле, и за счет общества, не заглядывая в карман производителя.

Изучение потребностей и спроса населения на вновь разрабатываемые и усовершенствуемые предметы потребления есть функция промышленности, важнейшая и обязательная функция, без которой ориентация производства на потребителя просто невозможна. Для того чтобы эту функцию реализовать в конкретное социально и экономически эффективное действие, необходимы определенные условия. Во-первых, промышленности нужна соответствующим образом организованная сеть магазинов (собственных и привлеченных), в которых фиксировалась бы и детально изучалась реакция покупателей на каждый новый (обновленный) предмет потребления, прежде чем его поставить на производственный поток.

Представляется, что в составе Министерства легкой промышленности республики целесообразно создать научно-производственное объединение, имеющее в своем составе подразделения конструкторов, технологов, специалистов в области потребностеведения, экономистов, возможно, модельеров, дизайнеров и др., а также необходимую вычислительную технику и специализированные магазины тканей, швейных изделий, обуви, галантереи, трикотажа, чулочно-носочных изделий — своеобразные лаборатории по апробации на покупателя новых изделий и их первых опытных партий. Для предприятий Министерства местной промышленности магазины — лаборатории могут быть организованы при существующем научно-производственном объединении "Прогресс" с соответствующей корректировкой структуры и функций самого объединения. Обслуживание всех остальных товаропроизводителей мог бы осуществлять междуведомственный центр фирменной торговли, организуемый Министерством торговли республики.

Во-вторых, незамедлительно должны быть подготовлены актуальные Положение о фирменном предприятии промышленности и Методические указания по определению потребительских оценок и управлению производством товаров народного потребления. В новом хозяйственном механизме производителя должен оценивать потребитель.

Программную задачу наиболее полного удовлетворения материальных потребностей народа сообща решают промышленность и торговля. Однако в результате пренебрежительного отношения и несбалансированной инвестиционной политики торговля республики стала "узким местом" в народном хозяйстве. Отрасль практически не готова к эффективной работе в новых условиях хозяйствования.

За 1970—1965 гг. торговая площадь в расчете на 1000 жителей постоянного населения увеличена на 23,3 % (по темпам роста — 14-е место среди союзных республик), количество мест на предприятиях общественного питания — на 45,6% (15-е место). Слабо развивалось также складское хозяйство

во. В настоящее время в республике имеется только 126 м² общетоварных складов на 1000 жителей (в среднем по стране - 145), и оптовая торговля не в состоянии обеспечить организацию надлежащего товароснабжения розничных предприятий, ускорение товарооборачиваемости по отрасли в целом (табл. I).

Таблица I
Показатели развития торговли Латвийской ССР
и других союзных республик за 1970-1985 гг.
(1970 г. = 100 %)

	Розничный товарооборот в расчете на душу населе- ния	Торговая площадь на 1000 насе- ления	Число мест в предприя- тиях обще- пита на 1000 населения
СССР	182,8	145,4	177,9
Белорусская ССР	210,9	155,5	221,7
Литовская ССР	198,6	135,8	200,7
Эстонская ССР	181,2	122,7	159,3
Латвийская ССР	173,3	123,3	145,6

Лимит капитальных вложений в строительство предприя-
тий торговли и общественного питания с учетом средств,
выделенных за счет жилищного строительства, в X пятилет-
ке использован на 84,6 %, в XI пятилетке - на 87,2 %.
Торговля республики стала быстро терять передовые пози-
ции в стране: по обеспеченности населения местами в об-
щественном питании с I-го места переместилась на 2-е, по
обеспеченности торговой площадью - с I-го на 4-е место;
отстает также в применении прогрессивных форм продажи то-
варов и совершенствовании качества обслуживания. В сель-
ской местности имеется свыше 130 населенных пунктов с ко-
личеством жителей более 50 человек, в которых отсутствуют
стационарные торговые предприятия, а всего в зоне пешеход-
ной недоступности магазина (свыше 2,5 км) проживает 17 %
сельского населения.

Уровень механизации и автоматизации основных технологических операций торговли и общественного питания, транспортных и складских работ - один из наиболее низких среди отраслей народного хозяйства. Используется отсталая технология товароснабжения предприятий.

Диспропорции в производстве товаров народного потребления и формировании товарных ресурсов для рынка республики, отставание в развитии материально-технической базы и организации торговли вызвали низкие темпы роста продажи товаров (II- е место среди союзных республик). К тому же около 12 % товарооборота по продовольственным и 16 % по непродовольственным товарам составляют покупки временно проживающего и приезжего населения других союзных республик, но расчет это не принимается и ресурсами не компенсируется. В результате интенсивнее, чем в других регионах страны, растут сбережения, в том числе - неудовлетворительный спрос населения, а отчетные данные о потреблении не отражают действительного уровня потребления материальных благ постоянным населением республики.

Спрос населения на товары и, следовательно, розничный товарооборот в ближайшие 15-20 лет будет развиваться под влиянием научно-технического прогресса в отраслях промышленности, появления новых видов сырья, материалов, новых технологических решений, а также тенденций развития мирового рынка предметов потребления (таблица 2).

В условиях, когда количественно почти достигнут рациональный гардероб предметов одежды и обуви, продажа изделий легкой промышленности будет развиваться относительно более низкими темпами. В то же время потребуются коренное улучшение ассортимента путем:

- повышения доли высококачественной продукции (до 80 %), применения принципиально новых материалов, выпуска новых изделий (не менее 75 %) и изделий с улучшенными потребительскими свойствами;

Таблица 2
Перспективы развития торговли
Латвийской ССР до 2005 года

	1985 год	1990 год (оцен- ка)	1995 год	2005 год	2005г. в % к 1990г.
1. Розничный товарооборот всего, млн.руб.	4276	4935	5835	8600	174,3
2. Торговая площадь, тыс. кв.м.	509	555	632	762	137,3
3. Количество мест в пред- приятиях общепита, тыс. мест	272	298	327	374	125,5
4. Площадь общетоварных окладов, тыс. кв.м	330	384	454	580	151,0
5. Емкость специализи- рованных окладов, тыс. т	119	159	195	262	164,8
6. Необходимые капиталъ- ные вложения на разви- тие торговли (за пяти- летку), млн.руб.	142	152	212	205	134,9

- создания ассортимента изделий с учетом требований различных групп потребителей (детей, молодежи по возрастным группам, пенсионеров, авангардистов, престижных потребителей, будущих матерей и т.п.) и функционального назначения предметов потребления (для туризма, физической культуры, работы в саду-огороде, торжественных случаев и т.п.).

По предметам культурно-бытового назначения и хозяйственного обихода резко обострится потребность в обновлении наличного парка, следовательно, возрастут требования к потребительским, эстетическим свойствам, качеству и экономичности бытовых машин и аппаратуры. Спрос на замену быто-

вой техники и транспортных средств, а также повышенный спрос на строительные материалы обеспечат рост продажи по этой группе в целом в 2,1-2,2 раза.

Предусматриваемые темпы развития общественного производства позволят в основном обеспечить достижение рациональных норм и нормативов потребления продуктов питания и непродовольственных товаров. Однако для этого необходима переориентация производства на интересы потребителей, форсированное развитие материально-технической базы торговли, применение передовой технологии товародвижения, удобных для населения форм и методов обслуживания.

Торговая площадь магазинов в 2005 году должна быть доведена до 762 тыс. кв м (270 кв.м на 1000 населения). Это позволит обеспечить необходимую глубину ассортимента (1000-1200 тыс. разновидностей по изделиям легкой промышленности; 450-550 тыс. - по предметам культурно-бытового и хозяйственного назначения; 150-200 тыс. - по продуктам питания) и кардинальное улучшение организации торгового обслуживания. Предстоит осуществить жесткий курс на концентрацию технически сложных товаров и изделий сложного ассортимента в крупных специализированных магазинах, торговых центрах, а продовольственных товаров - в универсамах, и максимальное приближение к покупателю предприятий торговли по товарам повседневного спроса.

Количество мест в общественном питании за 1990-2005 годы необходимо увеличить не менее чем на 76 тыс., в том числе в общедоступной сети - с 59 до 134 тыс. мест. Предстоит переход на индустриальную технологию приготовления пищи. В 2005 году доля полуфабрикатов и продукции высокой степени готовности в объеме сырья, используемого общественным питанием, должна составить не менее 80,0 %. Предприятиям Госагропрома и рыбной промышленности надле-

жит развить соответствующие мощности, чтобы к 2005 году поставлять общественному питанию полуфабрикатов высокой степени готовности: мясных — 65 тыс. т, рыбных — 6 тыс. т, картофельных — 30 тыс. т, овощных — 25 тыс. т в год. В государственной торговле целесообразно создание фабрик-заготовочных полуфабрикатов в городах республиканского подчинения, в кооперативной торговле — строительство не менее 11 крупных комбинатов питания.

Требуется коренное улучшение оптовой торговли: концентрация не менее 60 % товарных запасов на ее складах, надежное снабжение магазинов непосредственно с оптовых баз товарами в подсортированном ассортименте на основе прогрессивной технологии товародвижения, ускорение товарного обращения в торговле в целом не менее чем в два раза. Для достижения этой цели в 2005 году необходимо иметь складской площади не менее 580 тыс. кв.м, в том числе в государственной торговле — 263 тыс. кв.м, и специализированных складов (хранилищ картофеля, овощей, фруктов, холодильников) общей емкостью не менее 262 тыс. тонн.

По мере развития материально-технической базы предстоит реализовать научную ассортиментную концепцию, перейти на индустриальную технологию товароснабжения с использованием ЭВМ (механизация и автоматизация блоков "продажа", "магазин-база" и т.п.), развивать прогрессивные формы и методы обслуживания (продажа по заказам, каталогам и видеокаталогам, расчет по кредитным карточкам и др.).

С целью отражения роли торговли как одного из важнейших звеньев всего процесса перестройки, в том числе повышения народного благосостояния, необходимо дополнить перечень показателей Концепции экономического и социального развития Латвийской ССР до 2005 года основными показателями, характеризующими уровень торгового потенциала республики.

В.Е. Стефанович

ПРОМЫШЛЕННО-ТОРГОВАЯ ИНТЕГРАЦИЯ И ЗАДАЧИ ПЕРЕСТРОЙКИ В ИЗУЧЕНИИ СПРОСА

Осуществление радикальной реформы во всех звеньях народного хозяйства требует глубокой перестройки организационных структур, перераспределения между ними управленческих задач и функций. Потребность в этом тем острее, чем глубже утверждается принцип хозяйственного расчета, самофинансирования и самоуправления. Необходимо это, в частности, для преодоления разобщенности, объединения усилий предприятий промышленности, торговли, сферы услуг, повышения их заинтересованности в наиболее полном удовлетворении растущих потребностей населения.

Товароснабжение розничной торговой сети, удовлетворение потребностей населения пока далеки от предъявляемых требований. Согласование заказов в преддоговорный период все еще носит скорее административный, чем коммерческий характер. Нередко то, что закладывают производственные объединения в производственные программы, и попадает в договоры поставки.

В постановлении ЦК КПСС и Совета Министров СССР "Об улучшении планирования, экономического стимулирования и совершенствования управления производством товаров народного потребления в легкой промышленности" предусмотрены меры по перестройке экономического механизма работы отрасли, обеспечению коренных сдвигов в увеличении выпуска, улучшению качества и расширению ассортимента продукции в целях более полного удовлетворения потребностей. Определены основные направления совершенствования организационной структуры управления, предусматривающие, в частности, рациональное сочетание крупных, средних и мелких предприятий, сокращение звенности управления, создание нового типа производственных и промышленно-торговых объединений. Предприятия освобождаются от мелочной опеки, сокращается количес-

тво планируемых сверху показателей, трудовые коллективы получают больше простора для инициативы, социалистической предприимчивости.

В новых условиях многократно возрастает ответственность торговых работников. Ведь теперь только закупленные торговлей изделия могут быть выпущены в согласованных объемах и ассортимента: не нашел спроса товар - изволь перестраиваться на выпуск нужного людям. За ошибки в заказах, пустые прилавки или залежи неходовых товаров рассчитываться придется уже не из государственного кармана, а из своих доходов. Хорошая же работа обернется и ростом заработка, и решением тех социальных проблем, которые долгое время накапливались в коллективах торговых предприятий.

Старыми методами с новыми проблемами не справиться. Отношение производителей к запросам рынка, а оптовой торговли - к нуждам розничной торговли коренным образом изменится, если они будут в одной упряжке, их деятельность начнут оценивать не по продукции, которая поставлена, а которая куплена, т.е. окажутся поставленными в материальную зависимость от конечного результата - удовлетворения потребностей населения. В этой связи представляется целесообразной интеграция предприятий в торгово-промышленные и оптово-розничные объединения (фирмы). Преодоление диктата производителя, дефицита невозможно без широкого развития социалистического рынка с присущими ему методами воздействия на производство.

Примером промышленно-торговой интеграции является рижское объединение "Ригаплодоовощпром" Госагропрома, куда вошли овощные оптовые базы, фирменные магазины и пригородные совхозы. Охвачен весь цикл работ, устранены ведомственные преграды, оплата по конечному результату, не на кого ссылаться при неудовлетворении спроса на картофель и овощи.

Как нам представляется, подобными преимуществами могло бы обладать и промышленно-торговое объединение "Мебель". Создание его позволило бы решить проблему продажи мебели в магазинах по образцам. В магазине оформляется покупка с оплатой доставки и сборки, а мебель со складов производственных и оптовых предприятий доставляется прямо на дом покупателю, минуя магазин. Сулит это большую экономию транспортных расходов, упаковочных материалов, горючей площади, отпадает уйма претензий по качеству и комплектности.

Целью, мотивом и стимулом производства являются потребности. Они — сущность и содержание платежеспособного спроса, а он — форма их выражения, часть их, обеспеченная деньгами и представленная на рынке. В действительности важны не сами по себе предметы — пища, одежда, жилье, а то, как способны они утолять голод, защищать тело, поддерживать гигиену. За материальными потребностями надо уметь видеть духовные стремления, эстетические запросы, уметь отличать саму потребность от средств ее удовлетворения. Информацию важно получать непосредственно от носителей потребности, изучать их мнение, оценки, предпочтения и намерения, чтобы устанавливать комплекс побудительных мотивов, которыми руководствуются покупатели при выборе того или иного товара. Для этого надо учитывать половозрастную, профессиональную и другие различия отдельных категорий покупателей, их уровень доходов, жилищные условия, состав семьи, потребительские привычки.

Оптимизация ассортимента во многом зависит не только от улучшения изучения спроса, но и от проведения активной работы по формированию рациональных, разумных потребностей населения, соответствующих целям гармоничного развития личности, а также социалистического образа жизни.

Основой формирования спроса населения должны стать не текущие заказы торговли, а перспективные прогнозы, сочетающие целевые ориентиры потребления, очередность их

достижения в зависимости от социальной значимости предметов потребления, имеющихся возможностей и т.п. Комплексный подход к формированию спроса предполагает воздействие на его потребительскую и на платежеспособную стороны с тем, чтобы не допускать диспропорций между ними, сочетать экономические и социальные аспекты развития спроса, учитывать потребление из других источников.

Платежеспособные потребности приобретают форму спроса на тот или иной товар в момент первоначального предъявления их на рынке. В условиях несбалансированного рынка спрос сразу разделяется на удовлетворенный и неудовлетворенный. Удовлетворенный спрос — это нетрансформированная реализованная часть действительного спроса. Но спрос может быть реализован, даже оставаясь при этом не полностью удовлетворенным, когда из-за отсутствия в продаже нужных товаров приобретаются аналогичные товары или заменители их низкого качества, по неоправданно высокой цене, неучтенные, с дополнительными затратами на дальние поездки или пересылки и т.п. Это реализованный не полностью удовлетворенный — вынужденный реализованный спрос.

Кроме вынужденного, неудовлетворенный спрос включает переключенный и отложенный неудовлетворительный спрос. Под переключением понимается расходование денег, предназначенных для покупки нужного товара, на совершение покупок других товаров не первоочередной потребности. Неудовлетворенный отложенный спрос предполагает сохранение денежного обеспечения до появления в продаже нужного товара и его покупки. Объем его можно рассматривать как общую сумму неудовлетворительного нереализованного спроса (рис. I). Как это ни архитрудно, но полное представление о действительном спросе населения и его трансформациях из-за несбалансированности спроса и предложения можно получить, лишь определив примерные размеры всех представленных на схеме форм, которые приобретает спрос на товары народного потребления.

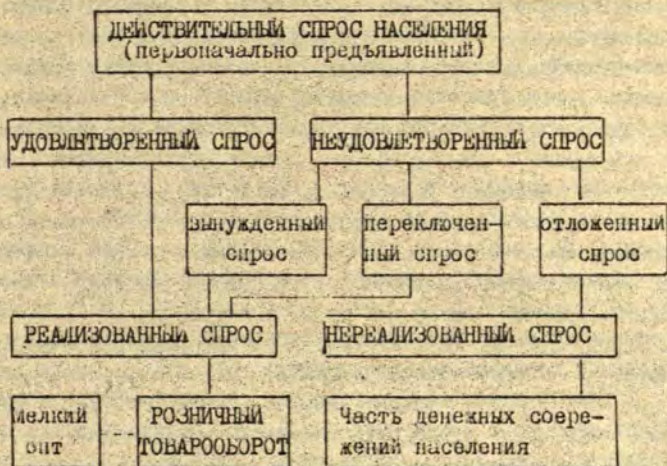


Рис. I. Схемы удовлетворения спроса населения на товары

Учет реализованного спроса в магазинах государственной торговли Латвийской ССР из-за отсутствия технических средств для сбора, обработки и анализа информации обычно носит эпизодический и формальный характер. Попытки учитывать неудовлетворенный спрос далеко не обеспечивают полноты его охвата опросами, не исключают повторные фиксирования, не отражают случаев удовлетворения в других магазинах или отказов от прежних намерений покупки за время опросов. Материалы такого учета в магазинах можно использовать для принятия оперативных решений о текущем завозе товаров, но они явно недостаточны для обоснования потребности в товарах на планируемый год населения региона, обслуживаемого торговой организацией. Дело еще в том, что результаты опросов в магазинах нельзя распространить на контингент обслуживаемого населения, они не дают никакого представления о количестве потенциальных потребителей того или иного товара в регионе, в т.ч. и не удовлетворивших спрос на него без опросов по месту жительства или работы.

В отчетах служб изучения спроса торговых организаций основное место занимает описания результатов выставок-продаж, выставок-просмотров, покупательских конференций, дней качества, перечни дефицитных и залежалых товаров. Их нельзя обобщить и использовать для обоснования заказов промышленности. Нельзя ограничиваться изучением спроса в торговых предприятиях, оставляя без внимания покупки на колхозных рынках, в магазинах по продаже сельскохозяйственных продуктов по ценам согласно договоренности, заказы в ателье и мастерских бытового обслуживания на индивидуальное изготовление изделий, реализацию продукции кооперативов и лиц, занятых индивидуальной трудовой деятельностью.

Наиболее действенным было бы, используя опыт потребительской кооперации республики, обеспечить ведение централизованного учета поступления в торговые организации товаров в развернутом ассортименте с оптовых и промышленных предприятий. Это не только резко улучшило бы деловое изучение спроса, но и развязало руки товароведом организаций, увязавшим в бумагах по учету движения товаров в ручную. Представляется целесообразным отменить ведение выборочного учета движения товаров, не утвержденного статистическими органами, и нетактичных опросов гостей республики для выявления структуры миграции покупок, как не репрезентативных и не отражающих ни динамики развития, ни структуры спроса.

В стране намечено создание общегосударственной системы изучения и формирования потребностей и спроса на товары народного потребления и услуги. На научно-практической конференции в Риге в 1966 году обсуждалась модель республиканской подсистемы. Предлагалось создать центр, который объединил бы все рассредоточенные ныне по разным системам и отраслям подразделения по изучению и формированию спроса, художественно-технические советы промышленных министерств, выставку товаров народного потребления, научные, рекламные и другие подразделения, связан-

ные с изучением и формированием спроса в республике.¹

Республиканский центр нужен как единый научный центр, но не как научно-практический центр. Этот центр не должен включать, по нашему мнению, подразделения по изучению и формированию спроса, по моделированию, утверждению и показу образцов, рекламе товаров и т.п. Организационное объединение исследователей спроса в один центр - это вместе с тем отделение, отрыв их от оперативной практической работы с товарами, от постоянной непосредственной связи с конструкторами, художниками, модельерами, товароведом-реализаторами, бракерами, оптовыми и розничными покупателями. Ни переписка, ни уполномоченные не возместят потери, которые неизбежны при удалении исследователей от "кухонь" спроса, не заменят постоянного ощущения пульса спроса в гуще творческой, оперативной и коммерческой работы с товарами.

Деятельность республиканского центра, полагаем, должна ограничиваться в основном выполнением следующих функций:

- методическое руководство работой с учетом научных рекомендаций и передового опыта других республик и стран;

- проведение с помощью республиканской потребительской панели и панелей специалистов исследований потребностей и потребления товаров и услуг и связанных с ними социологических вопросов;

- накопление в банке данных, обеспеченном современными средствами передачи и телеобработки, сведений, всесторонне характеризующих развитие производства, реализации и потребления товаров и услуг, нормативные показатели;

- разработка сводных прогнозов макроспроса на товары и услуги, прогнозных балансов доходов и расходов населения, балансов спроса и предложения, целевых программ по сбалансированию спроса и предложения, организация контроля за их реализацией;

¹ Раман А. Система изучения спроса: какой ей быть в республике // Советская торговля. - 1986. - № 9. - С. 3-7.

- внедрение в производство новых товаров.

Само название общесоюзной системы, полагаем, необходимо дополнить словами "прогнозирование" и "потребление", поскольку знание вчерашнего спроса еще ничего не дает, для определения потребностей рынка спрос надо прогнозировать. Невозможно обойтись и без глубокого изучения потребления. Поскольку усложнять название центра, которое, возможно, придется упоминать в анкетах опроса, не целесообразно, предлагается дать центру условное название "Шиепрамиумс" (спрос).

Помимо республиканского центра, целесообразно создать четыре центра товарных потребительских комплексов: "Партика", "Ашгербс", "Садзиве" и "Культура" (рис. 2). На них можно было бы возложить следующие задачи:

- правильно ориентировать производственные предприятия на освоение и увеличение выпуска, улучшение эстетических и потребительских характеристик, обновление ассортимента продукции;
- знакомить работников торговли с новыми товарами на постоянно действующих выставках товаров народного потребления, направлениями моды, культурой потребления и т.п.;
- разрабатывать прогнозы спроса населения для обоснования потребности в товарах на перспективу;
- планировать рекламу, формировать спрос населения и т.п.

Создание центров позволит полнее и эффективнее использовать кадровый, информационный и технический потенциалы для изучения и формирования спроса, составления обоснованных заявок и заказов, а также заменить отраслевой подход к планированию производства программно-целерым.

Центр "Партика" (продовольствие) предполагается при Госагропроме, чтобы не перекладывалась на кого-то ответственность за удовлетворение потребностей населения республики в продуктах питания.

Художественная ценность ансамбля (набора) предметов одежды, его эстетическое восприятие зависит от композиции-

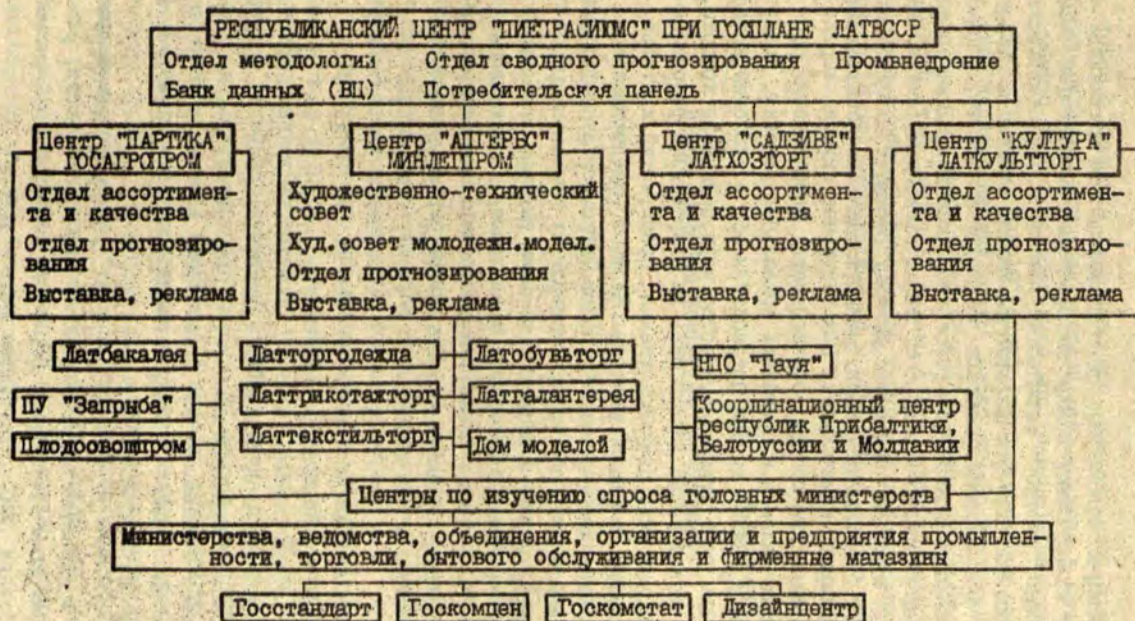


Рис.2. Модель Латвийской республиканской подсистемы изучения и формирования потребностей и спроса населения на товары народного потребления и услуги

взаимного соподчинения, единства всех входящих в набор элементов и аксессуаров, поэтому нарушать единство центра "Апгербс" (одежда) при министерстве легкой промышленности нецелесообразно. Слово "одежда" следует понимать в широком смысле слова, обувь считая одеждой для ног, а головные уборы — одеждой для головы.

Предполагается, что в центре "Апгербс" пять республиканских оптовых баз будут аккумулировать результаты изучения спроса в торговле и промышленности, что позволит им улавливать намечающиеся конъюнктурные сдвиги, определять логическую основу, обосновывать экономически происходящие явления и принимать правильные решения. Когда требуется знание вкусов потребителя, его психологии, когда необходим глаз художника, чувство меры, понимание красоты, самое веское слово должно быть за творческими работниками Дома моделей, производственных предприятий и ателье.

Центры "Садзиве" (быт) и "Култура" предполагаются при республиканских оптовых базах Латхозторга и Латкультторга, поскольку большинство товаров их номенклатуры завозится из других республик. По этим товарам необходимо резко повысить роль головных министерств, ответственных за удовлетворение спроса, а также отказаться от ориентации только на республиканский рынок, от неоправданного расширения номенклатуры пусть даже временно дефицитных товаров. В межреспубликанской координации центры должны тесно сотрудничать с координационным советом республик Прибалтики, Белоруссии и Молдавии.

На центрах следует замкнуть изучение микроспроса на товары и услуги, нести ответственность за более полное удовлетворение спроса. В центрах промышленность и торговля от взаимных упреков и претензий должны перейти к подлинному сотрудничеству, к совместному поиску путей и средств решения вопросов.

Постоянно возрастает "аппетит" рынка, но рынок не всеяден. Все более усиливается его избирательность, разборчивость. Целесообразно не просто расширять ассортимент,

а добиваться его оптимальности, приближения к рациональным нормативам. Например, не просто увеличивать число видов товаров, способных заполнять, "убивать" свободное время, а создать комплексы товаров и услуг, способствующих гармоничному развитию человека. Производству предметов гардероба придавать конкретную направленность: для детей, молодежи, людей пожилого возраста, изделий для отдыха, туризма, работы, праздника, а также с учетом климатических и национальных особенностей.

А.Н.Розе

ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА

Переход торговли в 1987 году на новые условия хозяйствования и вступление в действие с 1988 года Закона о государственном предприятии (объединении) вызывает необходимость поиска более гибких форм и методов управления производством и реализацией товаров народного потребления. Особое значение при этом приобретает задача достижения сбалансированности спроса и предложения на рынке. Это требует улучшения коммерческой работы как в промышленности, так и в торговле.

Известно, что усложнение процессов производства и реализации товаров, конкурентная борьба за рынки сбыта в капиталистических странах привело к разработке системы форм и методов управления производственно-сбытовой деятельностью промышленных и торговых предприятий, которая получила название "маркетинг". Как показывает практика, его применение в капиталистических и ряде социалистических стран дает положительные результаты в решении рыночных проблем.

В этой связи представляет интерес изучение и критическая оценка трудов некоторых зарубежных экономистов, посвященных анализу теории маркетинга. Так, известный

американский маркетинголог Р.Бартел выделяет семь этапов в развитии теории маркетинга¹ :

1. маркетинг, как деятельность по распределению продукции;
2. маркетинг, как деятельность для получения полезного эффекта (прибыли) в результате своевременной доставки товаров по месту спроса и их предложению покупателям;
3. маркетинг, как деятельность по управлению процессом распределения;
4. маркетинг, как система принятия управленческих решений при доведении товаров от производителя до потребителя;
5. маркетинг, как деятельность по управлению социальными процессами;
6. маркетинг, как деятельность по управлению общественными процессами;
7. маркетинг, как функция управления, применяемой предприятиями производственной, так и непромышленной сфер.

Опираясь на эту группировку, другой американский экономист И.Арндт² этапы развития маркетинга подразделяет на три группы:

- этап предмаркетинговой концепции (1 и 2 ступени),
- этап маркетинговой концепции (3, 4 и 5 ступени),
- этап расширенной, или социальной концепции маркетинга (6 и 7 ступени).

В период предмаркетинговой концепции маркетинг определяется как экономическая деятельность компании, направленная на получение прибыли в результате своевременного предложения товаров и их доставки к месту спроса.

¹ Bartels R. Identity crisis in Marketing // Journal of Marketing. - October. - 1974. - P. 73-76

² Arndt U. The Marketing Thinking of tomorrow. - Cambridge: Marketing Science Institute, 1978. - P. 4-25

Следующий этап развития теории маркетинга, который охватывает 3, 4 и 5 ступени группировки, по мнению И.Аридта, согласуется с определением маркетинга, как "экономической деятельности, состоящей из продвижения товаров и услуг от производителя к потребителю"¹. Это определение принято Американской ассоциацией маркетинга, которая признает необходимость приспособления производства и сбыта требованиям покупателей, получения прибыли за счет удовлетворения потребностей населения путем интегрированного анализа, планирования, организации и контроля всех слагаемых маркетинга.

Обследования, проведенные Х.Барксдейлом и В.Дарденом, свидетельствуют о том, что в начале семидесятых годов концентрация маркетинга признана и взята на вооружение большинством американских компаний². В то же время она подвергается критике некоторыми буржуазными экономистами. Р.Баскирк и И.Роте³ доказывают, что на практике компании свои усилия ориентируют на достижение краткосрочных целей и получения соответствующей прибыли. Ограниченность данной концепции они видят в том, что она носит технологический характер, нацелена только на решение узкого круга проблем при помощи определенного набора технических средств. По мнению этих ученых, в реальных условиях для удовлетворения требований концепции маркетинга необходимо выполнить следующие условия:

- потребитель должен осознать и уметь оценить собственные потребности;

- потребитель должен иметь информацию о тех предметах личного пользования, которые действительно удовлетворят его потребности;

¹ Alexander H. Report of the Definitions Committee // Journal of Marketing. - October. - 1948. - P.200-217

² Barksdale H., Darden B. Marketers attitudes toward the Marketing Concept // Journal of Marketing. - October. - 1971. - P.29-36

³ Buskirk R., Rothe J. Consumerism: An Interpretation // Journal of Marketing. - October. - 1974. - P.61-65

- производитель должен выявить неудовлетворенные потребности и создать предметы потребления с нужными для потребителя качествами.

Как пишут М.Белл и С.Мори¹, эти условия могут быть выполнены только при особых обстоятельствах, ибо в самой концепции маркетинга заложено противоречие между ориентацией на максимизацию прибыли и ориентацией на удовлетворение потребностей населения. На практике этот конфликт решается в пользу производителя без учета интересов потребителя. Таким образом на микроуровне, т.е. на уровне компаний, удовлетворение потребностей населения не является важнейшей целью предпринимательской деятельности.

По мнению буржуазных экономистов Л.Давсона², Г.Фиска³ и других, недостаток концепции маркетинга в том, что в своем действии она преувеличивает значимость материальных ценностей в обществе, нацеливает его на максимальное увеличение потребления материальных благ на ближайшую перспективу в ущерб таким духовным и природным ценностям, как справедливость, честность, доброта, бережное использование природных ресурсов, чистота окружающей среды.

Р.Багоцци⁴ под социальной концепцией маркетинга понимает анализ, планирование, организацию и контроль деятельности различных предприятий и организаций, целью которых является получение положительной реакции со стороны определенных социальных групп населения.

¹ Bell M., Emory C. The faltering Marketing Concept//Journal of Marketing. - October. - P. 37-42

² Dawson L. The human concept: New philosophy for business//Business Horizons. - December. - 1969. - P. 29-38

³ Fisk G. Marketing and social priorities. American Marketing Association, Chicago. - 1974. - P. 76-79

⁴ Bagozzi R. Marketing as exchange// Journal of Marketing. - October. - 1975. - P. 32-39

Эта концепция применяется, если:

- продуктом является товар, услуга или другие материальные и нематериальные ценности;
- целевая аудитория состоит из покупателей или других заинтересованных представителей общества;
- целью организационных мероприятий является получение прибыли или другого рода вознаграждения.

Расширенная концепция маркетинга (6 и 7 ступени) предполагает достижение конечной цели компаний с учетом удовлетворения потребностей каждого человека и всего общества в целом. Лидером в разработке социальной концепции маркетинга являются Ф.Котлер¹, С. Леви и другие буржуазные экономисты, которые утверждают, что элементы маркетинга присущи многим ситуациям за пределами актов купли и продажи товаров. Они имеют место в такой деятельности, как управление образованием, профсоюзам, медицинским обслуживанием и т.п.

Расширение концепции маркетинга является попыткой обогатить содержание маркетинга, расширить рамки его применения, придать ему большее социальное значение. Это попытка приспособить теорию маркетинга к решению проблем производственного и непроизводственного характера в масштабах всего общества, попытка разрешить противоречия между планомерностью деятельности предприятий и организаций на микроуровне с анархией их деятельности в масштабах всего капиталистического общества (макроуровне).

Некоторыми авторами маркетинг рассматривается как идеологическое оружие капиталистической экономики². Они выделяют четыре направления воздействия маркетинговой деятельности на сознание общества:

- маркетинг, как средство манипуляции точкой зрения потребителя;

¹ Kotler F. A generic concept of Marketing // Journal of Marketing. - September. - 1975. - P. 64-69

² Alexander R. Report of the Definitions Committee // Journal of Marketing. - October. - 1948. - P. 200-217

- маркетинг, как проповедник отсутствия конфликта между производителями и потребителями;
- маркетинг, как система ориентации на материальные ценности;
- маркетинг, как доказательство роста экономики и благосостояния населения при капитализме.

Следовательно, реализация современной концепции маркетинга преследует цель укрепить власть монополистического капитала и расширить сферу его воздействия, маскировать противоречия между трудом и капиталом и ослабить выходящие социальные конфликты путем манипуляции общественным сознанием.

Некоторыми американскими экономистами маркетинг рассматривается как наука о поведении потребителей. Л. Фиск¹ высказывает мысль о том, что маркетинг должен стать обеспечивающим механизмом, социальным инструментом, посредством которого члены общества могут обеспечить определенный уровень жизни. Такая трактовка, в свою очередь, оказывает влияние на развитие современной концепции маркетинга и свидетельствует о попытках буржуазных ученых представить его как средство защиты интересов потребителей.

Развитие движения защиты прав потребителей и защиты окружающей среды в капиталистических странах потребовало от монополий специальных исследований в области повышения надежности предметов личного потребления в период их эксплуатации², а также вызвало необходимость изучать модель потребления в условиях усиления загрязнения окружающей среды. Ряд западных экономистов считают, что понимание маркетинга как поведенческой науки может повысить практическую значимость разработок по регулированию рыночных процессов и создать механизм по формированию уровня жизни общества.

¹ Fisk G. Guidelines for warranty service after sale // Journal of Marketing. - January. - 1974. - P. 63-67

² Foxall G. Predicting who buys, what, how and where // Industrial Management. - November. - 1976. - P. 15-16

Вместе с тем, как инструмент частномонополистического капитала, маркетинг не в силах разрешить противоречия капиталистического строя, подчинить деятельность промышленности интересам трудящихся масс.

В настоящее время, когда в нашей стране рождается новый хозяйственный механизм, принципы маркетинговой деятельности и возможность их использования в социалистической экономике все больше привлекают внимание советских экономистов. Дело в том, что маркетинговая деятельность, которая предполагает комплексное изучение рынка, предприимчивость и оперативность в регулировании процессами производства и реализации товаров, предоставление услуг населению и др., в условиях социалистической экономики объективно направлено на достижение сбалансированности между спросом и предложением и тем самым — на более полное удовлетворение спроса на товары и услуги различных групп потребителей.

И.Э.Рудуша

КОММЕРЧЕСКАЯ РАБОТА КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ

В течение ряда лет перед народным хозяйством страны выдвигается задача насыщения рынка разнообразными, высококачественными товарами, соответствующими потребностям населения. Несмотря на ряд принятых мер (комплексная программа развития производства товаров народного потребления и сферы услуг, Продовольственная программа, программа "Качество-90" и др.) и достигнутые некоторые положительные результаты, ситуация на рынке по-прежнему остается напряженной. С перебоями реализуются многие продовольственные товары, не соответствует потребностям населения ассортимент швейных изделий и трикотажа, не сокра-

щается дефицит обуви, продолжает увеличиваться неудовлетворительный спрос.

Причины столь неблагоприятного положения в первую очередь проются в производстве. Научно-технический прогресс, развитие общественного производства и улучшающиеся на этой основе условия жизни людей воспроизводят новые, более высокие требования потребителей к функциональным свойствам и качеству изделий, эстетичности их оформления и модности, а механизм управления производством до сих пор не обеспечивал гибкого реагирования на эти непрерывно повышающиеся требования. Новые же условия хозяйствования в этом отношении открывают широкие возможности. Вместе с тем переход на экономические методы руководства требует критической оценки эффективности торговли, роли и места этой отрасли в снабжении населения предметами потребления.

Торговля, как известно, посредством системы заказов должна добиваться производства нужных населению товаров, обеспечивать непреодолимый барьер на пути недоброкачественных, морально устаревших изделий. Хозяйственная практика, однако, систематически выявляет грубые просчеты в этом деле — при общем недостатке товарных ресурсов и неудовлетворенном спросе ежегодно приходится уценивать значительные объемы неходовых и залежалых товаров. Так, в 1986 году в Латвийской ССР уценено товаров на уровне 2,9 % от товарооборота непродовольственных товаров. По отдельным группам уровень уценки значительно выше: по одежде и белью — 4,3%, трикотажу — 4,7%, кожаной обуви — 7,6%, тканям — 10,9%. В 1987 году в связи со значительным снижением уровня товарных запасов уценка была проведена в меньших объемах. И все же на конец года снова выявлено не пользующихся спросом товаров устаревших фасонов, моделей, конструкций на 3,1 млн. рублей.¹

¹ Циня - 1988. - 30 янв.

Наряду с неудовлетворенным спросом растет число вынужденных покупок, что приводит к деформации структуры потребления. Выявлено, что сделанной покупкой недовольна четвертая часть покупателей.

Анализ показывает, что в значительной мере ответственность за эти упущения ложится на торговлю, сложившиеся стереотипы организации которой требуют коренного изменения. В первую очередь это касается коммерческой работы.

Основу коммерческого аппарата торговых организаций и предприятий составляют товароведы. От их профессиональной подготовленности, опыта, аналитических способностей во многом зависит успех торговой деятельности в целом. Они должны знать требования покупателей в отношении потребительских свойств изделий, четко и детально определять объем и структуру производимых товаров, обеспечивать рациональное их развертывание в торговой сети. В действительности товароведы недостаточно ориентируются в микроструктуре спроса, не владеют рычагами его формирования. В результате этого многие вопросы ассортимента решаются по усмотрению производителей, и в торговую сеть поступают никому не нужные товары.

Есть тому некоторые объективные причины, среди которых можно выделить по меньшей мере четыре взаимосвязанные проблемы.

1. Работники коммерческого аппарата не располагают формализованной информацией о микроструктуре спроса и запасов товаров. Разработанные до сих пор научными учреждениями методы сбора такой информации мало эффективны ввиду чрезмерной трудоемкости и недостаточной увязки с торгово-технологическим процессом. Работники магазинов неохотно идут на выявление неудовлетворенных запросов покупателей, регистрацию единиц проданных товаров и фиксацию их потребительских признаков, учет товарных запасов в развернутом ассортименте, так как это усложняет процедуру обслуживания покупателей, требует значительных затрат времени, а сколько-нибудь ощутимая обратная связь этой работы на местах не прослеживается (существующая система то.снабжения

ния розничной торговой сети не гарантирует пополнение торгового ассортимента с учетом новейшей информации о микроструктуре спроса и запасов). Отсутствие заинтересованности в работе по сбору информации приводит к ее низкому качеству. Это не позволяет коммерческому аппарату создавать информационные массивы, характеризующие сдвиги в микроструктуре спроса и обеспечивающие разработку обоснованных заказов на поставку товаров.

Для получения необходимой информации следует прибегать к таким методам ее сбора, которые теснейшим образом были бы увязаны с товароснабжением магазинов, явились бы неотъемлемой частью торгово-технологического процесса.

Проблема информационного обеспечения связана также с недостаточным исследованием значимости тех или иных потребительских признаков изделий при формировании покупательского спроса на них. Разумеется, в условиях насыщенности рынка покупается только то, что наиболее полно соответствует потребностям. В свою очередь, эти потребности непрерывно развиваются, возвышаются. Большую роль стали играть современность функциональных свойств изделий, качество, эстетичность оформления, оригинальность, новизна.

Совокупность материальных потребностей человека выражается в осознанной необходимости потреблять совокупность различных по своему функциональному назначению предметов. Эти предметы, как правило, представляют изделия различных видов, взаимозаменяемость между которыми выражена слабо, либо вовсе отсутствует. Поэтому вид изделия выступает основным потребительским признаком товара. Но при выборе покупки субъект потребностей (покупатель) предъявляет еще целый ряд конкретных требований к другим потребительским свойствам товара, а от степени удовлетворения именно этих требований зависит, будет ли принято решение о совершении покупки.

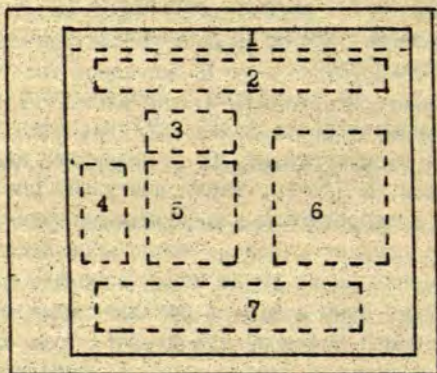
Коммерческие работники должны держать под контролем все потребительские признаки по каждому виду товаров; в то же время вести учет реализации и запасов в разрезе всех этих признаков, особенно по таким товарам сложного ассортимента, как швейные изделия, трикотаж, обувь, представляется невозможным и нецелесообразным. Поэтому для управления ассортиментом должны быть выявлены и заложены в основу организации информационных массивов приоритетные потребительские признаки, а решения по остальным — приниматься с учетом конъюнктуры, тенденций развития моды, фактора морального старения и др. Так, например, по товарам личного гардероба приоритетную позицию занимают размерные показатели, так как этому признаку с точки зрения конкретного потребителя нет альтернативы: не найдя в магазине требуемого размера, покупатель вообще лишается возможности приступить к выбору товара; требования же покупателя в отношении материала, модели, расцветки и т.п. успешно могут быть уточнены, изменены в процессе ознакомления с товарным предложением.

По товарам, не связанным с антропометрическими показателями, приоритетность отдельных признаков менее выражена, но все же существует. По большинству изделий кожаной галантереи, например, таким выступает цвет, так как эти изделия приобретаются для укомплектования гардероба. Одновременно следует учесть, что по мере насыщения потребления, появления на рынке новых изделий, в результате изменения моды, цены и т.п. в ранжированном ряду признаков ведущее место может занять другой. Товароведы должны следить за сдвигами в требованиях покупателей и оперативно перестраивать информационное обеспечение.

2. Эластичную и четкую коммерческую работу по товарам сложного ассортимента не позволяют развернуть применяемые ныне формы документов, определяющие объемы и структуру поставок между производством и торговлей, так как в них такие потребительские признаки, как размерные показатели, модель, расцветка и др., оговариваются лишь

интервально, в виде перечня или процентуального соотношения без должной взаимной увязки. В результате торговля лишается возможности выдвигать перед производителем конкретные требования. Крайне сложно также вести учет микроструктуры поставленных товаров - товароведы вынуждены дополнительно разрабатывать специальные формы учета.

Представляется, что реальный путь устранения этого недостатка - внедрение ассортиментных листов (своего рода развернутых спецификаций), которые позволили бы детально расшифровать во взаимной увязке все потребительские признаки и сроки поставки. На основе указанных в спецификациях объемов эти листы на каждый вид (разновидность, модель) товара готовят и представляют торговле производители. На рис. I приведен макет ассортиментного листа. Для удобства его следует укомплектовать зарисовкой модели с описанием основных технологических параметров.



- 1 - реквизиты производителя и покупателя
- 2 - номенклатурный номер, артикул, модель, цена изделия, согласованный общий объем поставки, сроки поставки
- 3 - словесное указание расцветки или образец материала
- 4 - размерные показатели
- 5 - предлагаемая и согласованная структура поставки по расцветке (рисунок)
- 6 - учет поставки изделий
- 7 - дата, подписи и печать сторон, удостоверяющие согласование

Рис. I. Макет ассортиментного листа

Введение ассортиментных листов обеспечит коммерческому аппарату ряд преимуществ, повысит эффективность его труда. Во-первых, ассортиментные листы еще на стадии планирования производства проинформируют торговлю о микроструктуре намеченных к выпуску товаров (сколько и каких размеров предусматривается изготовить из материала белого цвета, сколько - из серого, красного и т.п.), и в случае необходимости представляют возможность в удобной форме внести свои уточнения. Во-вторых, ассортиментные листы позволяют оперативно решать вопрос в случаях, когда по каким-либо причинам производитель вынужден заменить ранее согласованный ассортимент. Для этого сторонам достаточно обменяться соответствующим образом оформленными ассортиментными листами. Если предлагаемый вариант (вновь подобранный материал, расцветка, структура размерных показателей, изменения в модели) торговлю не устраивает, достаточно сделать соответствующие отметки в ассортиментном листе и вернуть его производителю. Инициатором изменений может выступить и торговля. Как в первом, так и во втором случае для решения подобного рода вопросов коммерческий аппарат в настоящее время готовит весьма объемистые документы.

В-третьих, пакет ассортиментных листов может быть использован для учета поступающих товаров. Наличие отдельных листов позволяет в обработке информации применять элементарные, но рациональные приемы: ассортиментные листы, поставка товаров по которым обеспечена в срок и в должной структуре, снимаются с контроля (перекладываются в другой пакет), а те, по которым имеются отклонения, передаются ответственным коммерческим работникам для принятия мер, либо юристу для оформления претензии; тем самым отпадает необходимость в подготовке специальной внутренней информации о соблюдении поставщиками договоров по ассортименту и срокам поставки.

В-четвертых, высокая степень формализации информации позволяет для учета поставки использовать ЭМ или доверять его младшему персоналу. При этом наиболее опытные товароведы могут больше времени уделять подготовке обоснованных коммерческих решений, обогащению и расширению своих профессиональных знаний, поддержанию уровня компетенции.

Таким образом, ассортиментные листы позволяют тщательным образом дозировать партии выпускаемых изделий, наладить четкую и эластичную работу с ассортиментом в соответствии со сдвигами в структуре спроса населения.

3. Совершенствованию подлежит сложившаяся практика работы с эталонами, как не соответствующая современным задачам управления ассортиментом и качеством товаров. В настоящее время по предметам личного гардероба эталон разрабатывается на модель, а возможные варианты ее исполнения (расцветка, фурнитура и т.п.) описываются в конфекционной карте, указываются в паспорте или на ярлыке без какой-либо оговорки в отношении взаимного соотношения и увязки с такими важнейшими характеристиками, как размерные показатели. Этим "узаконивается" поставка больших партий однообразных товаров. Кроме того, по многим изделиям эталоны хранятся в течение одного-двух лет на оптовой базе, в то же время большие партии товаров розница получает, минуя базы. В результате этого торговля лишается возможности проверить соответствие этих товаров ранее согласованным образцам, а эталоны превращаются в залежалый товар.

Предотвращается, что эталон должен быть утвержден на каждую модификацию (вариант) модели, т.е. практически на каждую производимую партию товаров. Сроки хранения эталонов целесообразно приурочить к срокам поставки соответствующей партии товаров. Ими должны быть обеспечены все товарополучатели.

4. Эффективность торговой деятельности оценивается как в экономическом, так и в социальном аспекте, и зависит от того, будут ли проданы товары, как быстро это бу-

дет сделано, в какой степени при этом будут удовлетворены платежеспособные потребности населения. В этой связи важно не только правильно определить объем и структуру производимых товаров, но и в возможно краткие сроки в ассортименте, соответствующем спросу, довести их до магазина.

В настоящее время завоз товаров в магазины осуществляется по текущим заказам или на основе личных отборок. В качестве критериев оценки товарного предложения используются ассортиментный минимум, либо ассортиментный перечень, которые не только не побуждают работников на расширение ассортимента, его максимального приведения в соответствии со спросом, но, наоборот, имеют в известной мере демобилизующее воздействие - ориентируют на "минимум", на "товары достаточного ассортимента". Эти перечни экономически не обоснованы: недостаточно увязаны с конкретными условиями функционирования магазина (торговыми площадями, нормативом товарных запасов, шириной ассортимента с учетом важнейших потребительских признаков).

Особенно необходимо подчеркнуть негативные последствия личных отборок, которые, по существу, являются барьером на пути продвижения товаров к потребителям. Наблюдения за работой представителей розницы в процессе осуществления личной отборки показывают, что эта работа проводится без достаточного обоснования - отбирающий главным образом ориентируется на более "ходовой" товар, свой личный вкус и опыт, избегая, как правило, изделий, в немедленной реализации которых он сомневается. Таким образом, субъективный фактор выступает существенным препятствием для обеспечения оптимального ассортимента товаров в магазинах. Кроме того, личные отборки снимают ответственность с оптовых баз за ассортимент товаров в розничной торговой сети и, по существу, сводят на нет всю работу, проделанную ранее по согласованию ассортимента поставок; в свою очередь, представители розницы, стараясь поддержать хорошие отношения с оптом, воздерживаются от предъявления последнему справедливых и принципиальных требований по поводу ассортимента.

Представляется, что функции по формированию торгового ассортимента и организации товароснабжения магазинов полностью должны быть возложены на оптовые базы (специальные центры снабжения, диспетчерские службы), которые комплектацию очередной завозимой партии товаров осуществляли бы с учетом фактических запасов в конкретном магазине и установленного для него лимитного ассортимента. Лимитный ассортимент — это перечень товаров по видам, наименованиям и приоритетным потребительским признакам изделий, показывающий уровень (норму), до которого необходимо пополнить товарные запасы по каждой позиции при очередном завозе, чтобы обеспечить бесперебойную торговлю. При установлении лимитных норм ассортимента следует учитывать специализацию магазина, товарооборотчиваемость, длительность интервалов поступления товаров, специфику спроса обслуживаемого контингента.

В магазине, в свою очередь, должен быть налажен сбор и систематическая передача информации о розничной продаже изделий при помощи терминальной кассовой аппаратуры или двойных ярлыков, вкладышей, упаковочных ярлыков. Данные о микроструктуре запасов в магазине, которые, наряду с показателем нормы лимитного ассортимента, используются для определения необходимых объемов завоза, определяются оптовым звеном самостоятельно. Для этого в ЭВМ вводятся данные о товарных запасах в магазине, первоначально зафиксированные в результате инвентаризации, и в дальнейшем рассчитываются при помощи балансового метода на основе сведений о направленных в магазин товарах и их розничной продаже.

Эффективность предложенной системы управления торговым ассортиментом заключается в следующем:

— технология сбора информации о реализации и запасах позволяет заложить в основу управления ассортиментом важнейшие потребительские признаки, тем самым обеспечить решение главной задачи коммерческой деятельности — постоянное поддержание полного ассортимента товаров в магазине;

- систематическая передача оптовой базе детализированной информации о продажах и запасах товаров в розничной сети, и перенос первичных данных на машинные носители дает возможность создать соответствующие информационные массивы, осуществлять агрегацию и группировку в любых, необходимых для анализа разрезах, и использовать ее для решения различных коммерческих задач, в т.ч. ведения обоснованной работы с промышленностью. При этом отпадает необходимость в специально организованных мероприятиях по учету движения товаров (единовременное обследование неходовых и залежалых товаров и т.п.);

- лимитный ассортимент объективно сдерживает накопление в розничной торговой сети больших товарных запасов. Концентрация преобладающей массы товаров в оптовом звене позволит оперативно маневрировать товарными ресурсами, следить за развитием их структуры, своевременно принимать меры по ее оптимизации;

- работники розничной торговли освобождаются от ведения специального оперативного учета наличия товаров в магазине для составления заказов на текущий завоз, а также от выезда на оптовое предприятие для личной отборки товаров. Появляется возможность материально стимулировать работников как в оптовом, так и в розничном звене за показатели розничной продажи товаров.

Совершенствование коммерческой работы должно быть увязано с повышением персональной ответственности товароведов за доверенный им участок работы. Сложившаяся в настоящее время практика управления ассортиментом (закупка, формирование товарного предложения в магазинах, уценка неходовых товаров) не позволяет выявить работников, которые недостаточно серьезно относятся к решению тех или иных задач, допускают серьезные просчеты. Нередко товарную группу ведут недостаточно опытные люди. Не разработаны конкретные критерии оценки труда товароведов, хотя такая оценка крайне необходима для выявления компетентности оп

специалиста, его коммерческих способностей. Так, например, вопрос об оптимальном объеме производства и поставки в торговую сеть каждого конкретного товара ответственно должны решать товароведы оптовой базы, а результаты этого приниматься во внимание при аттестации и увязываться с материальным стимулированием их труда. В этом случае для оценки качества работы таких специалистов следовало бы изучать ассортиментную структуру уценяемых товаров, отзывы розницы о соответствии товарного предложения спросу населения, выслушать аргументацию товароведов о причинах, вызвавших необходимость изменить согласованные ранее к поставке объемы изделий.

Реализация изложенных мер по совершенствованию коммерческой работы позволит исключить известный параллелизм в работе оптового и розничного звена, повисит ответственность коммерческих работников за результаты своей деятельности, обеспечит более высокую экономическую и социальную эффективность торговой отрасли в целом.

И.Л.Акулич

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ МОДЫ И АССОРТИМЕНТА -
СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ И
РЕАЛИЗАЦИЕЙ ТОВАРОВ

Важным фактором, оказывающим непосредственное влияние на развитие рынка ряда товаров, оказывает мода. Поэтому очень важно определить возможные направления развития моды и принять необходимые меры по ее учету в процессе подготовки производства новой продукции. Последняя задача станет еще более актуальной в ближайшие годы. Это обусловлено тем, что:

- мода оказывает все большее влияние на динамику и величину спроса;

- влияние моды распространяется на все более широкий ассортимент товаров;

-научно-технический прогресс стимулирует появление новых модных изделий.

Задача состоит в том, чтобы предсказать развитие моды и на этой основе одновременно создать соответствующие образцы продукции. На этой задаче необходимо разработать концепцию ассортимента и создать соответствующую технологию производства продукции, обеспечив своевременное производственный процесс необходимыми сырьем и материалами.

Анализ фактического состояния дел в разработке концепции ассортимента показывает, что в существующих концепциях имеется еще ряд недостатков, основными из которых являются:

- недостаточная конкретность по отношению к анализу ассортимента и установлению требований к его развитию;

- низкий уровень требований к развитию ассортимента и удовлетворению потребностей различных групп населения;

- неудовлетворительная надежность результатов и прогнозов;

- несогласованность ассортимента с возможностями развития производства продукции.

Концепция развития ассортимента пока не играет роль документа, способного определять общую ответственность торговли и промышленности в деле обеспечения населения необходимой продукцией и не является исходной базой при построении соответствующих планов на уровне народного хозяйства республики и отдельных его отраслей. Уровень разработки концепции ассортимента, его практическое использование тесно: образом связаны с практической реализацией результатов изучения развития потребностей рынка, дальнейшим повышением уровня управления народным хозяйством республики.

По нашему мнению, разработка концепции развития ассортимента должна позволить:

1) на основании соответствующих аналитических методов и методов прогнозирования определять объективную потребность развития выбранного ассортимента с точки зрения объема, состава и качества;

2) определять направления деятельности торговли и промышленности в области выбранного ассортимента с учетом:

- удовлетворения существующих или возможных в будущем потребностей,

- использования достижений научно-технического развития в производстве и потреблении товаров, таким образом, лучшего удовлетворения потребностей населения;

- оптимального использования производственных мощностей, материальных ресурсов, развития специализации и кооперирования;

- социально-экономической обусловленностью развития потребностей, потребления и спроса в качестве первоосновы для определения наиболее рационального потребления и уточнения прогнозов дальнейшего развития,

- обеспечения более высокого уровня управления потреблением.

Из сказанного выше следует, что разработка концепции развития ассортимента преследует качественно более высокие цели, нежели решение существующих проблем в области удовлетворения потребностей и спроса.

Разработанная концепция развития ассортимента должна, прежде всего, использоваться для обоснования:

- среднесрочных планов производства продукции;
- среднесрочных планов реализации продукции торговлей;
- развития материально-технической базы предприятий;
- эффективного сотрудничества торговли и промышленности в области поставки, упаковки, транспортировки, формы приемки, продвижения товаров и т.д.

Связующую роль между промышленностью и торговлей в республике при разработке концепции моды и ассортимента

должен играть Рижский дом моделей, на базе которого целесообразно создать институт культуры быта и одежды. Этим институтом должны выполняться работы в области культуры жилья, разрабатываться основные направления и тенденции развития одежды, обуви, отдельных изделий хозяйственного обихода и др. В связи с этим институт представляет производственным объединениям и предприятиям полную информацию о мировом развитии производства основных видов изделий, о важных новинках в отдельных отраслях, разрабатывает тенденцию художественного оформления соответствующих изделий, дополняя их разработанными коллекциями, предложениями и соображениями о возможности их массового производства, выполняет в сотрудничестве с соответствующими меотраслевыми институтами теоретические работы по вопросам развития ассортимента, культуры жилья, одежды и быта, координирует согласованное производство различных товаров народного потребления в республике.

Основное внимание в своей работе институт культуры быта и одежды должен уделять вопросам развития ассортимента изготавливаемых в республике моделей одежды и обуви.

За год - полтора до начала очередного сезона работники института в сотрудничестве с творческими работниками промышленности разрабатывают и предлагают производственным объединениям и предприятиям информацию о развитии производства тканей, их художественном оформлении, а также определяют модные линии одежды и обуви. Определение модных линий одежды и обуви основывается на глубоком анализе развития в области одежды и моды, на результатах изучения спроса и рынка. Рекомендации включают предлагаемые для очередного сезона виды тканей, модные расцветки, модные модели одежды и обуви, галантерею, шляпы и аксессуары.

В соответствии с выявленными направлениями моды в институте изготавливается коллекция новых моделей одежды. Состав коллекции определяется заключенными договорами между институтом культуры быта и одежды и предприятиями,

в соответствии с которыми для каждого из предприятий разрабатываются оговоренные им модели. Более того, каждое из предприятий может заказать специальную коллекцию моделей одежды, например, для детей, пожилых людей, для занятий спортом и т.д.

Разработанная коллекция новых моделей одежды обсуждается на Центральном художественном совете института, в работе которого принимает участие известные художники — члены Союза художников СССР и Латвийской ССР, представители торгующих организаций и другие работники. Во время работы художественного совета его члены уделяют особое внимание эстетическому уровню изделий, анализируют, насколько правильно подобраны материалы, соответствие разработанной модели условиям жизни, ее назначению. В результате может быть принято решение об исключении некоторых моделей из состава коллекции или их доработки. Коллекция демонстрируется в институте, работники предприятий знакомятся с моделями и выносят свое решение о них в целом. Они также могут выбрать понравившиеся им модели и получить всю необходимую информацию. Выбранные модели могут быть включены в представленном или доработанном виде в коллекцию предприятий, которая будет показана торгующим организациям при заключении договоров на поставку готовой продукции. Заметим, что работники торговли получают информацию о разработанной коллекции до показа ее предприятиям.

К моменту проведения оптовых ярмарок работники института информируют представителей торгующих организаций об основных тенденциях развития производства изделий, чтобы те могли учесть это при заключении договоров на поставку продукции. Кроме того, работники института принимают непосредственное участие в заключении договоров и путем проведения соответствующих консультаций и бесед оказывают влияние на заказы торговли. Вместе с тем предложения, которые работники института культуры быта и одежды выносят на рассмотрение промышленности и торговли, не являются обязательными, а лишь — рекомендациями.

Сопоставляя сказанное выше с практикой решения подобных вопросов в нашей стране, можно сделать вывод, что в отличие от существующего у нас сейчас положения, когда Дома моделей разрабатывают новые виды продукции для дальнейшего включения их в коллекции предприятий, основной результат работы института культуры быта и одежды - это идеи возможного развития производства продукции и моды. К тому же Дома моделей не оказывают того влияния на выбор торговли при заключении договоров на поставку продукции, какое должен оказывать институт культуры быта и одежды.

Концепция развития ассортимента должна быть результатом совместных исследований торговли и промышленности, и они совместно несут общую ответственность за ее реализацию. Сотрудничество торговли и промышленности в разработке концепции развития ассортимента необходимо для достижения более высокого качества разработки отдельных ее разделов, что связано с эффективным распределением работы, обусловленной накоплением исходных материалов в целях повышения надежности выводов и обеспечения последовательного использования полученных результатов в управленческой деятельности торговли и промышленности.

В.И.Иваницкий,
Р.А.Диепина,
М.А.Виксиниш

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В ТОРГОВЛЕ

Отношения собственности на средства производства, согласно марксистско-ленинской теории, являются определяющими, поэтому они - главный объект экономического управления. Эффективность, как экономическая категория, суть выражение определенного производственного отношения. Именно эта характеристика позволяет выделить ее в относительно самостоятельный объект анализа, планирования и управления.

Возможность безусловного роста эффективности социалистического производства объективно заложена в общественной форме собственности, качественно новом уровне обобществления производства, планомерном способе функционирования экономической системы.

Решение таких задач, как повышение заинтересованности предприятий в принятии напряженных плановых заданий, ускоренное внедрение в практику производства достижений научно-технического прогресса, стимулирование высоких результатов при рациональном использовании материальных, трудовых и финансовых ресурсов, во многом зависит от обоснованности оценки эффективности хозяйственной деятельности предприятий.

Планирование эффективности предполагает прежде всего разработку системы показателей эффективности и выделение из этой системы показателей, которые должны устанавливаться как нормативы для различных уровней управления торговлей. Устанавливаемые нормативы эффективности ресурсов и затрат должны быть исходными показателями при планировании результативных показателей и определения необходимого, оптимального объема и величины затрат для их достижения.

Показатели, характеризующие уровень, динамику и факторы повышения эффективности использования ресурсов или затрат, дающие возможность согласовывать различные стороны эффективности с ее общим критерием и текущие меры по повышению эффективности с долговременными целями, являются основой всей системы социалистического планирования и управления. Система показателей эффективности должна наиболее полно отразить степень участия каждого подразделения и работника в создании конечных народнохозяйственных результатов деятельности, ориентировать трудовые коллективы на повышение эффективности и качества работ за счет роста производительности труда, рационального использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Планирование эффективности предполагает решение ряда задач:

- изучение достигнутого уровня эффективности и выявление факторов, влияющих на эффективность и определяющих ее эффективность и уровень;
- определение и выбор методов описания факторов изменения эффективности и их количественной оценки;
- выявление зависимости (корреляционной или функциональной) между уровнем эффективности и значениями определяющих ее факторов;
- определение пределов "извлекаемости" резервов повышения эффективности в зависимости от конкретного сочетания факторов на каждом предприятии;
- оценка напряженности плановых заданий,
- определение дополнительных ресурсов или затрат, необходимых для повышения эффективности деятельности за счет каждого из факторов;
- разработка методики обоснования нормативов эффективности для разных уровней управления отраслью, объединениями и предприятиями, обеспечение их сопоставимости и взаимосвязи по уровням планирования;
- разработка методических принципов прогнозирования показателей эффективности;
- разработка методики кратко-, средне-, срочно- и долгосрочного планирования эффективности по уровням управления и обоснование системы управления ею.

Основной предпосылкой научного подхода к планированию является объективное познание экономических явлений и тенденций их развития. Реализация этой предпосылки осуществляется с помощью анализа результатов хозяйственной деятельности, обеспечивающего объективную количественную и качественную оценку выполнения плановых заданий.

Выполнение этой задачи при анализе хозяйственной деятельности обеспечивает система показателей экономической эффективности. Для расчета показателей эффективности имеется необходимая информация в действующей бухгалтерской и

статистической отчетности. В настоящее время плановые размеры (уровни) эффективности ресурсов или затрат являются производными от плановых показателей, характеризующих результаты (товарооборот, валовый доход, распределяемые и результативные доходы, ресурсы, издержки обращения). В результате такого подхода к планированию показатели эффективности не являются действенными экономическими рычагами управления ресурсами, затратами; выявления резервов роста эффектов результативных показателей деятельности. В связи с этим важнейшим обязательным условием повышения экономической обоснованности планов является разработка нормативов эффективности (соотношение результатов, затрат и ресурсов) и их использование при обосновании плановых заданий, исходя из достижения наивысших конечных результатов при оптимальном использовании ресурсов и совершенствовании их качественного состава.

Для количественной оценки факторов, влияющих на эффективность, необходимо:

- установить наличие функциональной или достаточно тесной корреляционной зависимости между значениями факторов и показателями эффективности;
- обеспечить достоверность исходных данных для расчета;
- обеспечить сопоставимость показателей динамического ряда. Для этого проводится такие этапы работы, как: выбор ряда; изучение скорости и интенсивности развития процесса; выявление основной тенденции развития через "сглаживание" рядов; измерения колеблемости ряда; проверка возможности применения экстраполяции.

Управление эффективностью - сложный Экономический процесс, предполагающий проведение многовариантных расчетов, обоснование напряженного плана, который характеризует степень трудовых усилий коллективов и работников по повышению эффективности и определяет меру рационального использования ресурсов на общественно необходимом уровне.

Эффективность, как известно, представляет собой результат и в то же время — мерило интенсивного расширенного производства. Такая зависимость неизбежно требует установления единства факторов интенсификации и показателей эффективности. Факторы интенсификации связаны с использованием рабочей силы, средств и предметов труда. Действия этих факторов находят свое выражение в показателях производительности труда, фондоотдачи и эффективности текущих затрат. Однако анализ данных частных показателей эффективности не позволяет оценить общую эффективность исследуемого объекта (отрасли в целом, торгового объединения, предприятия). Это подтверждается также тем, что отдельные факторы интенсификации могут оказывать различные, отчасти противоположные воздействия. Так, увеличение основных и оборотных фондов торговли при улучшении технического уровня может вызвать снижение фондоотдачи.

Для характеристики интенсификации народного хозяйства и его отраслей обычно используется классификация по направлениям — ресурсосберегающим и ресурсоемким, в состав которых входят более конкретные сочетания по использованию различных видов ресурсов. В настоящее время переход к активной ресурсосберегающей политике играет первостепенную роль в интенсификации.

В связи с этим представляется целесообразным сформулировать следующий ранговый порядок индексов показателей результатов и затрат торговли ресурсосберегающего типа воспроизводства:

$$I_{Рд} > I_{Т0} > I_{Оф} > I_{Ф0Т} > I_{Тр}$$

- где Рд — результативные доходы,
Т0 — розничный товароборот,
Оф — основные фонды,
Ф0Т — фонд оплаты труда,
Тр — трудовые ресурсы,
I — индекс.

В этом неравенстве устанавливается ранговый порядок динамики между: наиболее важными показателями результата работы торговли - чистым доходом и товарооборотом; ресурсами - трудовыми и материальными, текущими затратами живого труда; показателями затрат и результатом.

Соотношение $I_{рД} > I_{ТР}$ представляет необходимое условие функционирования отрасли и ее хозяйственных предприятий в условиях самофинансирования. Соотношение между основными фондами, фондом оплаты труда и трудовыми ресурсами объясняется действием закона, повышающего техническое и органическое строение производственных фондов, открытого К.Марксом. Это требует обеспечения уменьшения трудовых ресурсов, приходящихся на единицу материальных. Однако экономию трудовых ресурсов нельзя достичь путем чрезмерного увеличения основных фондов. Эффективность фондов (фондоотдача) торговли должна расти быстрее по сравнению с органическим строением затрат:

$$\frac{I_T}{I_{Ow}} > \frac{I_{Ow}}{I_{OwT}}$$

Проанализировав темпы роста приведенных показателей за 1970-1985 годы, мы установили, что лишь в 1974 - 1975 годах происходило развитие, адекватное построенному ранговому порядку. При помощи коэффициентов ранговой корреляции Спирмена (по отклонениям) и Кендалла (по инверсиям) определена близость фактических ранговых рядов к эталону. В 1960 году коэффициент близости составил 0,85 к эталону, т.е. к единице, а в 1980 году - 0,65. Положительное значение этого коэффициента свидетельствует о том, что общая эффективность, несмотря на снижение эффективности использования отдельных видов затрат, повышалась. Однако темпы ее роста могли бы быть в 1980 году в 1,16 раза, а в 1985 году - в 1,54 раза выше, чем фактические значения исследуемых показателей.

В ГДР по отраслям народного хозяйства рентабельность планируется, в СССР же она не планируется, ее диапазон очень велик. В то же время плановое ценообразование может обеспечить равновыгодность производства и реализации различных видов продукции. Одинаковый уровень нормативной рентабельности создает для хозяйственных звеньев в СССР равные стартовые условия. При этом следует перейти от объемных показателей к показателям степени удовлетворения общественных потребностей.

Двойственная природа труда и товара предполагает единство потребительских свойств при минимуме затрат живого овеществленного труда. При этом важно увязать эти противоречивые моменты в одном показателе. Наиболее подходящим для обобщающего показателя работы предприятия представляется конечный общественный продукт, т.е. чистая продукция плюс обоснованно исчисленная амортизация. Показатели эффективности расчета в условно-натуральных показателях, в норма-рублях и норма-часах могут шире применяться на предприятиях с целью анализа планирования и управления эффективностью.

Новое качество роста экономики предполагает антизатратный характер цен. Поэтому сейчас, в ходе работы по рестройке цен, обращается особое внимание на то, чтобы не допустить формирования цен на базе индивидуальных затрат, полнее учитывать качество и эффективность продукции, ее потребительские свойства.

Измерение и оценка качества роста экономики на базе показателей, включающих повторный счет прошлого года, теоретически не обоснованы, а практически ведут к расточительству. В структуре валового оборота сумма повторного счета составляет 40 %. Совершенно очевидно, что валовой оборот значительно превышает стоимость совокупного общественного продукта. Поэтому валовой продукт (оборот) или его модификации, включающие повторный счет труда, стоимость совокупного общественного продукта и вновь соз-

данная стоимость должны применяться строго по своему назначению.

Необходимо различать валовую и чистую продукцию на всех уровнях хозяйствования — от предприятия до народного хозяйства в целом. При этом целесообразно сочетать применение показателей фактической и нормативной чистой продукции. Последняя должна отражать прогрессивную, как правило, отраслевую трудоемкость и норму рентабельности. Применение разных норм рентабельности серьезно искажает достоверность новых показателей и при одинаковых затратах делит продукцию на выгодную и невыгодную. Поэтому целесообразно было бы для отрасли иметь единую норму рентабельности, а увеличение товарооборота стимулировать дополнительно.

Для измерения стоимости совокупного общественного продукта в торговле предлагается использовать конечный общественный продукт (условно чистая продукция), добавляя к нему стоимость предметов труда, вовлеченных в процесс торговли с учетом разницы на начало года, получим стоимость годового совокупного общественного продукта.

Что же касается оценки работы хозяйственных звеньев, то ее предлагается осуществлять с помощью системы натуральных, стоимостных и трудовых показателей. У текущих делах предприятия можно судить по выполнению плана товарооборота, необходимого для пропорционального развития народного хозяйства, и своевременным договорными поставкам. А какой ценой выполняются эти задания, подскажет анализ сравнения фактических расходов с нормативами. И чем ближе предприятие сработает, чем ниже затраты, тем большими должны быть фонд оплаты труда и другие источники стимулирования.

В совершенствовании хозяйственного механизма торговли важное место принадлежит нормам и нормативам. В торговле — это нормативы товарооборота на единицу торговой площади, нормативы товарных запасов, нормативы чис-

ленности, нормы выработки, нормативы обеспеченности торговыми и складскими площадями, нормы технической оснащенности, нормативы удельных капитальных вложений, рациональные нормы потребления материальных благ и услуг и нормативы обеспеченности ими населения, нормы естественной убыли, нормативы издержек обращения и др.

Между тем не все разделы плана обеспечены нормами и нормативами, они не взаимоувязаны, нет единой классификации нормативных показателей, научно обоснованной системы норм и нормативов.

Задачи по нормированию составляют, например, в системе Министерства торговли Украинской ССР и латвийской ССР менее 5 % общего количества задач по функциям управления.

Создание системы норм и нормативов торговли позволит расширить сферу плановой деятельности в отрасли с учетом плановых горизонтов различных звеньев управления.

В настоящее время в организации нормирования в торговле имеются существенные недостатки. Разработка нормативных показателей непосредственно предприятиями и организациями торговли не производится. Научно-исследовательские институты отрасли заняты выполнением отдельных тем по формированию нормативной базы, что, естественно, не способствует комплексному решению связанных с этим вопросов. Назрела необходимость создания структурных подразделений в НИИ, всецело занимающихся данной проблемой.

Высокая стоимость и трудоемкость работ по формированию нормативной базы планирования торговли во многом предопределяется отсутствием методических и организационных разработок по применению экономико-математических методов и современных средств вычислительной техники для расчета нормативных показателей, анализа и контроля за их выполнением.

Важным элементом прогрессивной организации процесса формирования нормативной базы является определение по-

рядка разработки и систематического обновления нормативов. Имеются недостатки в организации применения уже разработанных нормативов. Нет связи нормативов с системой экономического стимулирования, формами статистической отчетности, применяемыми в торговле. Существенным недостатком нормирования является отсутствие четко определенного состава норм и нормативов, подлежащих разработке на различных уровнях управления торговлей. Кроме того, одной из причин, сдерживающих широкое применение существующих норм, является то, что органы руководства торговлей не обеспечивают все предприятия нормативными и методическими материалами. Ввиду этого возникает недостаточная информированность плановых работников об имеющейся документации. Однако бывают случаи, когда плановые работники проинформированы о наличии того или иного документа, но не располагают им. Все это свидетельствует о недостаточном внимании к формированию и систематическому обновлению нормативной базы планирования торговли, к анализу и контролю нормативной информации.

В целом же решение частных проблем, возникающих в области нормирования, способствует, но не гарантирует решения сложной комплексной проблемы дальнейшего развития и совершенствования нормативной базы торговли. Вот почему имеется настоятельная необходимость решить весь комплекс задач в этой области.

Я.М.Бельчиков

ПРОБЛЕМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭЛАСТИЧНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ РЕШЕНИЙ (ОПЫТ ВНР)

Проблема обеспечения эластичности хозяйственных решений приобретает особую актуальность в связи с происходящими в нашей стране переходом от административно-бюрократических к экономическим методам управления. Это обуславливает как многовариантность форм хозяйствования, так

и необходимость создания внутри системы такого механизма, который можно условно назвать "механизмом гибкого оперативного реагирования" на динамику хозяйственных ситуаций. Осуществление этого поворота возможно лишь на путях коренных преобразований системы общественных отношений, приведения ее в соответствие с задачами и темпами современного этапа научно-технической революции, отказа от внеэкономического принуждения и волюнтаристских решений в пользу всеобъемлющего хозрасчета, повышения научности управления, разграничения функций государства и трудовых коллективов, самоуправления последних. Все эти кардинальные меры в конечном счете должны привести к перманентной саморегуляции экономической сферы на основе нормативов, цен, платежей за ресурсы, налогов.

Очевидно, что эластичность хозяйственных решений принципиально невозможна в рамках монопольного господства государственной формы хозяйствования, что ведет к бюрократизации и строгой иерархизации всех системных связей, замканию процесса принятия решений на острие иерархической пирамиде власти, застойности экономики. КПСС нацеливает в настоящее время на все более полное и всеохватное проведение реформы, одна из граней которой и состоит в многовариантности форм хозяйствования (семейная, арендная, кооперативная, акционерная и др.). Большое практическое значение приобретает в этих условиях исследование опыта других социалистических стран, уже применяющих эти формы на деле. Главный акцент следует ставить при этом на взаимосвязи принимаемых хозяйственных решений с конкретными социально-экономическими условиями. Мы называем это формообразующей экономической логикой.

Нами на протяжении ряда лет изучается соответствующий опыт Венгерской Народной Республики.

ВНР находится ныне в тяжелом экономическом положении, к которому привели страну: произвольное замораживание поступательного хода экономической реформы (венгерский период стагнации); неблагоприятная внешнеэкономическая обста-

новка (прежде всего увеличение цен на импортируемые энергоресурсы и, как следствие, уменьшение национального дохода, а также падение цен на традиционные статьи венгерского экспорта - аграрную и нефтехимическую продукцию и, как следствие, пассивный внешнеторговый баланс); предпочтение долговой политики торможению роста экономики и адекватному снижению жизненного уровня (общая задолженность равна 16 млрд. долларов); чрезмерная централизация управления на основе жесткого годового и пятилетнего планирования, лишения предприятия экономической самостоятельности, неэффективного стимулирования труда, раздутого бюрократического аппарата.

Для преодоления критической ситуации решено дать приоритет экономическим методам хозяйствования путем укрепления существующих и развития новых форм и выработки долгосрочной политики. Принята программа экономической и социальной стабилизации до 2000 года. Анализ программы показывает, что ее рычагами являются: а) уравнивание потребления и производства, б) децентрализация крупных предприятий и организаций, приспособление крупных госпредприятий к реагированию на изменение экономической обстановки; в) введение системы индивидуального предпринимательства и поощрение кооперативного производства; г) изменение функций министерств, превращение их в органы, реализующие национальные программы; д) банковская реформа с целью перелива капитала в перспективные отрасли; е) многовариантность форм хозяйствования. Цели программы: 1) предоставление предприятиям максимальной самостоятельности в распоряжении своим имуществом, решении организационных, хозяйственных и коммерческих вопросов; 2) оплата труда каждого по результатам его деятельности; 3) стимулирование с помощью экономических рычагов (прежде всего налога на прибавочную стоимость предприятий) предприятий, хозяйствующих с прибылью; 4) ликвидация неэффективных производств с вложением высвобождающихся средств в

эффективные производства; 5) поощрение "второй экономики", позволяющей удерживать стандарты потребления за счет получения дополнительных доходов.

Реализация программы привела к ряду новых явлений в хозяйственной практике. Ответственность за принятие тех или иных экономических решений перемещается с верхних этажей управления на нижний, т.е. на предприятия. Крупные госпредприятия начинают ориентироваться на цены международного рынка. Неэффективные производства закрываются, если это не наносит ущерба занятости населения данного региона и договорным обязательствам (обеспечение временно неработающих государство берет на себя). Децентрализация, разукрупнение хозяйственных организаций, упразднение трестов и т.п. породили около 400 новых предприятий. Введение акций связало интересы рабочих с прибылью предприятия. Увеличился вклад индивидуальных предпринимателей в национальный доход. Сократились издержки на содержание органов управления и контроля. Растет число лиц, занятых во "второй экономике". Растет число альтернативных форм хозяйствования и занятость в них населения. Торговля и сфера услуг работают на показатель прибыли, что ведет к увеличению товарооборота, более трети магазинов и предприятий общепита находятся в частных руках.

Производство на малых предприятиях растет более быстрыми темпами, чем на крупных. Это объясняется большей гибкостью хозяйственных решений, приспособляемостью их к рыночной конъюнктуре. Малые предприятия имеют возможность привлекать не только труд населения, но и его денежные ресурсы. Поэтому они охотно создаются министерствами, ведомствами, банками, местными советами, госпредприятиями. Охватывая поначалу сферу торговли, обслуживания и общественного питания, малые предприятия все решительнее проникают в мелкосерийное производство, берут на себя внедрение изобретений.

Представляют интерес арендно-подрядные формы хозяйствования. Пока подобные небольшие коллективы существуют на договорных началах (договор заключается на 5 лет) в розничной торговле и общественном питании, причем предприятия передают арендаторам и подрядчикам убыточные отделения. На промышленных предприятиях создаются добровольные хозяйственно-трудовые сообщества из работников и пенсионеров данного предприятия, занимающихся дополнительным трудом в нерабочее время, что значительно улучшает использование оборудования и рабочей силы.

Развивается кооперативное движение на основе участия лиц, избирающих кооператив основным местом работы, занятых в нем в свободное от основной работы время, пенсионеров, студентов. Малые кооперативы объединяются в отраслевые кооперативные группы. Формы этого движения не являются раз и навсегда заданными, застывшими.

В НР насчитывается более 150 тыс. мелких ремесленников. В связи с ростом их вклада в экономику и удовлетворение нужд потребителей расширяется право ремесленника на найм рабочей силы: у кустаря вместе с родственниками могут работать до 30 человек. Сейчас в этом секторе трудятся около 25 тыс. наемных работников.

Вместе с тем определяющие позиции остаются за крупным социалистическим производством.

Возникновение и функционирование различных форм хозяйствования и возрастание роли экономических решений, принимаемых на уровне госпредприятий (и первичных подразделений других форм), усиливает фактор неопределенности в управлении народным хозяйством. Отказ от жесткого планирования, ориентация на требования рынка, определение самими предприятиями номенклатуры производимых изделий и распределение оставшихся в их распоряжении средств, возникновение и усиление конкуренции, возможность банкротства — всё это заставляет глубже оценивать и прогнозировать возможные отклонения от поставлен-

ной конкретной хозяйственной цели в результате непредвиденных изменений социально-экономической обстановки. Как полагают венгерские экономисты, эта проблема разрешима путем создания резервных фондов риска для покрытия потерь, возникающих как следствие отдельных хозяйственных решений. Значение народнохозяйственного фонда риска и соответствующих фондов предприятий неизбежно будет возрастать. Их наличие поможет сохранить эластичность принимаемых экономических решений в условиях товарно-денежных методов хозяйствования.

На наш взгляд, опыт экономической реформы в ВНР свидетельствует о том, что лишь многовариантность форм хозяйствования, резкое усиление самостоятельности первичных хозяйственных подразделений на основе полного хозрасчета, децентрализация и перестройка системы управления, замена жесткого планирования программно-целевым являются адекватным ответом на предкризисное состояние общества, порожденное "административным социализмом".

Т.П.Данько,
З.М.Окрут

ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТЕХНИЧЕСКОГО ПЕРЕВОСОРУЖЕНИЯ НА ОПТОВЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В двенадцатой пятилетке намечено значительно расширить масштабы технического перевооружения действующих предприятий. "Доля капитальных вложений, выделяемых на эти цели, повысится с 37 % в 1985 году до 50 % в 1990 году. В тех отраслях и районах, где производственный аппарат особенно устарел, эта доля может быть еще выше".¹ Это предопределено курсом на интенсификацию производства и обусловлено более высокой экономической целесообразностью данного направления воспроизводства основных фондов.

¹ Материалы XXVII съезда КПСС. - М.: Политиздат, 1986. - С.241.

В этой связи особого внимания заслуживает анализ и оценка эффективности капитальных вложений в техническое перевооружение в оптовой торговле.

При оценке эффективности технического перевооружения мы исходим из того, что она может быть выражена через сопоставление результата с затратами. В качестве затрат выступает размер капитальных вложений на техническое перевооружение ($U_{тп}$). Значительно сложнее решается вопрос о том, что считать результатами процесса технического перевооружения. Это обусловлено положением оптовой торговли в системе социалистического воспроизводства. Выбор критерия оценки эффективности технического перевооружения вплотную соприкасается с проблемой выбора критерия эффективности оптовой торговли в целом.

В условиях интенсификации каждое предприятие должно работать на конечный народнохозяйственный результат и оцениваться по этим результатам. Известно, что конечным народнохозяйственным результатом для торговли является розничный товароборот, размер и структура которого связаны с деятельностью оптового предприятия, но практически не зависят от размера и структуры оптового товарооборота, который является для отрасли "промежуточным продуктом". Погоня за увеличением оптового товарооборота, от которого зависит размер фондообразующих показателей для оплаты труда, толкает работников оптовой торговли на прямое ухудшение качества обслуживания оптовых покупателей.

Очевидно, что уровень качества оптовой торговли не может измеряться объемом товарооборота, а должен характеризоваться другими показателями, отражающими выполнение основной функции оптового звена, — бесперебойное обеспечение розничной торговой сети товарами в соответствии с заявками. Работать эффективно для оптовой торговли — это значит работать по системе "только время": подача нужных товаров (грузов) в точно установленный графиком доставок срок при полной сохранности их количества и качества. Не

только опоздание, но и перевыполнение графика и разнарядок (опережение) не должны допускаться, так как это ведет к нарушению нормального торгового процесса, наносит ущерб качеству обслуживания населения. Нарушение данного требования приводит к росту совокупных издержек производства и обращения и существенным экономическим потерям.

Из вышесказанного следует, что в качестве результата технического перевооружения не могут использоваться показатели, образующиеся от размера оптового товарооборота.

В частности, рост производительности труда для предприятий оптовой торговли, понимаемый как размер товарооборота (складского, валового) на I работника оклада (базы), не отражает в полной мере действительного повышения экономической эффективности предприятия, в том числе и от технического перевооружения.

Это связано с тем, что рост производительности труда в оптовой торговле по существу является валовым показателем и не стимулирует интенсификацию отрасли, а отражает ее экстенсивный путь развития. Рост производительности труда предполагает увеличение объемов оптового товарооборота вне зависимости от того, какой товар, какого ассортимента и как поставляется в розничную сеть. Оптовое торговое предприятие, таким образом, заинтересованно в увеличении объема товарооборота и превращается не в источник снабжения розничной сети, а в орган, который только реализует товар. В настоящее время это привело к тому, что товарные запасы преимущественно сосредоточены в розничной торговле. Закрепление показателя производительности труда для оценки экономической эффективности технического перевооружения в оптовой торговле будет усугублять сложившиеся диспропорции.

Аналогичным недостатком страдает такой стоимостный показатель, как прибыль, которая формируется в оптовой

торговле в основном под влиянием действующей системы торговых оптово-соптовых скидок, а также доли торговых скидок и дополнительных скидок поставщиков на покрытие расходов по дальнейшей переправке товаров, с одной стороны, и издержек обращения с другой, не говоря уже о том, что скидки экономически не обоснованы и не отражают в должной степени издержкостности товаров. Можно утверждать, что валовой, а следовательно, и чистый доход оптового предприятия находится в непосредственной зависимости от объема, структуры товарооборота и практически не увязан с качеством торгового обслуживания. Этот показатель, поскольку он является фондообразующим, ориентирует оптовые предприятия на достижение максимальной прибыли, что может причинить отрасли и народному хозяйству в целом немалый экономический и социальный ущерб.

Интересно отметить, что уровень прибыли оптовых предприятий мало связан с уровнем технического оснащения. Более того, на некоторых предприятиях, например, имеющих низкий уровень технического оснащения, обеспечивается более высокий уровень рентабельности, чем на других оптовых предприятиях аналогичного профиля, имеющих более высокий уровень технического оснащения.

Это дает право предположить, что техническое перевооружение, повышающее уровень технического оснащения предприятия, также будет слабо связано с прибылью.

На наш взгляд, результат технического перевооружения может быть выражен комплексом показателей, характеризующих прогрессивные изменения технического уровня оптового предприятия.¹ Исходя из "методических указаний к разработке планов технического перевооружения действующих производственных объединений (комбинатов) предприятий" технический уровень оптового торгового предприятия может быть выражен:

¹ Постановление Госплана СССР № 63 от 23 марта 1984 года.
П. 3., с.5-6.

степенью соответствия фактической оснащенности оптового предприятия техникой, механизмами, оборудованием достигнутым показателям на лучших отечественных и зарубежных предприятиях, а также имеющимся утвержденным нормативам. При этом имеется в виду не средний норматив технической оснащенности по предприятию, а норматив оснащения техникой конкретных технологических процессов. Например, в качестве норматива может рассматриваться набор машин, технических средств и оборудования, необходимых для обработки условно единицы груза (1 тонны, 1 вагона, 1 контейнера, 1 места и т.д.). Располагая такими нормативами по видам технологических процессов, можно рассчитать общий норматив технической оснащенности оптового предприятия, учитывая его мощность, товарную специализацию и другие особенности работы, а также определить наиболее узкие места на предприятии.

Обозначив фактическое наличие оборудования, техники, технических устройств для данного процесса через O_{fi} , где i - вид оборудования, а нормативное количество через O_{ni} , и соотнеся их друг с другом, получим степень технической обеспеченности (C_{oi}) данного процесса:

$$C_{oi} = \frac{O_{fi}}{O_{ni}} \quad (1)$$

Исходя из того, что цель технического перевооружения состоит не только в повышении уровня технического оснащения оптового предприятия, а главным образом в том, чтобы применяемая техника, машины, средства и оборудование соответствовали требованиям времени, необходимо определить показатель - уровень обновления оборудования.

Причем, следует различать уровень физического и морального обновления. Последнее и будет отражать собственно техническое перевооружение предприятия, а как физическое обновление - это только замена оборудования. Математически данный показатель может выглядеть следующим образом:

уровень физического обновления оборудования ($Y_{фoи}$)

$$Y_{фoи} = \frac{X_{ni}}{X_{oi}}, \quad (2)$$

где X_{ni} - количество единиц замененного физически нового оборудования, механизмов, машин данного вида;

X_{oi} - общее количество единиц такого же оборудования, имеющегося на предприятии, данного вида.

Уровень морального обновления оборудования ($Y_{moи}$)

$$Y_{moи} = \frac{X_{ni}}{X_{oi}}, \quad (3)$$

где X_{ni} - количество единиц оборудования, соответствующего новейшим мировым стандартам данного вида.

Все эти показатели рассчитываются по каждому виду оборудования, а в целом по предприятию могут быть рассчитаны интегрирующие показатели (приложение I).

Для оценки результата технического перевооружения необходимо рассчитать эти показатели и в динамике, т.е. за период, предшествующий техническому перевооружению. Результат в этом случае может выражаться как изменение (Δ) того или иного показателя до и после технического перевооружения. Например, соответственно, если ΔY будет положительна, техническое перевооружение можно считать эффективным:

$$\Delta Y = Y'_{moи} - Y_{moи},$$

где $Y'_{moи}$ - уровень морального обновления оборудования после технического перевооружения;

$Y_{moи}$ - моральный уровень оборудования до технического перевооружения.

Важными показателями, характеризующими технический уровень предприятия и эффективность технического перевооружения, является механизация труда на оптовых предприятиях и ликвидация тяжелого физического труда. В этой связи представляется, что в иерархию показателей, характеризующих эффективность технического перевооружения, данные

показатели могут рассматриваться в качестве приоритетных. Другими словами, рост технической вооруженности оптового предприятия, моральное обновление оборудования, техники должны обязательно обеспечивать повышение уровня механизации и сокращение тяжелого физического труда. Уровень механизации работ в экономической науке рассчитывается, как отношение количества работ, выполняемых с помощью механизации, к общему количеству работ.

Несмотря на кажущуюся простоту данного показателя, расчет его связан с существенными трудностями, обусловленными отсутствием единства в подходе к выбору единицы работы на складах оптовых предприятий. Нам представляется, что за такую единицу следует принимать объем работы, выраженный в весовых категориях (тонны). Получение информации, необходимой для расчета этого показателя, не представляет особых трудностей, так как каждое оптовое предприятие имеет грузооборот по приему и отгрузке товаров не только в суммарном, но и натуральном выражении. Но здесь необходимо учитывать технологию обработки грузов — количество его перевалок в процессе обработки.

Примерная схема технологического процесса представлена на рис. I. Анализ приведенной схемы позволяет увидеть, что товар (груз) подвергается в процессе технологической обработки неоднократным перевалкам, которые соответственно увеличивают объем внутреннего грузооборота. В данном случае, чтобы получить общий объем погрузочно-разгрузочных работ, грузооборот склада по приемке товара следует увеличить в 7 раз. Этот показатель (назовем его — валовой объем работ — P_B в тоннах) и будет знаменателем дроби при расчете уровня механизации погрузочно-разгрузочных работ. В числителе отразится объем погрузочно-разгрузочных работ, выполненных с помощью механизмов (P_M), тогда уровень механизации погрузочно-разгрузочных работ ($Y_{мех}$) составит:

$$Y_{мех} = \frac{P_M}{P_B} \quad (5)$$

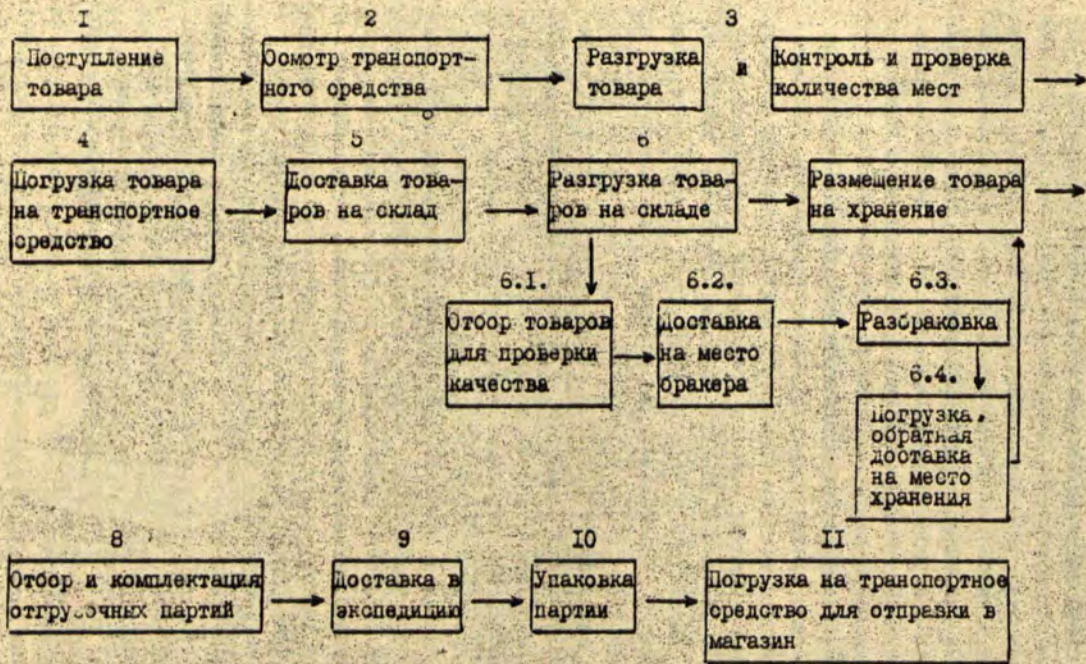


Рис. 1. Примерная схема технологического процесса обработки грузов на оптовом предприятии

Определив таким образом уровень механизации работ до и после технического перевооружения ($Y_{\text{мех}}; Y'_{\text{мех}}$), получим степень изменения его по формуле:

$$\Delta Y_{\text{мех}} = Y'_{\text{мех}} - Y_{\text{мех}} \quad (6)$$

Уровень тяжелого физического труда ($Y_{\text{ТТ}}$) определяется как отношение объема работ, выполняемого вручную, относящихся к классу тяжелых физических работ ($P_{\text{ТТ}}$), к общему объему работ, выполняемых вручную ($P_{\text{РГ}}$), по формуле:

$$Y_{\text{ТТ}} = \frac{P_{\text{ТТ}}}{P_{\text{РГ}}} \quad (7)$$

Объем работ, выполняемых вручную, определяется как разность между валовым объемом работ по переработке грузов и объемом работ, выполняемых с помощью механизмов:

$$P_{\text{РГ}} = P_{\text{В}} - P_{\text{М}}, \quad (8)$$

тогда формула (7) примет вид:

$$Y_{\text{ТТ}} = \frac{P_{\text{ТТ}}}{P_{\text{В}} - P_{\text{М}}} \quad (9)$$

Степень ликвидации тяжелого физического труда ($\Delta Y_{\text{ТТ}}$) определяется как разница между уровнем тяжелого физического труда до ($Y_{\text{ТТ}}$) и после ($Y'_{\text{ТТ}}$) технического перевооружения:

$$\Delta Y_{\text{ТТ}} = Y'_{\text{ТТ}} - Y_{\text{ТТ}} \quad (10)$$

Причем техническое перевооружение можно считать эффективным, если $\Delta Y_{\text{ТТ}}$ будет отрицательна.

Предлагаемый набор показателей позволяет перейти к расчету экономической эффективности технического перевооружения путем отнесения полученных величин, которые могут быть выражены коэффициентом или процентом, к объему капитальных вложений на техническое перевооружение в целом по предприятию или по соответствующим видам оборудования. В этом случае мы получим удельные затраты капитальных вложений на увеличение уровня технического оснащения оптового предприятия, уровня механизации работ, уровня морального, физического обновления оборудования и снижение уровня тяжелого физического труда на $I\%$.

экономическое содержание этих показателей заключается в том, что они позволяют измерить стоимость одного процента прироста уровня механизации, автоматизации, технического оснащения оптового предприятия и т.д. Эти показатели могут использоваться для формирования нормативной базы в оптовой торговле в целом и по отдельным республиканским оптовым объединениям. В свою очередь, нормативы по каждому показателю можно использовать при планировании эффективности технического перевооружения. Например, при заданных капитальных вложениях и нормативной стоимости прироста одного процента уровня механизации определить, как должен возрасти этот уровень. Аналогично могут быть определены и потребные затраты капитальных вложений по каждому направлению технического перевооружения. Например, снижение уровня физического труда на один процент по отрасли требует капитальных вложений 100 рублей. Значит, чтобы понизить его на $x\%$, необходимо $100x$ рублей. Сложив полученные подобным образом затраты по различным направлениям технического перевооружения, получим нормативную сумму капитальных вложений на техническое перевооружение в целом по предприятию, республиканскому оптовому объединению на стадии планирования.

Фактические затраты на стадии освоения могут быть сопоставлены с нормативными (плановыми). По результатам сопоставления можно оценить эффективность организации работ по техническому перевооружению на предприятии.

Таким образом, предлагаемые показатели могут применяться как на стадиях планирования, так и на стадиях освоения, эксплуатации капитальных вложений на техническое перевооружение.

Приложение I

СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ
для оценки технико-экономического уровня предприятия

№ п/п	Наименование показателя	Единицы измерения	Расчетная формула	Исходные данные	Источник информации
1	2	3	4	5	6
1.	Фондовооруженность (Φ_0)	$\frac{\text{т.р.}}{\text{человек}}$	$\Phi_0 = \frac{C_{\text{оф}}}{\gamma}$	Стоимость основных фондов ($C_{\text{оф}}$) Численность рабочих (γ)	Баланс 5т. 72-к
2.	Вооруженность активной частью фондов (Φ_a)	$\frac{\text{т.р.}}{\text{человек}}$	$\Phi_a = \frac{C_{\text{аф}}}{\gamma}$	Стоимость активной части фондов ($C_{\text{аф}}$)	2-кв, 2I-кв 5т. 72-к
3.	Уровень технической оснащенности (Y_0)	$\frac{\text{кол-во машин}}{\text{проценты}}$	$Y_0 = \frac{\sum_{i=1}^n O_{\text{фи}}}{\sum_{i=1}^n O_{\text{нi}}} \times 100$	Фактическое наличие оборудования, техники, технических устройств для i-го процесса ($O_{\text{фи}}$); Нормативное кол-во оборудования, техники, технических устройств для i-го процесса ($O_{\text{нi}}$);	Паспорт предприятия

1	2	3	4	5	6
4. Уровень обновления оборудования					
4.1. физического ($Y_{фo}$)	$\frac{\text{кол-во машин}}{\text{проценты}}$	$Y_{фo} = \frac{\sum_{i=1}^n X_{ni}}{X_{oi}} \times 100$		Кол-во единиц, заменяемых физически новым оборудованием, механизмами i -го вида (X_{ni}); Общее кол-во единиц оборудования вида, имеющегося на предприятиях (X_{oi});	
4.2. морального (Y_{mo})	$\frac{\text{кол-во машин}}{\text{проценты}}$	$Y_{mo} = \frac{\sum_{i=1}^n X_{ni}}{X_o} \times 100$		Кол-во единиц оборудования, соответствующего новейшим мировым (отечественным) стандартам i -го вида оборудования (X_{ni})	Паспорт предприятия
5. Уровень механизации работ ($Y_{мex}$)	$\frac{\text{тонн/тонн}}{\text{проценты}}$	$Y_{мex} = \frac{P_m}{P_o} \times 100$		Объем работ, выполняемых с помощью механизмов (P_m); валовой объем работ (P_o)	Транспортные документы на поставку и погрузку товара
6. Уровень ручного труда ($Y_{рт}$)	проценты	$Y_{рт} = 100 - Y_{мex}$			Показатель "5"

Продолжение приложение I

1	2	3	4	5	6
7. Занятость работников ручным трудом (C_p)	<u>Человек</u> <u>проценты</u>	$C_p = \frac{\sum_{i=1}^n v_{pi}}{v_i} \times 100$	Численность работников, занятых ручным трудом на i-том участке (v_{pi}); Общая численность работников на i-том участке (v_i);	Паспорт торгового предприятия 72к.	
8. Уровень тяжелых физических работ ($Y_{\text{тт}}$)	<u>тонн/тонн</u> <u>проценты</u>	$Y_{\text{тт}} = \frac{P_{\text{тт}}}{P_{\text{от}}} \times 100$	Объем тяжелых физических работ, выполняемых вручную ($P_{\text{тт}}$); Общий объем работ, выполняемых вручную ($P_{\text{от}}$)	Паспорт предприятия	
9. Занятость работников тяжелым физическим трудом ($C_{\text{физ}}$)	<u>человек</u> <u>проценты</u>	$C_{\text{физ}} = \frac{\sum_{i=1}^n v_{\text{физ}i}}{\sum_{i=1}^n v_i} \times 100$	Численность работников, занятых тяжелым физическим трудом на i-том участке ($v_{\text{физ}i}$)	Паспорт предприятия 72к, 5т	

В. Чиговска

О НЕКОТОРЫХ ВОПРОСАХ ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ В СЛОВАЦКОЙ СОЦИАЛИСТИЧЕСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Организация внутренней торговли, как отрасли народного хозяйства, является сложной и трудной задачей. В особенности в условиях строительства развитого социалистического общества, которое связано с динамическим развитием жизненного уровня трудящихся. Рост личного потребления предъявляет повышенные требования к организации торговли и ее материально-технической базы.

Организация всякой системы выдвигает определенные требования. Кроме обычных требований, которые организация торговых систем обязана соблюдать, существуют еще и такие, являющиеся отражением места и функции торговли в повышении ее эффективности. К ним относятся :

- рациональный оборот товаров;
- образование экономически мощных торговых организаций, которые способны обеспечить интенсивное развитие отрасли;
- создание необходимых условий для строительства торговли мощностей;
- создание мощных торгово-политических позиций по отношению к поставщикам;
- использование разделения труда и специализации;
- высокая степень хозяйственности в торговой деятельности;
- глубокое и качественное управление и реакция на изменения на рынке.

Организация социалистической торговли, таким образом, становится одним из важнейших орудий и предпосылок в выполнении задач, стоящих перед ней.

В чехословацкой внутренней торговле исторически сформировались предприятия, которые стали основой специализации государственной торговли: продовольственный и продуктовый магазины, овощной магазин, магазин тканей, магазин одежды, обувной магазин, хозяйственный магазин,

магазин тысячи мелочей, парфюмерный магазин, мебельный магазин, ювелирный магазин, часовой магазин, антикварный магазин, магазин автомашин и запасных частей, магазин топлива и строительных материалов, книжный магазин, магазин медицинских и гигиенических принадлежностей.

Во внутренней организационной структуре наблюдается две противоположные тенденции. В оптовой торговле постепенно упрощается многоступенчатость, в розничной торговле начинают находить свое применение элементы децентрализованного управления. С увеличением количества магазинов и значительной специализацией их деятельности появились проблемы управления.

Исследования, проведенные Научно-исследовательским институтом торговли вместе с руководящими хозяйственными работниками всех уровней управления, вскрыли обстоятельства, которые вызвали необходимость в новой концепции управления. Оказалось, что управление внутри предприятия в государственной торговле не соответствует нынешней степени разветвления, особенно в связи с изменениями, которые происходят в модернизации материально-технической базы и в требованиях, предъявляемых к современному способу удовлетворения потребительского спроса. Эти изменения потребовали также качественно более высокий уровень управления.

В существующей практике преобладает прямое управление торговой деятельностью, которое осуществляется линейным отделом дирекции предприятия. Линейным отделом, которому в большинстве случаев подчинены магазины, обычно является отдел инспекторов магазинов, заведующий которого подчиняется директору предприятия.

Анализ отношений между дирекцией предприятия и исполнительным органом в торговом предприятии показал, что не решен до конца вопрос об управлении и ответственности за конкретную торговую деятельность. На практике это означает, что в прямое управление торговой деятельностью вмешивается ряд специальных отделов дирекции. Также не решен вопрос, касающийся базового хозяйства и хозрасчета внутри предприятия.

Разграничение хозяйственных баз торговыми предприятиями на практике в большинстве случаев было только формальное и не соответствовало их организационному построению. Термин "база" в настоящее время употребляется, во-первых, для обозначения организационной единицы (ремонтная база, оформительская база, базы розничной и оптовой торговли и т.п.), во-вторых, как вспомогательное название для расчета затрат и доходов (расчетная база, база расходов и т.п.).

Несмотря на то, что в предыдущие годы, кроме прямого управления магазинами (через инспекторов), был введен метод управления ими посредством базового магазина и при помощи основной базы, не были решены проблемы управления внутри предприятия. Именно поэтому подыскивались другие, более действенные формы управления магазином, которые дали бы возможность реализовать оперативное управление прямо на производстве. В результате возникла форма "базовая торговая деятельность в торговле".

Основой для образования хозяйственных баз в розничной торговой деятельности являются магазины с большой площадью и универмаги, играющие существенную роль в реализации розничного товарооборота. Перестройка и развитие розничной торговой сети в будущем будут направлены на ее дальнейшее увеличение. Одновременно происходит процесс сокращения количества мелких и малоэффективных магазинов. Тем самым создаются предпосылки для дальнейшего комплексного развития управления розничной торговой деятельностью через форму хозяйственных баз. Эти базы будут созданы в соответствии с характером торговой сети, местными условиями и нуждами;

- из магазинов с большой площадью и магазинов, в которых решающую роль играет товарооборот;
- объединением магазинов с большой площадью, универмагов и универсальных с мелкими лавками;
- объединением близко расположенных магазинов (как правило, в больших городах, где незначительное расстояние между магазинами);

- объединением магазинов в более крупном районе, особенно в сельской местности.

Существуют попытки применить подобную организацию управления в оптовой торговой деятельности и на транспорте, в деятельности внутри магазинов и в процессе подготовки специалистов.

Хозяйственные базы в оптовой торговле и на транспорте создаются в зависимости от характера оптовой торговли, территориального размещения опта и автопарка таким образом, чтобы на предприятии иметь одну базу. Обе эти составные части могут стать основой для образования самостоятельных баз.

Для того чтобы предлагаемое организационное упорядочение действовало, основным условием является установление целесообразного разделения труда между отделами с определенными полномочиями заведующего и его ответственностью за результаты деятельности. Чтобы предприятие работало целенаправленно, необходимо также точно определить меру полномочий и ответственности заведующих отделами внутри предприятия и последовательно соблюдать принцип единой ответственности за деятельность доверенного отдела и единого руководителя. Кроме того, необходимо по-новому определить и принципы экономической деятельности, и к этой системе приспособить методы управления, прежде всего методы планирования. Посредством плана база главного управления определяет задачи, которые необходимо решать для выполнения торгово-политических, экономических и социальных функций. Управление базами с помощью планирования выгодно и потому, что здесь можно применить средства, которые в новом понимании должны вести к укреплению мотивации экономических функций и которые дадут возможность оценить уровень управления базами и стимулировать их заведующих за выполнение поставленных задач.

Предлагаемая система представляет собой новую концепцию решения, которая предполагает учет условий отдель-

ных торговых отраслей с точки зрения предметных и специфических сторон их организации и руководства. Предлагаемую модель можно применять с различными модификациями и в условиях разных форм организации как в рамках главного управления торгом, так и всего ведомства.

И.А.Медне

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Повышение народного благосостояния является важнейшим программным требованием партии. Одним из условий успешного решения социально-экономических задач является дальнейшее развитие общественного питания, способствующего укреплению здоровья советских людей, повышению производительности труда, экономному использованию продовольственных и топливно-энергетических ресурсов, сокращению времени на приготовление пищи в домашних условиях, созданию больших возможностей для культурного проведения досуга, увеличению свободного времени.

Задачи развития и совершенствования общественного питания в 1986-2000 годах определены Основными направлениями экономического и социального развития СССР и Комплексной программой развития производства товаров народного потребления и сферы услуг. На 1986-1990 годы запланирован прирост сети в размере 4,7 млн. мест, что в 1,5 раза больше прироста, достигнутого в XI пятилетке. Однако, несмотря на такой высокий темп прироста, обеспеченность населения нашей страны местами в предприятиях общественного питания остается низкой, особенно в сети общедоступных предприятий.

В таких условиях немаловажное значение имеет выявление возможностей повышения эффективности использования существующей сети предприятий общественного питания.

В советской экономической литературе основным показателем эффективности использования сети предприятий общественного питания признан товарооборот на одно место. Однако в условиях значительного дефицита мест в предприятиях общественного питания этот показатель не может отражать объективную картину эффективности использования сети. Только на определенном этапе, при условии полного насыщения предприятиями общественного питания, показатель товарооборота на одно место будет характеризовать степень эффективности использования сети. Несмотря на это, показатель товарооборота на одно место в предприятиях общественного питания остается главным при анализе эффективности использования сети предприятий общественного питания.

Динамика этого показателя как в целом по сети общественного питания страны, так и по нашей республике и отдельным торговым системам имеет закономерный характер. Однако, этот характер не одинаков для страны в целом и Латвийской ССР в отдельности. Если в целом по СССР показатель товарооборота на одно место в предприятиях общественного питания за последние двадцать лет имеет тенденцию к снижению, то в Латвийской ССР наблюдается обратная тенденция, т.е. этот показатель постепенно увеличивается, что показывают данные таблицы I.

Тенденция снижения товарооборота на одно место в предприятиях общественного питания проявляется при условии, что темпы роста числа мест превышают темпы увеличения товарооборота, и наоборот, увеличение товарооборота на одно место наблюдается при опережающих темпах роста товарооборота общественного питания. В период развития материально-технической базы общественного питания, роста сети предприятий общественного питания процесс снижения товарооборота на одно место вполне закономерен. Обратная тенденция свидетельствует о недостаточно высоких темпах развития сети предприятий общественного питания.

Таблица I

Динамика развития товарооборота предприятий общественного питания в расчете на одно место в среднем по СССР, Латвийской ССР и городам республиканского подчинения Латвийской ССР за 1965 - 1985 гг.

тыс. руб.

Страна, республика, города	1965	1970	1975	1980	1985	1985 г. в % к 1965 г.
СССР	1,47	1,50	1,43	1,40	1,37	93,4
Латвийская ССР	1,00	1,24	1,33	1,47	1,56	156,0
Рига	1,32	1,52	1,62	1,82	1,81	137,1
Даугавпилс	1,13	1,34	1,31	1,44	1,57	131,9
Диепая	1,54	2,07	2,15	2,00	2,00	129,9
Елгава	1,39	1,56	1,55	1,60	1,83	131,7
Юрмала	1,79	2,10	2,20	2,42	2,56	143,0
Вентопись	1,38	1,71	1,72	2,20	2,23	161,6
Резекне	1,21	1,56	1,82	1,82	2,09	172,7

При полном обеспечении населения местами в предприятиях общественного питания товарооборот на одно место в перспективе будет увеличиваться. Это будет определяться в значительной степени тем обстоятельством, что возрастет краткость пользования услугами предприятий общественного питания в течение дня, увеличится доля населения, пользующегося услугами сети общественного питания.

Как уже отмечалось, в настоящее время уровень обеспеченности населения местами в предприятиях общественного питания, особенно в общедоступной сети, крайне низкий. В отдельных крупных городах, в т.ч. и нашей республики, он колеблется в границах от 45 до 75 %.

При таких условиях увеличение эффективности использования существующей сети предприятий общественного питания является единственным путем увеличения охвата насе-

ления услугами общественного питания.

Эффективность использования общедоступной сети предприятий общественного питания во многом определяется их размещением. Анализ эффективности использования сети общедоступных предприятий г.Риги показал, что наибольший товарооборот в расчете на одно место по всем типам предприятий наблюдается в общегородском центре. Различия в товарообороте на одно место в общегородском центре и периферийных районах г.Риги составляет около 40 %. По отдельным типам предприятия это различие еще больше. Такое положение объясняется большим числом потенциальных потребителей, находящихся в дневное время в центре города и соответствующим отсутствием их в других районах города. Из этого следует, что, пока обеспеченность населения сетью предприятий общественного питания не достигнет определенного уровня (85 -90 %), преимущество в размещении вновь сооружаемых объектов общественного питания необходимо отдавать центру города. В то же время на периферийные предприятия общественного питания для их эффективного использования следует направлять организованные контингенты потребителей - туристические группы, участников различных совещаний, конференций и т.п., не занимая их обслуживанием и так перегруженные кафе, столовые и рестораны в городском центре.

Не менее важным фактором, определяющим эффективность использования сети предприятий общественного питания, является определение оптимальной типовой структуры сети в каждом населенном пункте и городе. Это подтверждает анализ эффективности использования различных типов предприятий общественного питания в городах латвийской ССР. Результаты этого анализа показали, что необоснованный подбор предприятий может привести к диспропорциям в их использовании, т.е. в одно и то же время одни предприятия являются перегруженными, другие - пустуют и становятся убыточными.

Одно из важных направлений в повышении эффективности использования сети предприятий общественного питания — это специализация и создание на основе специализированных предприятий общественного питания предприятий быстрого обслуживания. Преимущество таких предприятий — более высокая оборачиваемость мест (20–22 раза и более в день), затраты времени посетителей значительно ниже, имеются большие возможности для внедрения прогрессивных форм обслуживания, повышения производительности труда и улучшения качества продукции, что особенно важно при переходе общественного питания на новые условия хозяйствования. Специализированные предприятия общественного питания можно размещать в подвалах, полуподвалах старых зданий и других незилых помещениях, не требующих значительных капитальных вложений на переустройство, так как специализированные предприятия, как правило, работают на полуфабрикатах высокой степени готовности, доготовка которых не требует больших производственных площадей. Такой тип предприятий особенно выгоден для таких городов, как Рига, Таллин, Вильнюс, так как эти предприятия можно размещать в кварталах старой застройки, использовать памятники архитектуры.

Многолетний опыт работы предприятий общественного питания за рубежом и трехлетний — в г. Риге дает еще одну возможность более эффективного использования существующей сети общественного питания — это создание летних площадок при кафе и ресторанах. Организация таким образом дополнительных мест и торговых площадей обеспечивает удобства населению, так и дополнительный товарооборот предприятию общественного питания.

Неиспользованным резервом для повышения эффективности производственных мощностей предприятий общественного питания является реализация блюд прямо из столовых, кафе, ресторанов на дом потребителю. Как дополнительную услугу, можно использовать доставку готовых блюд на дом транспортом предприятия, и прием заказов на такие услуги по телефону.

О. Кехрис,
В. Хапенков

К ВОПРОСУ О РАЦИОНАЛЬНОМ РАЗМЕЩЕНИИ МАГАЗИНОВ В КРУПНЕЙШИХ ГОРОДАХ

Основными направлениями экономического и социального развития СССР на 1986-1990 годы и на период до 2000 года поставлены задачи по более полному удовлетворению разносторонних запросов населения в тканях, одежде, обуви, товарах культурно-бытового и хозяйственного назначения, производство которых будет возрастать как по направлению коренного улучшения качества, так и расширения их ассортимента. Это означает, что запасы товаров, основная масса которых представлена в настоящее время в розничной торговле (в торговых залах и на складах магазинов), ежегодно будут увеличиваться. Это, в свою очередь, потребует значительного развития материально-технической базы торговли, более рационального использования имеющихся торговых площадей.

В настоящее время сложившаяся организация розничной торговли непродовольственными товарами в крупнейших городах СССР не способствует интенсификации торговых процессов, а в отдельных случаях даже сдерживает развитие торговой сети. К тому же неоправданное разнообразие типовых торговых предприятий, считавшееся до сих пор достоинством, в целом значительно снижает эффективность управления розничной торговлей. Отсутствие единства в уровнях подчинения магазинов различного профиля оказывает существенное влияние на формирование их товарного ассортимента.

Исходя из этого, определяющими факторами в ускорении и эффективности развития розничной торговой сети являются совершенствование организации розничной торговли и системы ее управления на основе развития рациональных типов торговых предприятий, а также изыскание более перспективных методов управления процессом формирования то-

варного ассортимента в непродовольственных магазинах крупных городов.

Для решения поставленных задач необходимо придерживаться требований: минимизация звеньев управления; повышение концентрации торговой деятельности и, как следствие, централизация управления торговыми предприятиями; выравнивание экономических условий их работы; обеспечение соблюдения научных принципов размещения магазинов и формирование в них товарного ассортимента; повышение уровня торгового обслуживания населения в непродовольственных магазинах.

Минимизацию звеньев управления в крупных городах предусмотрено осуществлять за счет предприятий Минторга СССР с выводом из них сети магазинов орсов, различных министерств и ведомств.

Повышение концентрации торговой деятельности, выравнивание экономических условий работы может быть достигнуто путем укрупнения торговых предприятий. Целесообразным при этом представляется создание торговых объединений и торговых фирм, с подразделением их на объединения комплексных, универсальных и специализированных магазинов.

Необходимость создания предприятий с универсальным ассортиментом товаров, преимущественно за счет универсамов и магазинов комплексного спроса, диктуется централизацией их торгово-оперативных и регулирующих функций. Обуславливается это и более широкими возможностями по удовлетворению комплексного спроса на непродовольственные товары, а также тем, что торговые предприятия с универсальным ассортиментом товаров имеют, как правило, представительный круг поставщиков. В исключительных случаях, связанных с недостаточным развитием материально-технической базы торговли, в состав отмеченных типов предприятий могут быть включены специализированные магазины на правах секций или магазинов-филиалов с ассортиментом, дополняющим ассортимент основного магазина.

Объединения специализированных магазинов должны формировать свою сеть исключительно за счет специализированных и узкоспециализированных магазинов. Это позволит обеспечить: упорядочение в установлении группового ассортимента магазинам; создание условий для лучшего использования торговых площадей небольших по размеру магазинов; углубление видового и внутривидового ассортимента товаров за счет улучшения хозяйственных взаимоотношений с поставщиками.

Таким образом, предлагаемая укрупненная модель совершенствования организации розничной торговли непродовольственными товарами, включающая поэтапное решение таких задач, как определение ассортиментного профиля предприятий торговли с учетом направлений улучшения специализация магазинов; формирование розничной торговой сети на основе признаков общности магазинов является наиболее приемлемой и способной реально приблизить к достиже-

ще одним из важных и необходимых условий повышения уровня торгового обслуживания населения, обеспечения высокой эффективности розничной торговли является рациональное размещение магазинов на территории городов, динамичное развитие последних, в особенности крупнейших, требует соответствующего непрерывного развития торговой сети.

Концентрируя основной экономический, научный и культурный потенциал общества, современные крупные города страны играют большую роль в экономической, политической, общественной жизни всех советских людей. В развитии этих городов - общие черты: все они представляют собой памятники национального зодчества, истории и культуры; являются центрами всесоюзного и международного значения; но есть и характерные особенности, что необходимо учитывать в процессе размещения торговой сети на территории города. Нельзя при этом забывать и о внутренних особенностях

их реконструкции и нового строительства, специфике демографической ситуации (районные вариации демографических показателей, своеобразие воспроизводства, динамика населения).

В связи с существующими еще недостатками в планировании, развитии и размещении магазинов на территории крупных и крупнейших городов (чем обусловлена и крайняя неравномерность обеспеченности населения торговыми площадями) предлагается ряд направлений по оптимизации размещения розничной торговой сети на территории этих городов. Особое внимание при этом уделено научным принципам размещения магазинов в городах - функциональное назначение сети магазинов, равномерное размещение однопрофильных магазинов и др. Так, придерживаясь концепции о распределении торговой сети по продаже непродовольственных товаров на магазины общегородского и местного значения, целесообразным представляется образование в крупных городах промежуточной ступени в торговом обслуживании населения.

При этом зоны торгового обслуживания в их взаимосвязи выглядят следующим образом:

- 1 ступень - микрорайон города;
- 2 ступень - жилой район города;
- 3 ступень - город в целом.

К непродовольственным магазинам городского значения относятся магазины с универсальным и специализированным ассортиментом товаров. Норматив торговой площади (100 кв.м на 1000 жителей) магазинов городского значения предусматривает, например, для городов с численностью населения 50-100 тысяч человек долю торговой площади магазинов с универсальным ассортиментом товаров 50-60 %, т.е. в среднем 55 кв.м.

Учитывая, что численность жилых районов крупных и крупнейших городов примерно равна численности приведенных в примере городов, напрашивается вывод о необходимости создания сети магазинов с универсальным ассортиментом в жилых районах этих городов.

Принимая во внимание рассчитанные с учетом рекомендации по трехступенчатому размещению торговой сети - пропорции в распределении торговых площадей между магазинами различных функциональных групп, дальнейшее повышение уровня концентрации продажи товаров должно вестись в направлении расширения торговых площадей магазинов с универсальным ассортиментом товаров и комплексного спроса. При этом, если развитие комплексных магазинов возможно как за счет нового строительства, так и за счет переспециализации неспециализированных магазинов, имеющих соответствующие торговые площади и групповой ассортимент товаров, то развитие магазинов с универсальным ассортиментом товаров возможно за счет ввода в строй универмагов и Домов торговли. Это позволит повысить концентрацию продажи непродовольственных товаров сложного ассортимента и улучшить специализацию сети магазинов.

К. Виестова

МОДЕЛЬ РАЗМЕЩЕНИЯ ТОРГОВОЙ СЕТИ В ЦЕНТРЕ БРАТИСЛАВЫ

В начале 80-х годов ученые Братиславской высшей экономической школы при участии специалистов из Научно-исследовательского института торговли г. Праги провели анализ и разработали предложения по организации розничной торговой сети в отдельных районах столицы Словацкой Социалистической Республики г. Братислава. Наибольший интерес при этом составил городской центр - "Братислава-I".

"Братислава-I" по площади и численности постоянно проживающего населения наименьшим среди других районов города, а с политической-правовой, исторической и общественной точки зрения его значение огромное. Здесь сосредоточены не только центральные партийные, государственные и культурные учреждения; он является и торговым цен-

тром общесловацкого значения. Интенсивность использования торговой площади по продовольственным товарам на 25 %, по непродовольственным товарам на 18 % выше, чем по ССР в целом.

Анализ структуры населения показал, что в районе 59,5 тыс. постоянных жителей, из которых 35 % - пенсионного возраста. Высок удельный вес домашних хозяйств одиночек. Это требует специфических торговых условий. Предпосылкой их создания выступает ассортимент товаров по более низким ценам, высокое развитие торговых услуг (доставка товаров на дом, ежедневная доставка отдельных продовольственных товаров и т.п.), приспособление радиуса действия и дислокации отдельных магазинов к требованиям пожилых людей.

В районе около 86 тысяч рабочих мест, и покупки ежедневно - в зависимости от сезона - совершают от 190 до 240 тысяч посетителей (потребителей) извне. Они предъявляют спрос главным образом на товары более высокого качественного уровня. Розничный товароборот района "Братислава-I" достигает 50 % общегородского оборота.

На территории района торговлю развернули 33 различные организации по продаже непродовольственных товаров - не только предприятия Министерства торговли ССР и Словацкого союза потребительских кооперативов, но и магазины, принадлежащие различным выборным и общественным организациям, таким как "Диело", "Красна изба", "Пофис", "Словшпорт" и др.

Особое внимание во время исследований уделялось двенадцати торговым улицам. Нами был проведен анализ состояния и расположения отдельных торговых единиц, определены неиспользованные площади, которые могли бы служить для торговой деятельности.

Большинство торговых улиц центра Братиславы возникло в средневековье, когда на них сосредотачивались производители и торговцы, предлагающие ассортимент какого-либо товаров одного вида или родственных товаров. С точ-

ка зрения торговой обстановки, торговые улицы развивались в идеальных пропорциях, позволяющих пешеходам непрерывно воспринимать обе стороны. Средневековые торговые улицы были предусмотрены, как правило, для пешеходов.

Возрождение торговых улиц в Братиславе в основном произошло в начале семидесятых годов. Одновременно родилась концепция о создании так называемых "пешеходных зон".

Для современной торговой улицы характерна концентрация торговых объектов, предприятий услуг и общественного питания по обеим сторонам улицы, между которыми находится пешеходная зона, многообразность интерьеров и частично экстерьеров, определенный архитектурный стиль, комплексность предложения товаров и услуг, координация работы всех торговых единиц (согласованное время продажи, согласованное время снабжения, координация рекламной деятельности и т.п.), наличие учреждений для отдыха (места, которые предоставили бы покупателям возможность освежиться и отдохнуть после покупок).

Каждая из двенадцати торговых улиц центра города характеризуется отличительной длиной (от 230 до 875 м) и разным количеством торговых единиц. Однако размещение товаров на отдельных торговых предприятиях нельзя считать достаточным для создания надлежащих торговых условий для постоянных жителей, а также приезжающих в район на работу. Поэтому нами предложено такое размещение отдельных магазинов, которое при данных инвестиционных ограничениях позволило бы создать такую дислокацию товаров, которая в известной мере соответствовала бы представлениям о совокупности ассортимента в торговом центре. При реализации этих предложений торговая площадь магазинов, торгующих продовольственными товарами, к 1990 году увеличится на 2400 м², магазинов по торговле одеждой - на 4000 м², другими промышленными товарами - на 1000 м²; площадь магазинов по торговле мебелью сократится на 100 м². Площадь предприятий общественного питания возрастет на 1000 м².

При дальнейшем совершенствовании розничной торговой сети г.Братиславы необходимо руководствоваться следующим.

1. Высшей ступенью торговой обеспеченности являются городские торговые центры с высокоспециализированными магазинами товаров повседневного спроса и особого качества. При распределении торговых площадей магазинов по соответствующим видам товаров не следует руководствоваться товарооборотом на 1 м² торговой площади, а средними расходами населения на покупку этих товаров.

Тенденции к повышению интенсивности использования торговой площади и требования к повышению показателя обеспеченности населения торговой площадью (определяет культуру торгового обслуживания), противоречат друг другу. Примером этому могут служить вновь созданные магазины по торговле товарами редкого спроса и изделиями люксового класса (неудачное размещение магазинов "Богемия", "Люкс-одежда" и др.).

2. Ассортиментно-хозяйственная типизация магазинов, специализация торговых организаций и размещение магазинов не может быть предлогом для унифицирования интерьеров и экстерьеров магазинов. Примером, как при соблюдении всех условий типизации можно создать своеобразные интерьеры и экстерьеры, являются магазины торгового предприятия по торговле товарами домашнего обихода "Урал".

3. Необходимо также исследовать влияние городского центра на жилые массивы в отношении развития розничного товарооборота и структуры торговой сети последних. В 1975 году в Братиславе проживало 341 тыс. жителей, из них 175 тыс. - в 13 жилых массивах. В 1985 году общее количество населения достигло 400 тыс., из них в жилых массивах - около 60 %. Так, в районе "Братислава-II" в жилых массивах сосредоточены 66 % жителей, "Братислава-III" - 45 %, "Братислава-IV" - 86 %. Район "Братислава-I" жилых массивов не имеет.

Жилые массивы не одинаковы по своему размещению, количеству и структуре населения. В то же время ко всем применяют одинаковые стандарты, строят типовые торговые

объекты. Не учитывается возрастная структура населения и ее развитие, социально-профессиональный состав. А миграция меняет характер потребления, предъявляет новые требования к торговой деятельности и организации розничной торговли.

Значение центральной части города как торгового центра, с точки зрения населения, проживающего в жилых массивах, меняется. Об этом свидетельствует снижение розничного товарооборота в магазинах центра. Следовательно, актуализируется вопрос: какую роль центр должен занять в торговле города, каким типам торговых объектов следует отдать приоритет при реновации исторического центра, какими группами товаров здесь торговать, какие формы продажи развернуть.

Впредь этой концепции, которая по своему характеру является теорией торговой урбанизации, необходимо уделять больше внимания.

Н.Я.Бризгалова

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ КОЛХОЗНОЙ ТОРГОВЛИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Одной из первоочередных задач, поставленных на XXVII съезде КПСС, является полное обеспечение страны продовольствием. На это направлена современная аграрная политика партии, сформулированная в решениях майского (1982 года) Пленума ЦК КПСС в Продовольственной программе СССР.

Для выполнения этой задачи в последние годы проделана немалая работа по укреплению материально-технической базы сельского хозяйства и других отраслей агропромышленного комплекса. Укрепляла экономика колхозов и совхозов, межхозяйственных и перерабатывающих предприятий, повысилась продуктивность земледелия и животноводства.

Планом экономического и социального развития страны на 1986-1990 годы в соответствии с Продовольственной программой намечается ускорить темпы роста сельскохозяйственного производства, обеспечить значительную прибавку душевого потребления мяса, молока, овощей и фруктов. Добиться этого возможно путем последовательной интенсификации сельского хозяйства и других отраслей агропромышленного комплекса. Комплексная программа увязывает воедино сельское хозяйство и обслуживающие его отрасли промышленности, транспорта, торговли в интересах их общей конечной цели - ускоренного роста производства высококачественных продуктов питания и доведение их до потребителя.

Торговля - конечное звено в экономической и технологической цепи движения продуктов питания в сферу потребления. Обеспечивая качественную без потерь реализацию продуктов питания, она тем самым способствует достижению высоких результатов всего агропромышленного (продовольственного) комплекса.

При всех трудностях с удовлетворением растущего спроса населения на продукты питания в нашей стране душевое потребление мяса и мясопродуктов за три последние пятилетки возросло на 41 %, молока и молочных продуктов - 25 %, яиц - почти в два раза, овощей - 85 %. В настоящее время доля продовольственных товаров в общем объеме товарооборота в СССР составляет более 50 %. Примерно на 500 рублей в год торговля продает продовольственных товаров на душу населения.¹

Все это дает представление о масштабах деятельности современной торговли, от функционирования которой во многом зависит успешное развитие всего народного хозяйства. Важная роль в осуществлении поставленных задач принадлежит торговле во всех ее формах и разновидностях. На-

¹ Набрекова Е.В. Продовольственная программа СССР и торговля. Эксперсс-информация, 1986. - Вып.2. - С.12.

меченная партией социально-экономическая программа развития экономики предполагает возрастание роли колхозной торговли.

Роль государственной, кооперативной и колхозной торговли в определенной мере может быть охарактеризована долей каждой ее формы в общем объеме розничного товарооборота.

Таблица I.

Доля государственной, кооперативной и колхозной торговли в общем объеме розничного товарооборота
(в фактических ценах государственной и колхозной торговли) ^I

в % к итогу

Формы торговли	Г о д ы					
	1940	1965	1970	1980	1985	1986
Государственная	62,7	68,1	68,6	69,8	70,3	71,0
Кооперативная	23,0	28,6	28,8	27,5	27,1	26,4
Колхозная	14,3	3,3	2,6	2,7	2,6	2,6
Весь розничный товарооборот	100	100	100	100	100	100

Колхозная торговля в сравнении с другими формами советской торговли занимает весьма небольшой удельный вес в общем объеме розничного товарооборота. Однако народнохозяйственное значение колхозной торговли оценивается не только этими цифрами. Она играет важную роль в развитии социалистической экономики, в решении ряда социально-экономических проблем развитого социалистического общества. В частности, колхозная торговля способствует более полному удовлетворению потребностей населения в продуктах питания; развитию сельскохозяйственного производства; укреплению экономики колхозов и совхозов, раз-

^I Народное хозяйство за 70 лет. - М.: Финансы и статистика, 1987. - С.450.

витию личных подсобных хозяйств граждан; расширению и укреплению связей между городом и деревней; сокращению потерь сельскохозяйственных продуктов; развитию государственной и кооперативной торговли.

Особенно важную роль играет колхозная торговля в достижении основной цели социализма — наиболее полного удовлетворения постоянно растущих потребностей членов развитого социалистического общества. Обеспечивая население высококачественными продуктами питания, колхозная торговля выступает в качестве одного из важных источников удовлетворения потребностей в этих продуктах.

Партия и правительство на всех этапах социалистического строительства указывали на необходимость совершенствования колхозной торговли.

Так, в феврале 1987 года принято Постановление "О мерах по улучшению работы колхозных рынков". Постановлением вменялось Советам министров союзных и автономных республик, исполнительным комитетам краевых и областных Советов народных депутатов, Центросоюзу, Госагропрому СССР и Министерству торговли СССР в своей практической деятельности обратить особое внимание на существенное улучшение снабжения населения в первую очередь продуктами питания через систему колхозных рынков. Осуществить в 1987-1990 годах мероприятия по коренному улучшению работы колхозных рынков; увеличить привоз сельскохозяйственной продукции, оказать необходимую помощь колхозам, совхозам в доставке и реализации сельскохозяйственной продукции.

Предусматривается также обеспечить создание и развитие сети фирменных магазинов колхозов, совхозов и других сельскохозяйственных предприятий. Развивать материально-техническую базу колхозных рынков. Обеспечить широкую продажу на колхозных рынках промышленных товаров, улучшить встречную торговлю.

Одной из главных задач по дальнейшему развитию колхозной торговли является укрепление ее материально-технической базы. Основным элементом материально-технической базы колхозной торговли является колхозный рынок. Рынки бывают крытые, павильонного типа и открытые. На конец 1986 года в СССР насчитывалось 6092 колхозных рынка на 1457 тысяч торговых мест и только 463 рынка, или 7,6 %, приходится на крытые рынки. Нельзя не отметить низкий уровень технической оснащенности рынков: только около 72 % всех рынков оборудованы электроосвещением, более половины не имеют водопровода. Менее 30 % колхозных рынков обеспечены складскими помещениями и менее десятой части - складскими холодильниками с машинным охлаждением. Из 100 рынков на 7 имеются гостиницы или Дома колхозников, только на одном из трех рынков - предприятия общественного питания.^I

В то же время капитальные вложения, выделяемые на их строительство и благоустройство, используются не полностью, а это является необходимым условием успешного развития материально-технической базы колхозной торговли. Сегодня возникает проблема рационального размещения колхозных рынков. Речь идет о возможности их размещения в жилых районах и микрорайонах, приближая их сеть к месту жительства. Очевидно это будет способствовать улучшению обслуживания потребителей, увеличит число желающих пользоваться услугами колхозной торговли, что, в свою очередь, будет стимулировать ее дальнейшее развитие.

Для решения данной проблемы требуется разработка проектов небольших рынков, которые можно возводить быстро и экономично, используя при этом сборно-разборные конструкции.

^I Народное хозяйство СССР за 70 лет. - М.: Финансы и статистика, 1987. - С.484.

Однако увеличение числа колхозных рынков, их строительство, реконструкция еще не решают проблемы успешного развития колхозной торговли. На данном этапе экономического развития страны стоит задача - добиться не только полной реализации плановых рыночных фондов, но и изыскивать и вовлекать в товарооборот дополнительные ресурсы для производства нужных населению товаров.

В.И. Ленин указывал, что "...успех предстоящей практической работы будет в большей степени зависеть ... от умения собрать распыленные товарные ценности и вызвать к жизни новые".¹

Увеличение привоза сельскохозяйственных продуктов на колхозные рынки является одной из основных задач. Здесь необходимо внимательно изучить товарность сельского хозяйства в прилегающих районах, как в совхозах и колхозах, так и в личных подсобных хозяйствах граждан. Дальнейшее развитие колхозной торговли неминуемо без совершенствования взаимосвязей ее с общественным и личным подсобным хозяйствами.

Основным направлением в этой работе должна стать система договорных отношений, когда производители сельскохозяйственной продукции обязуются поставить на колхозный рынок излишки своей продукции, а колхозный рынок, в свою очередь, предоставить им без очереди место, торговый инвентарь, спецдежду или оказать помощь в ее реализации через бюро торговых услуг. Также необходимо осуществлять постоянную связь работников рынка с общественными хозяйствами и с частными производителями сельскохозяйственной продукции. Это бы способствовало организации стабильного, планомерного привоза сельскохозяйственной продукции на рынки. Однако эта деятельность носит в своем большинстве формальный характер. Причиной формального отношения к заключенным договорам является то, что в них не обусловлена материальная ответственность сторон за выполнение договора.

¹ Ленин В.И. Полн. собр. соч. - Т. 44. - С. 70.

До 1986 года доля колхозов и совхозов в общем объеме оборота городских рынков составляла менее 1 % и около 2 % - в продаже продуктов растениеводства.

Однако в соответствии с Постановлением ЦК КПСС и Совета Министров СССР от 20 марта 1986 года № 358 "О дальнейшем совершенствовании экономического механизма хозяйствования в агропромышленном комплексе страны" в 1986 году по сравнению с 1985 годом реализация продуктов растениеводства колхозами и совхозами увеличилась в 3,7 раза, доля их в общей реализации этой продукции на рынках составила 6,4 %.¹

Этим же постановлением разрешено колхозам и совхозам реализовывать до 30 % планового объема закупок картофеля, овощей, бахчевых культур, плодов и ягод, а также сверхплановую продукцию организациям потребительской кооперации и на колхозных рынках. Многие колхозы и совхозы ведут торговлю плодоовощной продукцией на колхозных рынках, однако процент реализуемой ими продукции еще невелик: в 1986 году по нашей стране он составил около 2 % всей произведенной продукции в этих хозяйствах.²

Хотя колхозы и совхозы имеют право реализовывать до 30 % плановой продукции, воспользоваться этим правом они могут не всегда. Причин много: почти вся произведенная продукция в этих хозяйствах подлежит распределению в плановом порядке; колхозы и совхозы обязаны сбывать продукцию в строго заданных, а не выбранных по своему усмотрению районах. Реализованная продукция в не закреплённом районе в выполнение плана продажи государству не засчитывается. Это сдерживает колхозы и совхозы в реализации продукции на колхозных рынках и ограничивает поиск новых рынков сбыта. Существующая практи-

¹ Народное хозяйство СССР за 70 лет. - М.: Финансы и статистика, 1987. - С.484.

² Коровяковский А. Колхозный рынок и снабжение населения продовольствием // Вопросы экономики. - № 9. - 1986. - С. III.

ка ведет к перенасыщению продукцией в одних районах и к нехватке ее или отсутствию в других. Все это говорит о необходимости пересмотра планирования сбыта продукции. Видимо, в новых условиях хозяйствования надо предоставить право колхозам и совхозам самостоятельно выбирать рынки сбыта; это положительно скажется и на экономике колхозов и совхозов, позволит равномерно распределить ассортимент реализуемой продукции по территории страны, повисит экономическое воздействие на колхозную торговлю путем межобластного и межреспубликанского обмена, улучшит снабжение населения высококачественными продуктами, особенно в период сезона созревания овощей и фруктов.

Существенную роль в увеличении товарного предложения колхозного рынка должны оказать организуемые работниками колхозных рынков сезонные базары и ярмарки. Это, как правило, обеспечивает выявление дополнительных товарных ресурсов сельскохозяйственной продукции; увеличение завоза на рынки продуктов колхозов и совхозов, снижение рыночных цен, привлечение колхозов и совхозов, владельцев личных подсобных хозяйств из глубинных районов, других краев и областей, широкий выбор товаров, реализуемых государственной и кооперативной торговлей. Практика показала, что в эти дни сельскохозяйственной продукции реализуется в 1,5-2 раза больше, чем в обычные дни, а цены на 10-15 % ниже. Проведение праздничных и сезонных базаров подтверждают их эффективность как одной из форм привлечения ресурсов сельскохозяйственной продукции на рынки городов и промышленных центров. Поэтому в дальнейшем их надо расширять, организуя на них продажу товаров, интересующих как городское, так и сельское население.

Одновременно с проблемой увеличения предложения сельскохозяйственных продуктов на колхозные рынки следует решить проблему сбыта. Этому должно способствовать

бюро торговых услуг. Постановлением Совета Министров РСФСР "О мерах по дальнейшему развитию и улучшению колхозной торговли в РСФСР" предусмотрено создать на каждом рынке бюро торговых услуг, задача которых состоит в том, чтобы принятие у населения или колхозов и совхозов сельскохозяйственные продукты реализовать силами и средствами колхозного рынка по взаимно согласованным ценам. Деньги за сданную продукцию выплачиваются немедленно с удержанием комиссионных.

Основная цель бюро — обеспечить дополнительную прибыль торговли за счет комиссионного сбора и добиться снижения рыночных цен. Продажа товаров через бюро торговых услуг удобна и эффективна. Однако эта прогрессивная форма колхозной торговли большого распространения не получила. В настоящее время лишь небольшое количество рынков имеет бюро торговых услуг, что не удовлетворяет и не может удовлетворить как продавцов, так и покупателей.

В интересах значительного повышения культуры торговли на колхозных рынках и дальнейшего развития колхозной торговли функции бюро торговых услуг необходимо существенно расширить.

Э. П. Лиела

УПРАВЛЕНИЕ ОБОРОТНЫМИ СРЕДСТВАМИ В ГОСУДАРСТВЕННОЙ ТОРГОВЛЕ

Термин "управление оборотными средствами" трактуется шире понятия "организация оборотных средств". Новый термин появился в экономической литературе в последнее время. Кроме того, говорить об управлении оборотными средствами можно лишь в том случае, когда их организация строится с учетом последних достижений науки и техники, на базе применения экономико-математических мето-

дов и быстродействующих счетно-вычислительных машин. Только такой подход обеспечивает в современных условиях дальнейшее улучшение использования оборотных средств.

Оборотные средства составляют значительную часть национального богатства. Так, общий объем их в системе Министерства торговли Латвийской ССР из года в год увеличивается. За период с 1981 по 1987 год оборотные средства возросли на 95 млн. рублей, или на 22,3 %. В последние годы наблюдается тенденция увеличения удельного веса собственных и приравненных к ним средств среди источников формирования оборотных средств. По Министерству в целом собственные и приравненные к ним средства в общей сумме источников увеличились с 32,7 % до 36,7 % (1981-1987 гг.). Хотя доля собственных оборотных средств в товарных запасах намного больше, но говорить о том, что в государственной торговле - полное самофинансирование и самоокупаемость, еще рано. Решить эту проблему можно лишь в том случае, если будет увеличена доля собственных оборотных средств до 80-90 %.

Новый хозяйственный механизм позволит постепенно увеличивать эту долю, так как установленная Минторгом СССР и Госбанком СССР доля участия собственных оборотных средств в покрытии запасов товаров является минимальной. При наличии средств фонда производственного и социального развития хозрасчетные торговые организации и предприятия могут самостоятельно увеличивать нормы собственных оборотных средств сверх установленного долевого участия.

Эффективность управления оборотными средствами во многом зависит от существующей нормативной базы планирования хозяйственно-финансовой деятельности. Только при создании научно обоснованной нормативной базы планирования можно будет нормализовать хозрасчетные отно-

шения в торговле, так как планирование — это начальный момент в эффективном использовании оборотных средств торговых организаций и предприятий.

Практика показала, что до сих пор существующая нормативная база была недостаточной. Во многих случаях нормативы (прочих активов и др.) вообще не разрабатывались на предприятиях, а сообщались им вышестоящими организациями в виде краткого перечня сводных цифр.

В новых условиях хозяйствования торговые организации и предприятия по-настоящему несут должную ответственность за образование источников финансирования оборотных средств, так как прирост или снижение норматива собственных оборотных средств доводятся не вышестоящими организациями, а утверждаются самостоятельно.

Планирование оборотных средств должно обеспечивать постоянное соответствие имеющихся у торговых организаций и предприятий оборотных средств с действительной потребностью в них для выполнения плана товарооборота и бесперебойного снабжения товарами. При этом следует учесть, что потребность в оборотных средствах постоянно изменяется под влиянием различных факторов. Одной из причин является несбалансированность плана розничного товарооборота с его товарным обеспечением, которая

оказывает влияние на снижение товарных запасов. Так, если на I января 1987 года товарные запасы (по себестоимости) по Министерству торговли снизились на 12,7 % по сравнению с соответствующей датой 1986 года, то на I октября 1987 года снижение составляло 16,8 %.

Планирование оборотных средств должно отражать существенные изменения этой потребности в планируемом году. Пока планирование все еще опирается на старую практику, торговые организации и предприятия не в полной мере используют свои права в планировании прироста или снижения собственных оборотных средств. Это объясняется тем, что многие годы торговые организации при-

вышли к опеке вышестоящей организации в составлении финансовых планов.

В настоящее время норматив товарных запасов по Министерству торговли не заполнен, так как фактические товарные запасы снижаются, а норматив почти не изменился. Так, на 1 января 1936 года фактические товарные запасы на 12,7 % не заполняли установленный норматив (по себестоимости).

Для объективной оценки состояния товарных запасов и приведения их в сопоставимый вид с развитием розничного товарооборота представляется целесообразным из общей суммы фактических запасов и их норматива исключать алкогольные напитки. Тем более, что производство и поставка их в розничную торговую сеть будет постоянно снижаться. Практика показывает, что алкогольные напитки в фактической реализации продовольственных товаров занимают одну треть, поэтому эта же доля их предусматривается и в нормативе запасов продовольственных товаров. Однако в фактических запасах продовольственных товаров розничной торговли системы Минторга Латвийской ССР доля запаса алкогольных напитков на 1 января 1933 года составляли лишь 16,3 %, т.е. в 2 раза меньше, чем в товарообороте и нормативе.

Рекомендуемое положение об исключении алкогольных напитков при нормировании товарных запасов, вероятно, необходимо учитывать и при нормировании оборотных средств, поскольку они включают денежные средства, авансированные в товарные запасы.

Эффективность работы торговли в новых условиях хозяйствования могла бы быть выше при решении ряда вопросов. Например, несбалансированность плана товарооборота с товарным обеспечением осложняет определение экономически обоснованных планов товарооборота и экономических нормативов, т.е. при разработке нет полной ясности в объемах и структуре товарных ресурсов. Пока заказы торгов-

ли не станут основой производственной программы промышленности, не будет позитивно решен вопрос о реальном товарном обеспечении плана товарооборота. Легкая промышленность до сих пор допускает изменения рыночных фондов в течение года с переносом с одного квартала на другой, но план товарооборота не изменяется, что, безусловно, осложнило работу торговых предприятий, особенно специализированных. Кроме того, такое обстоятельство нарушает принципы нового хозяйственного механизма, предусматривающего стабильность планов и экономических нормативов не только в течение пятилетки, но и года.

В то же время в новых условиях хозяйствования для органов управления торговлей, оптовых и розничных предприятий особую важность приобретает правильная оценка спроса населения и потребностей рынка в товарах. Те или иные моменты явно действуют на ухудшение финансового положения предприятий.

Важнейшим вопросом является регулирование собственных оборотных средств. Вместе с тем следует подчеркнуть, что корректировка действующих нормативов может дать достаточно точные результаты лишь тогда, когда их исходные данные и величины периодически пересматриваются и тщательно обосновываются. Согласно действующему порядку планирования и нормирования, размеры собственных оборотных средств предприятий ежегодно уточнялись финансовыми данными с изменением плановой потребности.

Наиболее важной частью в этой связи является нормирование оборотных средств. Оно заключается в определении общей потребности в собственных средствах и в расчете норматива собственных оборотных средств. Нормирование следует рассматривать не только с точки зрения необходимого установления правильной суммы средств, но и с точки зрения создания оптимальных условий для всестороннего улучшения работы каждой организации и предприятия. Важно также установить научно обоснованные нормативы.

вы собственных оборотных средств в соответствии с планом товарооборота и товарных ресурсов и в процессе выполнения плана товарооборота эффективно управлять их объемами. В этих целях целесообразно использовать при нормировании оборотных средств и планировании прироста собственных оборотных средств экономико-математические методы с применением ЭВМ, хотя из-за отсутствия требуемой электронно-вычислительной техники сегодня это осуществить еще невозможно.

Вычислительная техника, которая имеется на предприятиях торговли, малоэффективна, устарела (типа "Аскота"), заявки на вычислительную технику предприятий выполняются очень слабо, и поэтому составить какую-то реальную перспективу решения этой проблемы предприятия не в состоянии.

В будущем наиболее эффективно следует использовать экономико-математические методы потому, что норматив товарных запасов в этом случае устанавливается путем имитации на ЭВМ поведения моделей товароснабжения, но это делается сравнительно редко. Применение ЭВМ позволит в короткие сроки ежегодно определять нормы и нормативы оборотных средств в целом и по отдельным магазинам.

Однако с помощью машинной обработки информации нельзя полностью решить задачу совершенствования нормирования оборотных средств. Необходимо применять менее трудоемкие экономико-математические методы, но дающие научно обоснованные результаты, в частности, методы многофакторного регрессионного анализа, прогнозирования, теории управления запасами и др. Их применение до сих пор носит экспериментально-исследовательский характер. Нужна также заинтересованность торговых организаций и предприятий в определении реальных нормативов оборотных средств. Целесообразно, чтобы министерства централизованно разработали пакеты программ для торговых организаций и предприятий по определению нормативов с помощью ЭВМ. Расчеты с помощью ЭВМ оптимальных структур и балансов оборотных

средств торговых организаций и предприятий, использование счетно-перфорационных машин при организации системы контроля за состоянием и использованием оборотных средств были бы шагом вперед в совершенствовании управления оборотными средствами.

Еще один немаловажный вопрос организационного характера. Работники финансовых служб практически отстранены от заключения договоров, получают эти данные о них в последнюю очередь. При этом искажается смысл нормирования, цель которого не только обосновывать нормируемые оборотные средства, но и способствовать оптимизации запасов.

В целях совершенствования планирования финансов в торговых организациях и на предприятиях, обеспечения разработки не только годовых текущих, но и перспективных финансовых планов, очевидно, целесообразно планирование всей торгово-финансовой деятельности сосредоточить в одном месте, создав планово-финансовые отделы. В наиболее крупных торгах, объединениях, учитывая имеющийся положительный опыт, следует создавать самостоятельные финансовые службы - финансовые отделы. Вполне логично, что общая функция контроля за использованием оборотных средств в торговых организациях и предприятиях должна возлагаться на финансовый отдел. Некоторые экономисты в связи с этим предлагают премирование работников названных структурных подразделений производить в зависимости от эффективности использования оборотных средств или за ускорение их оборачиваемости в товарных и денежных средствах, за бережное отношение к таре, малоценным и быстро изнашивающимся предметам и хозяйственным материалам.

Эти и другие мероприятия по совершенствованию планирования, безусловно, окажут воздействие на результаты торгово-финансовой деятельности и на повышение эффективности использования оборотных средств в торговых организациях и предприятиях.

В то же время обобщение опыта работы торговых организаций и предприятий Министерства торговли Латвийской ССР за 1987 год показало, что еще не полностью были задействованы преимущества нового хозяйственного механизма, вовлечены имеющиеся резервы для достижения конечных результатов. Также возникла проблема, которая осложнила нормальную финансово-хозяйственную деятельность и использование собственных оборотных средств торговых организаций и предприятий.

В начале 1987 года при переходе на принципы самофинансирования не был предложен порядок восполнения недостатка собственных оборотных средств, который составил более чем 1,6 млн. рублей в целом по Министерству торговли Латвийской ССР. В течение 9 месяцев торговые организации и предприятия приложили все усилия по изысканию внутренних резервов (фонд производственного и социального развития) для возмещения недостатка собственных оборотных средств, в результате чего недостаток резко сократился: в 3,2 раза по состоянию на 1 октября 1987 года. В более затруднительном финансовом положении оказались розничные торговые организации, так как оптовые торговые организации имели условия возмещения недостатка собственных оборотных средств. Фактически за 1987 год фонд производственного и социального развития в целом по оптовым базам превышал плановый объем, установленный по нормативу в финансовом плане более чем в 59 раз, а в целом по розничным торговым организациям и предприятиям - только в 4,2 раза. При этом торговые организации и предприятия почти не имели возможности направить средства на прирост собственных оборотных средств. В условиях самофинансирования прирост собственных оборотных средств осуществляется за счет фонда производственного и социального развития и увеличения прироста устойчивых пассивов. Часть фонда производственного и социального развития образуется за счет

доходов, остающихся в распоряжении торговых организаций и предприятий в соответствии с установленными нормативами. Практически для образования этого фонда норматив явно недостаточен. Так, соотношение между фондом производственного и социального развития и фондом оплаты труда в среднем по системе Министерства торговли Латвийской ССР составляет соответственно 2,3 % и 97,7%, а по оптовым базам фонд производственного и социального развития в сумме составляет только около 25 тыс.руб. Практически при составлении в начале года сметы указанного фонда нет возможности направить средства на прирост норматива собственных оборотных средств, так как эти средства составляют мизерные суммы. В тоже время наличие собственных оборотных средств по прочим активам по системе Министерства торговли Латвийской ССР из года в год превышало установленный норматив. Так, по состоянию на 1 октября 1987 года сверхнормативные прочие активы составили около 14 млн.рублей, или 68 % к нормативу.

В новых условиях хозяйствования возникла первостепенная задача - рационально использовать фонд производственного и социального развития, т.е. на деле осуществлять предоставленные законом права по использованию этих средств. При самостоятельности в расходовании средств нельзя забывать о праве вышестоящих органов противодействовать монопольным тенденциям отдельных предприятий в их расходовании: должны быть соизмеримы размеры средств, направленных на укрепление финансового положения (например, на прирост собственных оборотных средств, увеличение доли собственных оборотных средств в нормативных товарных запасов и снижение тем самым уплаты процента за кредит банку); укрепление материально-технической базы, аккумулялирование средств на капитальное строительство, расширение технического перевооружения, решение социальных вопросов коллективов.

Л.Я.Билинска

РЕЗЕРВЫ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА В ТОРГОВЛЕ

В новой редакции Программы Коммунистической партии Советского Союза, принятой XXVII съездом, указано: " В каждом объединении, на каждом предприятии, на каждом рабочем месте надо максимально использовать резервы роста производительности труда. Необходимо обеспечить снижение трудоемкости изделий, сокращение потерь рабочего времени, внедрение новейшей техники и технологии, укрепление порядка и дисциплины, совершенствование нормирования, широкое применение прогрессивных форм научной организации труда, рост культуры производства, стабильность трудовых коллективов, развитие изобретательства и рационализации."¹

За годы одиннадцатой пятилетки при увеличении розничного товарооборота в СССР на 18 % соответственно возросла производительность труда в государственной торговле и потребительской кооперации (см. таблицу I).

В торговле еще более высокие задания установлены на 1986-1990 годы и на период до 2000 года. До 2000 года при увеличении розничного товарооборота в 1,8 раза производительность труда работников государственной торговли и потребительской кооперации должна возрасти в 2,3 - 2,5 раза, как и в сфере материального производства.

Эффективность использования труда - понятие системное, охватывающее практически все стороны деятельности торговых работников.

Резервы повышения эффективности использования трудовых ресурсов характеризуют связь "возможность-действительность" и степень полноты использования факторов и

¹ Материалы XXVII съезда КПСС. - М.: Политиздат, 1986. - С. 142

Таблица I

Рост производительности труда
в государственной торговле и потребительской кооперации СССР
за 1970-1985 гг.

Годы	Розничный товарооборот, включая общественное питание, млрд. рублей в сопоставимых ценах		Среднегодовая численность работников розничной торговли и общественного питания, тыс. человек		Товарооборот на одного работника торговли, тыс. рублей		Темпы роста товарооборота на одного работника 1970 г. = 100	
	всего	в т.ч. потребительской кооперации	всего	в т.ч. потребительской кооперации	розничной торговли всего	в т.ч. потребительской кооперации	розничная торговля всего	в т.ч. потребительская кооперация
1970	155,2	45,9	5746	1582	27,0	29,0	100	100
1975	210,4	61,6	6750	1796	31,2	34,3	115,6	118,3
1980	270,5	76,4	7343	1922	36,8	39,8	136,3	137,2
1985	345,0	95,4	7500	2100	46,0	45,4	170,4	156,6

условий, определяющих этот процесс; повышение и целенаправленное выявление и использование резервов с учетом требований социально-экономического развития страны. Необходимость выявления резервов и их использования возникает из противоречий между потребностями и имеющимися ресурсами для их удовлетворения, между фактическим и возможным уровнями использования трудовых ресурсов и факторов повышения их эффективности. Под резервами понимается разность между потенциальными и реальными возможностями.

Конкретным выражением эффективности использования трудовых ресурсов в торговле выступает производительность труда. Производительность труда в оптовой и розничной торговле, заготовках и в общественном питании исчисляется как отношение объема товарооборота к численности работников.

В торговле на рост производительности труда оказывает влияние целый ряд факторов, которые можно разделить на две группы:

- организационно-технические, включающие внедрение в торговлю новейшей техники и технологии, рациональное использование основных фондов, оборотных средств, улучшение организации и нормирования труда, внедрение бригадных форм организации труда, рационализацию рабочих мест, внедрение НОТ и т.д.;

- социально-экономические, к которым в основном принадлежат совершенствование форм и систем оплаты труда, материального стимулирования, улучшение развития хозяйственного расчета, сокращение текучести кадров, улучшение подготовки и переподготовки кадров, укрепление трудовой дисциплины и т.д.

Рост производительности труда можем оценивать положительно только при условии повышения рентабельности и прибыли (доходов) на один рубль оборотных средств.

Одним из резервов экстенсивного использования трудовых ресурсов является использование дополнительных источников трудоустройства. Под этим резервом трудоустройства пони-

маются полностью или частично трудоспособное население, которое по объективным причинам не занято в общественном производстве, но может быть вовлечено при создании определенных условий. К ним относятся: студенты высших учебных заведений, учащиеся старших классов общеобразовательных школ, техникумов и профессионально-технических училищ, пенсионеры, домохозяйки.

В реформе общеобразовательной школы одной из задач является повышение качества трудового воспитания молодежи. Предусмотрено расширение сроков трудовой практики на предприятиях промышленности и сферы обслуживания. Совершенствуется система трудоустройства школьников на работу в период летних каникул.

Особенностью труда работников торговли является и то, что он в меньшей степени поддается механизации и автоматизации. Расширение объема услуг и улучшение качества обслуживания обеспечиваются главным образом за счет увеличения численности работников, введения новых методов организации труда и управления. Однако это не означает, что торговля развивается только экстенсивным путем.

Эффективное использование трудовых ресурсов — неотъемлемая составная часть процесса интенсификации в торговле. С другой стороны, без всеобъемлющей интенсификации в торговле невозможно действительно эффективное использование трудовых ресурсов. Поэтому необходимо рассмотреть имеющиеся возможности повышения эффективности труда. В последние годы в торговле наблюдается рост технической оснащенности труда работников, и это создает возможность более интенсивного использования трудовых ресурсов.

Ведущим направлением технического прогресса в торговле является создание прогрессивной системы товароснабжения на основе использования унифицированной тары-оборудования. Применение ее обеспечивает комплексную механизацию и в промышленности, и на транспорте, и в торговле, со-

крашает затраты ручного труда, способствует уменьшению потерь при перевозках.

Важным направлением технического прогресса в торговле является развитие и совершенствование форм организации обслуживания покупателей. В результате применения прогрессивных форм торговли сокращаются затраты времени на выбор и покупку товаров, активизируется роль покупателя в процессе купли-продажи. Одновременно снижается трудоемкость торговых операций, повышается производительность труда, создаются возможности для применения новой техники и механизации.

Применение прогрессивных форм продажи товаров существенно изменяет содержание труда продавцов. Их труд становится в большей мере связанным с организаторскими функциями по совершенствованию процесса обслуживания и созданию удобств покупателям.

Одним из резервов улучшения использования труда в торговле является сокращение текучести кадров. Значительные возможности экономии труда скрыты в сокращении перерывов в работе при переходе с одного места работы на другое. По данным выборочных обследований, средняя продолжительность перерывов составляет 28-31 дней. Рассчитано также, что в предшествующее увольнению время и в начале работы на новом месте у работника на 15-20 % снижается производительность труда.

Основными причинами текучести кадров является плохие условия труда и быта, недостатки в организации труда, неблагоприятный социально-психологический климат в коллективе и др.

На современном этапе в соответствии с Законом о трудовых коллективах резко возрасла роль самих трудовых коллективов в решении социально-экономических вопросов деятельности предприятия, в том числе и непосредственно связанных с текучестью кадров. Комплексный подход к социально-экономическому развитию ведет к значительному сокращению текучести кадров.

Большие резервы повышения производительности труда дает сокращение потерь рабочего времени. В торговле такие потери, как внутрисменные простои, прогулы, должны быть полностью устранены. Важнейшее условие эффективного использования трудовых ресурсов и рабочего времени - укрепление дисциплины труда.

Важную роль в повышении производительности труда играют социально-экономические резервы роста. На апрельском (1985 г.) Пленуме ЦК КПСС тов. Горбачев М.С. отметил, что: "сравнительно быструю отдачу можно получить, если привести в действие организационно-экономические и социальные резервы и, в первую очередь, активизировать человеческий фактор, добиться того, чтобы каждый на своем месте работал добросовестно и с полной отдачей." ^I

К социально-экономическим резервам производительности труда относятся: повышение квалификации работников, удовлетворенность трудом, улучшение условий труда.

Организационные резервы включают: улучшение управления торговлей, совершенствование структуры аппарата управления и организации торговых процессов, повышение уровня специализации, улучшение организации труда - внедрение передовых приемов и методов труда, усиление нормирования труда.

Большое значение для эффективности использования трудовых ресурсов имеет структура занятости населения в общественном производстве, и прежде всего в сфере материального производства и непроизводственной сфере. С ростом производительности расширяются возможности увеличить долю общественного труда, направляемого на повышение уровня жизни народа. Это создает объективную необходимость повышения доли занятых в непроизводственной сфере. К. Маркс писал: "Страна тем богаче, чем меньше производительное

^I Материалы Пленума ЦК КПСС 23 апреля, 1985 г. - М.: Политиздат, 1985. - С. 8

население по отношению к совокупному продукту... Ведь относительная малочисленность производительного населения была бы только другим выражением относительной высоты производительности труда".¹

Исходя из этого, одним из показателей интенсивного использования трудовых ресурсов является удельный вес занятых в материальном производстве в общей численности работающих.

На производительность труда влияют и разделение труда между промышленностью и торговлей. По мере углубления общественного разделения труда операции по доработке и упаковке всё в большей степени должны сосредотачиваться на промышленных предприятиях, а в торговле — преобладать доля затрат труда, связанных с реализацией товаров. По данным экономической литературы производительность труда по фасовке в 5 раз выше, чем в торговле, при этом в 2 раза снижается общая потребность в упаковочных материалах.

Ускорение социально-экономического развития страны, как никогда раньше, зависит от эффективности и качества работы каждого коллектива. Эта ориентация нашла отражение в Законе о государственном предприятии (объединении). Для этого предприятия и объединения должны, обеспечивая самоокупаемость и самофинансирование, поставить уровень доходов коллективов в прямую зависимость от конечных результатов.

¹ Маркс К., Энгельс Ф. Соч. — Т.26. — Ч.1. — С.215

Д.А.Пурвина

ТОРГОВЫЕ УСЛУГИ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Впервые разработанная долговременная программа развития всей системы услуг в стране - важнейший раздел Комплексной программы развития производства товаров народного потребления и сферы услуг в 1986-2000 гг. Особое внимание к сфере услуг объясняется хроническим отставанием ее от других отраслей народного хозяйства, большим несоответствием возросшим запросам населения.

Даже в Латвийской ССР, занимающей одно из первых мест в стране по потреблению бытовых услуг на душу населения, по данным института Латгипробит, спрос сельского населения на пошив обуви удовлетворяется государственными организациями лишь на 33 %, на ремонт холодильников, стиральных машин и телевизоров - менее чем на 24 %, а по ремонту килья - на 2 %.¹

Основное целевое назначение создаваемой системы платных услуг в следующем:

- улучшение качества услуг и внедрение прогрессивных форм обслуживания;
- преодоление различий в обеспеченности услугами населения в больших и малых городах, в различных регионах страны, а также опережающее развитие сферы услуг в сельской местности;
- рациональное размещение сети пунктов, оказывающих услуги населению, приближение их к месту трудовой деятельности и жительства людей;
- доступность основных видов услуг для граждан с различным уровнем достатка.

¹ Масальский А.Б., Саенко О.П. Программа по товарам и услугам. - М.: Знание, 1987. - С.29

Предстоит обеспечить широкое внедрение разнообразных услуг, в том числе способствующих организации рационального потребления, повышения культуры быта, значительному сокращению времени на выполнение рутинных работ в домашнем быту, ведению личного подсобного хозяйства. Услуги, предоставляемые покупателям в магазинах, имеют целью сохранить и даже повысить качество товаров, учитывают индивидуальные запросы покупателей, экономят их время на приобретение товаров, создают комфортность покупки.

В Программе отмечается необходимость "комплексной разработки взаимосвязанных проблем управления, планирования, хозяйственного механизма, рентабельности, цен и тарифов на услуги".^I Предусматривается организация регулярного и комплексного изучения спроса населения на услуги, повышение экономической заинтересованности и ответственности предприятий и организаций за развитие системы платных услуг. Дальнейшее распространение должна получить категоризация предприятий, предоставляющих населению услуг соответствующего уровня ("классы") обслуживания.

В торговле услуги являются неотъемлемой частью торгового процесса. Ряд услуг, оказываемых магазином, - составная часть его основной функции - реализация товаров. Продажа многих товаров имеет форму комплексной услуги, где сам товар - лишь элемент, часть торгового сервиса. Многие услуги представляют собой сложные работы и операции, требующие высокой квалификации исполнителей, специального оборудования, помещений и т.п. В увеличении числа оказываемых услуг не все под силу работникам магазинов, поэтому все большее распространение получает межотраслевое кооперирование. В этой работе связи торговли

^I Комплексная программа развития производства товаров народного потребления и сферы услуг в 1986-2000 годах.

// Правда, - 1985. - 9 окт.

со службой быта все более крепнут. В союз этот входят и изготовители товаров, а нередко работники медицины, культуры, искусства.

Спрос на различные виды услуг со стороны сельского населения в последние годы резко вырос. Вызвано это прежде всего ростом денежных доходов, потребностей, обеспеченности семей сложной бытовой техникой, транспортными средствами, развитием личных подсобных хозяйств, расширением жилищного строительства.

Многие услуги полноправно вошли сейчас в практику кооперативной торговли. Наиболее распространенными услугами, оказываемыми потребительской кооперацией, являются услуги, связанные с розничной продажей товаров. Сюда относятся: доставка на дом, комплектование заказов, гравировка изделий, установка креплений на лыжах, точка коньков и ножей, настройка музыкальных инструментов, консультации художников-модельеров, врачей косметологов, диетологов, ортопедов и другие услуги.

Динамично развиваются услуги, связанные с заготовками сельскохозяйственной продукции, помощь в развитии личных подсобных хозяйств, в том числе товарообменного и производственного характера. Расширение связей потребительской кооперации с личными подсобными хозяйствами идет, с одной стороны, по линии гарантированного сбыта излишков продукции, заключения долгосрочных договоров, организация вывоза продукции после приемки ее на месте у сдатчика, переработка продукции растениеводства и животноводства на договорных началах, а с другой — встречная продажа необходимых товаров производственного и личного потребления, снабжение тарой и упаковочными средствами, обеспечение племенным молодняком домашнего кролиководства, звероводства, птицеводства, вспашка земельного участка, обработка сада и др. Например, на складах и в некоторых магазинах строительных материалов кооперативные торговые организации со-

здают специальные цехи по обработке древесины. В них по заказам покупателей изготавливают строительные детали, строгают доски, нарезают стекла, доставляют материалы на строительные площадки индивидуальных застройщиков, дают напрокат строительные инструменты и приспособления.

В виде новой формы взаимоотношений между потребительскими обществами и населением выступают услуги, связанные с использованием (потреблением) дорогостоящих и технически сложных предметов потребления после их продажи, в том числе ремонт радиотелевизионной аппаратуры, магнитофонов в период гарантийного срока их эксплуатации, ремонт часов, бытовых машин, детских колясок, ювелирных изделий, настройка музыкальных инструментов, прием бывших в пользовании телевизоров, радиоприемников, стиральных машин, часов в обмен их на новые, выполняются заказы на обслуживание ритуальных обрядов и т.п.

Правлением Центросоюза рекомендован для широкого внедрения опыт Латвийского потребсоюза по расширению торговых услуг путем создания специальных подразделений (бюро). Такие бюро торговых услуг созданы при хозяйственных объединениях "Коопунивермаг" и в потребительских обществах в составе 2-3 человек. Товароведы, упаковщики и другие специалисты обеспечены необходимыми помещениями и средствами для организации своей деятельности. Помимо общего руководства работой столов раскрытия и другими услугами в магазинах, она включает следующие услуги:

- доставка по заявкам потребителей купленные крупногабаритные товары, праздничные товары;

- организация коллективных выездов покупателей из отдаленных сельских населенных пунктов в магазины центров за покупками, а также выездной торговли магазинов;

- выполнение заявок покупателей на сборку и упаковку мебели, подключение и регулировку технически сложных изделий;

- прием от потребителей неисправных аппаратов с истекшим сроком гарантии для отправки в ремонтные мастерские, а также телевизоров и радиоприемников устаревших марок для сдачи их соответствующему предприятию;

- прием заказов на изготовление одежды и обуви нестандартных размеров.

Бюро совместно с торговым аппаратом ведут широкую рекламу новых товаров, организуют проведение смотров моделей одежды, выставок-продаж, покупательских конференций, принимают участие в изучении спроса населения.¹

Широкое распространение в потребительской кооперации Латвии получила такая услуга, как прием и выполнение предварительных заказов на товары сложного и технически сложного ассортимента в магазинах товаров повседневного спроса. Принятые в магазинах по каталогам и спискам заказы направляются в бюро торговых услуг. При поступлении заказанного товара бюро информирует покупателя. Он может получить его в удобное время, или товар будет доставлен по адресу в трехдневный срок.

В товарообороте магазинов товаров повседневного спроса продажа изделий по заказам населения составляет 25-30 %. В целом по Латпотребсоюзу по предварительным заказам населения реализуется товаров более чем на 7 млн. рублей в год.²

В Латвийском потребсоюзе проводится работа по расширению услуг, определены задачи предприятиям, ус-

¹ Барчук И.Д. Развитие торговых услуг, оказываемых сельскому населению потребкооперацией // Комплексная программа развития производства товаров народного потребления и сферы услуг. - М.: Знание, 1987. - С. 59-60

² Петров В. Бюро торговых услуг // Советская потребительская кооперация. - 1987. - № 3. - С.28

тановлен строгий контроль. В зависимости от типа магазина и размера его торговой площади определен перечень услуг. На базе передовых торговых предприятий кооперативных организаций Кулдигского, Мадонского, Стуклинского и Талсинского районов Центросоюз провел рабочее совещание заместителей председателей правлений республиканских потребсоюзов страны по обмену опытом работы.

Достижению полной окупаемости затрат на услуги торговым предприятиям препятствует ряд объективных факторов, связанных с их бесплатностью или льготным уровнем тарифов, нестабильным спросом населения, а также с низкой механизацией и обеспеченностью необходимым инвентарем. В немалой степени услуги потребительской кооперации носят больше престижный для предприятий характер, чем источник получения прибыли. Это сдерживает внедрение семейных подрядов, создание кооперативов по оказанию услуг в торговле.

В связи с этим целесообразна, по нашему мнению, дифференциация цен и тарифов на торговые услуги с учетом повышения их качества и культуры обслуживания, сокращения сроков выполнения заказов, предоставления дополнительных услуг и удобств по желанию граждан и сложившихся соотношений спроса и предложения. Возможна определенная переориентация в совокупной деятельности в пользу платных форм. Однако необходимо правильно учитывать интересы малообеспеченных категорий населения, под особым контролем держать тарифы услуг массового спроса.

Многие услуги экономически выгодны. Например, на первый взгляд, довольно хлопотное дело - организация выставок-дегустиаций кулинарных и кондитерских изделий. Но ведь только за один год Литовский потребсоюз получил дополнительно к товарообороту 7 млн. рублей.^I

^I Шиманскис П. Торговые услуги в литовском селе // Совесткая потребительская кооперация. - 1986. - №3. - С. 5

При определении перечней услуг, внедряемых и оказываемых предприятиями потребительской кооперации, необходимо исходить из установленного деления торговых услуг на обязательные и рекомендуемые, а также учитывать следующие аспекты:

- предоставляемые населению услуги должны в комплексе охватывать все основные стадии взаимосвязи потребительских обществ, объединений и отдельных магазинов с покупателями и потребителями при формировании их спроса в процессе торгового и послепродажного обслуживания;
- по своему характеру и назначению услуги должны наиболее полно отвечать специализации магазина, его месту в общей системе торгового обслуживания населения;
- разнообразие видов предоставляемых услуг должно определяться спросом населения, базироваться на результатах выявленных потребностей различных социальных и возрастных групп населения;
- должны быть обеспечены стабильность и динамичность развития номенклатуры и организационных форм дополнительного обслуживания, долговременная возможность пользования услугой, завоевавшей признание сельских жителей, поэтапный ввод новых видов услуг по мере появления соответствующих потребностей и создания условий для их организации;
- в совокупности оказываемые услуги должны обеспечивать прибыль районным потребительским союзам и обществам.

Дальнейшее развитие системы услуг весьма перспективно. Формируется по существу новая крупномасштабная сфера деятельности потребительской кооперации. Формирование требует значительных капитальных вложений, профессиональной и психологической переподготовки специалистов и руководителей кооперативных организаций.

Ю. Прахар

ЧЕЛОВЕК В ТОРГОВЛЕ

Социалистическая торговля нуждается в работниках, владеющих тонкостями профессии, высоким мастерством. И в первую очередь это относится к продавцам, работа которых ежедневно связана с людьми и для людей. Работа продавца может жизнь людей сделать более приятной и наоборот.

Продавец является последним звеном в цепи, которую проходит товар от производства до потребителя. Продавец непосредственно видит "общественный" эффект своего труда и не может быть к нему равнодушен.

Недостатки в торговле коренятся в людях. Хороший продавец может многое предотвратить, плохой — испортить, хотя культура торговли не в состоянии устранить все недостатки так же, как ловкая реклама не имеет сверхъестественной силы: нельзя продать товар, который людям не нравится или который не имеет общественного значения ни для продавца, ни для покупателя.

Необходимо преодолеть то равнодушие, которое в современных условиях еще господствует в отношении к одной из наиболее важных профессий — профессии продавца. Вопросы повышения качества и культуры продажи товаров теснейшим образом связаны с эффективностью работы продавца, ее моральными, психологическими, социально-психологическими, эстетическими и гигиеническими аспектами. Эти моменты во всей своей сложности выявляются на фоне отношений между продавцом и покупателем, выявляя желаемые и теневые стороны работы продавца.

Процесс купли-продажи в магазине нельзя осуществить без продавца и покупателя. Их взаимные контакты очень сложны, и результаты нельзя полностью предвидеть. Покупатель, посещая магазин, ожидает, что сможет сделать покуп-

ку в привычных ему условиях, а предыдущий опыт внушает уверенность, что так будет и в данном случае. Свое теоретическое представление об акте продажи имеет также продавец, однако он тоже не убежден, что конкретный акт не будет отличаться от предыдущего. Приближение реальных действий к идеалу зависит от многих моментов.

На вопрос: каким должен быть идеальный продавец? — каждый ответит по-своему. Некоторым достаточно, если продавец внимателен, другие требуют, чтобы он основательно знал продаваемый товар, ассортимент и т.п. Однако в целом культура продажи зависит от обоих участников акта купли-продажи.

Усилия, которые прикладывает продавец, чтобы реализовать двухсторонний желательный акт купли-продажи и последующая благодарность за покупку не должны влиять на покупателя. Однако, если покупатель не проявляет свою радость по поводу новинок в обслуживании, товар, услугу, то причиной этого может быть невнимательность продавца.

Хороший продавец знает, что от того, как он выполняет свои обязанности, во многом зависит удовлетворенность покупателя. А удовлетворенность покупателя — это предпосылка удовлетворенности продавца.

Покупатели очень дифференцированы. Некоторые из них чрезмерно требовательны, высокомерны, не рассудительны в своих требованиях по отношению к обслуживанию в магазине. Многие внимательны в отношении к продавцам и остальным покупателям. Но часто эти люди, хотя и видят неправильный поступок других, не вмешиваются, лучше терпят грубость, несправедливость, так как боятся вызвать гнев остальных. Чем меньше этики в торговле, тем быстрее мы отходим от желаемых норм общения.

Все покупатели перед торговлей равноправны. Это, однако, не значит, что продавцы не должны тактично при обслуживании делать некоторые желательные исключения, например, для инвалидов, людей старшего поколения, беременных женщин, диабетиков, и в зависимости от ситуации создавать им преимущества для совершения покупки.

Человек имеет свой жизненный опыт. Но не каждый является идеальным покупателем, по разным причинам не может быть на уровне требований современности. Может ли продавец такого покупателя перевоспитать, изменить его привычки, мораль? Особенно тогда, когда покупатель к перевоспитанию не имеет интереса? Это, естественно, выше сил продавца. Однако он может укрепить в покупателе желаемые перемены, имея для этого достаточно средств и возможностей.

Обслуживание в торговле требует индивидуального подхода. Продавец должен знать о покупателе как можно больше. Чем больше он будет знать и правильнее сумеет использовать эти знания при продаже, тем большее удовлетворение акт купли-продажи принесет обеим сторонам.

Практически каждый житель (кроме самых младших и самых старших) ежедневно приходит в магазин как покупатель. И каждый, с точки зрения психологии, неповторим. Поэтому не представляется возможным учесть индивидуальность каждого в прямом смысле слова, но можно его отнести к определенным группам покупателей, сформированными по разным критериям.

Попытки отличать людей по различным критериям в торговле предпринимались уже давно. Но быть психологом, овладеть умением познавать людей непросто. Однако продавцы должны развить в себе способности отличать покупателей по характеру, практически ориентироваться на их личность. Освоить это можно на практике. Недостаток информации во многом может восполнить интуиция.

Продавец ежедневно встречается с тысячами покупателей, которые отличаются не только физическими свойствами (рост, размерные показатели, цвет волос и др.), но и психологическими особенностями (внимание, память, раздражаемость и др.), очень важными для организации общения, качественного обслуживания. Внешний вид покупателя указывает на его рабочее занятие, интересы, помогает определить желания, покупательские мотивы. К этой информации продавец может прибавить ту, которую можно прочесть в лице, мимике, жестах. И в последнюю очередь, для обеспечения успешной деятельности, уточняя желания покупателя, по тону речи определить, нравится ли покупателю предложенный товар.

О человеке можно судить по его речи — громкости, её модуляции, скорости, мелодичности, произношению. Многие подсказывает и походка, манера держаться, внешний вид.

Кто лучше знает себя, лучше узнает партнера, и в сфере обслуживания будет иметь больший успех.

С особенностями покупателя в торговле следует считаться: от этого зависит культура торгового обслуживания и эффективность торговой деятельности в целом.

Р.Я.Гармеев

НОВЫЙ ПОДХОД К ОБУЧЕНИЮ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ ТОРГОВЛИ

Всемерное ускорение научно-технического прогресса в настоящее время является ключевой политической, социально-экономической, организационно-управленческой задачей, решение которой призвано обеспечить качественное преобразование производительных сил, перевод экономики на рельсы интенсификации, повышения эффективности общественного производства.

Успешное решение поставленных задач во многом зависит от наличия специалистов, квалификация и высокая гражданская ответственность которых во многом определяют масштабы и темпы научно-технического прогресса. Свой вклад в это дело призваны внести будущие экономисты, которых готовят в вузах. Переходом на новый хозяйственный механизм ставится цель - повысить социально-экономическую значимость профессиональных знаний экономистов.

В постановлении январского 1987 года Пленума ЦК КПСС отмечается: "Успех перестройки будет в решающей мере определяться тем, насколько быстро и глубоко наши кадры проникнутся пониманием необходимости революционных перемен, насколько решительно, энергично и компетентно они будут действовать".

Уже В.И. Ленин в своих работах обосновал роль научно-образовательного потенциала в процессе хозяйствования. "...Чтобы управлять, нужно быть компетентным, нужно полностью и до точности знать все условия производства, ... нужно иметь известное научное образование".¹

Поэтому задачи, определенные утвержденными ЦК КПСС "Основными направлениями перестройки высшего и среднего специального образования в стране"², являются весьма актуальными. Предусмотрен переход на новые учебные планы и программы, улучшение фундаментальной теоретической подготовки, индивидуализация и развитие творческих способностей студентов, интенсификация, компьютеризация учебного процесса, переоснащение учебных заведений и др.

¹ Ленин В.И. Полн. собр. соч. - Т.40. - С. 215

² Основные направления перестройки высшего и среднего специального образования в стране // Правда. - 1987. - 21 марта

Практика показывает, что специалистов нового типа нельзя готовить в отрыве от научно-исследовательской и производственной работы. Поэтому заблаговременно необходимо ориентация будущих специалистов на перспективные задачи конкретных отраслей народного хозяйства и предприятий.

Чтобы реализовать эту задачу, нужно укреплять связи вузов с предприятиями, включая материально-техническое обеспечение учебно-научно-производственного процесса, создание служб стажировки молодых специалистов и профессиональной ориентации, обеспечение сквозных практик, разработка курсовых и дипломных работ по заказам предприятий на реальные темы и др.

Создание на предприятиях филиалов кафедр, а в вузах - проблемных научно-исследовательских лабораторий является основой этих связей между вузами и предприятиями. В настоящее время уже имеется определенный опыт по различным формам такого сотрудничества: организуются непосредственно на предприятиях учебно-консультационные пункты, филиалы вузовских кафедр, организуются вечерние факультеты, лаборатории на базовых предприятиях, организуются учебно-научно-производственные объединения, заключаются договоры по целевой интенсивной подготовке специалистов (ЦИПС) и другие. Однако прежде чем подступить к внедрению той или иной формы взаимосвязи вуза с производством по подготовке специалистов, необходимо проработать и оценить возможные варианты их осуществления, так как необоснованно выбранный вариант в конкретных условиях может привести к отрицательным последствиям.

Следует указать, что в настоящее время на предприятиях пока безразличное отношение к процессу подготовки собственных специалистов, сложился стереотип отношения к выпускникам вузов как к даровой силе. И если сейчас ставится вопрос о долевом участии предприятий в этом деле, то они считают это несвойственной функцией их деятельности.

Безусловно, учебные заведения должны гарантировать высокую подготовленность специалиста, а предприятия - рациональное использование образовательного потенциала специалистов, но следует учесть и то, что подготовка специалиста на морально устаревшей научно-технической базе, низком информационном уровне приводит к воспроизводству специалистов с низким профессиональным потенциалом.

Хочется отметить: то, что зависит от усилия преподавательского состава вузов по совершенствованию качества подготовки специалистов, в настоящее время развивается интенсивным путем.

Руководствуясь материалами факультета финансов и торговли ЛГУ им. П. Стучки можно отметить, что в целях повышения качества подготовки специалистов-экономистов для торговли, преподавательский состав усердно работает над совершенствованием учебно-воспитательного процесса: изыскиваются формы и методы повышения уровня академической активности студентов, на научной основе экспериментируются варианты системы организации самостоятельной работы студентов, разрабатываются и внедряются разные методы индивидуализации обучения, ведется работа по оптимизации содержания обучения, регулярно проводятся анализ и оценка результатов работы по семестрам обучения и др.

Стратегия развития высшего экономического образования и современные концепции подготовки экономического кадрового потенциала требуют перехода к подготовке экономиста, способного к быстрому обновлению профессиональных знаний, умеющего ставить и решать экономические проблемы не только на уровне своего предприятия, но и в народнохозяйственном масштабе.

По сравнению с другими отраслями народного хозяйства, где используются специалисты по экономике, в торговле — своя специфика, так как здесь перестройка идет не только внутри отрасли, но и в взаимоотношениях со всеми отраслями инфраструктуры и в первую очередь с промышленностью. Для торговли важна не только внутриотраслевая перестройка, но и перестройка во взаимоотношениях с промышленностью, сельским хозяйством, транспортными организациями. Работники торговли обязаны расширять и укреплять хозяйственные связи с ними, настойчиво добиваться усиления воздействия хозяйственного механизма на повышение эффективности и качества работы всех звеньев, связанных с удовлетворением потребностей и спроса населения.

Для торговли нужны специалисты, правильно понимающие противоречия в межотраслевых экономических отношениях, имеющих теоретическую базу для их решения. Они должны уметь различать эти противоречия путем конкретного анализа действующих факторов, уметь правильно оценивать субъективные и объективные причины в экономических процессах. К сожалению, учебный процесс пока еще не обеспечивает подготовку таких специалистов для торговли.

Современный специалист в торговле — это не исполнитель предписаний "сверху", а организатор хозяйства и непосредственный участник рыночных процессов. Это требует подготовки квалифицированных специалистов с учетом большой социально-экономической значимости их профессиональных знаний, всемерного укрепления связи теория и практики в процессе обучения, развития и совершенствования связей торговых факультетов и кафедр с предприятиями и организациями.

В настоящее время весь процесс обучения направлен в основном на передачу знаний, в меньшей степени — на формирование у студентов умений и почти совсем не ориен-

тирует на развитие у будущих специалистов творческого, самостоятельного, критического отношения к излагаемому преподавателем или изложенному в учебнике материалу.

Студенты не привыкли иметь собственное мнение, потому что этого от них никогда не требовали, не обучали основам научного творчества. Не развивают у них также такие качества, которые позволили бы им в их будущей практической деятельности в неожиданной ситуации найти нетрадиционное, новаторское решение, почувствовать суть проблемы, профессионально обосновать свою точку зрения.

Будущие специалисты торговли должны получить в вузе навыки общественной работы и навыки в обучении ею других, научиться самоуправлению путем активного участия в общественно-массовой работе, в выполнении бюджетных и хозяйственных исследований на кафедре, освоить навыки разного рода обследований.

При составлении учебных планов в соответствии с новыми требованиями обучения следует на основе квалификационной характеристике специальности разрабатывать иерархическое описание предметной области и решаемых специалистами задач на соответствующем уровне; осуществлять декомпозицию целей и формировать 'дерево целей', достижение которых должно обеспечить отдельные этапы и виды учебного процесса. Это значит, что структура учебного плана в соответствии с 'деревом целей' обеспечит квалификационные требования специалиста. Для реализации конкретных задач обучения на междисциплинарном уровне можно выделить циклы обучения как внутри отдельных дисциплин, так междисциплинарно, а после изучения конкретного цикла практиковать проверку профессиональных умений, чтобы, руководствуясь принципом преемственности обучения, формировать модель специалиста. В процессе обучения необходимо обеспечивать естественный перевод теоретических знаний на уровень будущей профессиональной деятельности. В учебной информации, как

правило, существуют противоречия между абстрактным характером и практической ее реализацией в профессиональной деятельности. Поэтому студенты должны учиться анализировать ситуации, включающие как предметный, так и социальный контекст обучения и профессиональной деятельности, связанной с будущей специальностью.

Большое значение в этом играет педагогическая наука, умелое ее использование как в процессе учебных занятий, так и при составлении учебников и учебных пособий. Педагогической наукой давно доказано, что наука в процессе обучения имеет два выхода на практику: через совместную деятельность педагога и студента в процессе обучения и через учебники и учебные пособия, их содержания и методов построения. Раскрывая научное содержание дисциплины, ее теоретические основы и методологический аппарат, учебник должен, во-первых, стимулировать интерес студентов к профессиональной работе, во-вторых, способствовать развитию профессиональных умений и навыков. Поэтому очень важно при подготовке учебника умело отбирать необходимую информацию, методы, способы обучения дисциплине. Также важно четко представить междисциплинарные связи в рамках учебного плана.

Несмотря на то, что учебник создается по учебной программе, его подготовка требует творческого подхода, знания не только учебного предмета и профессиональную деятельность по специальности, но и знания педагогики и психологии. Также следует учесть, что подготовка специалистов по экономике торговли ведется в дневной, вечерней и заочной формах обучения.

Чтобы подготовить учебник, более соответствующий требованиям практики, необходимо больше привлекать ученых и практиков торговли к рецензированию рукописей учебников. Они могли бы помочь авторам изложить самые важные и необходимые в практической деятельности положения, теории и методы.

Также важным является опыт предварительной подготовки и издание пробных глав или разделов. Последующая апробация позволяет выбрать более обоснованные варианты содержания главного учебника.

Немаловажную роль в учебнике для повышения его прикладного интереса играет иллюстрация. Они должны быть методически целенаправленными и одновременно служить для эстетического воспитания студентов.

Для развития профессиональных умений и навыков будущим специалистам торговли также необходимо предоставить возможность для самореализации, самоорганизации, самовоспитания. В этих целях можно использовать деловые игры.

Деловая игра сохраняет способ абстрактного обучения и в то же время разрешает указанные противоречия между учебной и будущей профессиональной деятельностью. Кроме того, можно обеспечить развитие теоретического и практического мышления специалиста, способствующего выработке необходимых должностных качеств.

Использование деловых игр и ситуационных задач для контроля качества профессиональных умений студента по материалам конкретной реальной ситуации обеспечивает обратную связь. Ситуационные задачи требуют не пересказа учебного материала, а мысленного его применения в реальных ситуациях. Это заставляет студента профессионально мыслить, развивать экономическое мышление.

В данной статье затронуты лишь некоторые аспекты перестройки методологии подготовки специалистов для торговли: обращается внимание на интеграцию обучения в высшей школе и производства, на основные способы развития профессионального мышления, овладения навыками управленческой и организаторской работы на научной основе; на задачи, которые предстоит решать специалистам, которых мы обучаем сейчас. Они уже будут работать в условиях новой экономической системы. Поэтому главное — научить их с максимальной полнотой и эффектив-

ностью на деле использовать преимущества созданной системы и нового хозяйственного механизма. Для этого специалист должен обладать знаниями марксизма-ленинизма, современным экономическим мышлением, методами использования электронно-вычислительной техники в профессиональной деятельности, знанием иностранного языка, высоким общекультурным уровнем.

М. В. Кукаренко

НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС И МЕЖДУНАРОДНОЕ ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

"Если у общества появляется техническая потребность, то это двигает науку вперед больше, чем десяток университетов".¹ Эта мысль, высказанная Ф. Энгельсом в письме Боргиусу, свидетельствует, что в развитии науки определяющим является не логическое развитие проблем и понятий, а потребности развития техники, материального производства², составляющие суть научно-технического прогресса (НТП).

Превращение науки в производственную силу вызвало к жизни новый элемент НТП - научно-техническую революцию, которая дала "начало гигантскому приращению материальных и духовных возможностей человека"³. Научно-техническая

¹ Маркс К., Энгельс Ф. Соч. - 2-е изд. - Т.39. - С.174

² Маркс К., Энгельс Ф. Соч. - 2-е изд. - Т.20. - С.501

³ Политический доклад Центрального комитета КПСС XXVII съезду Коммунистической партии Советского Союза // Коммунист. - 1986. - № 4 - С.10

революция (НТР) приводит ко все большему усложнению межгосударственных отношений и росту роли международного права в их регулировании. Сегодня уже не вызывает сомнения, что существует механизм опосредованного взаимодействия НТН и международного права.¹ Но возникает вопрос: как этот механизм работает? Как происходит взаимодействие норм современного права и НТР в условиях существования двух противостоящих общественных систем? В последнее время появились работы², которые освещают заданные вопросы, но их все же недостаточно. Назрела необходимость "существенного расширения и коренного улучшения исследований социально-экономических и правовых проблем научно-технического прогресса".³

Особый интерес представляет в контексте взаимодействия НТР и международного права решение таких, возникших в последние годы явлений, как глобальные проблемы, затрагивающие интересы всего человечества и требующие для своего решения сопряженных, объединенных усилий международного сообщества. К числу таких проблем относится освоение богатств Мирового океана.

¹ Барсегов М.Г. Мировой океан: право, политика, дипломатия. - М.: 1983; Молодцов С.В. Правовой режим морских вод. - М., 1982; Лазарев М.И. Теоретические вопросы современного международного права. - М., 1983; Советский ежегодник морского права: 1982. - М., 1983.

² Азуд Я. Научно-техническая революция и международное право // Сов. государство и право. - № 10. - 1984 - С. 117-120; Юриш А.И. Научно-технический прогресс и новые проблемы права. - М., 1981; Лазарев М.И. Международное право и научно-техническая революция // Советский ежегодник международного права: 1978. - М., 1980.

³ Федосеев П. Наука на этапе ускорения // Коммунист. - № 5. - 1986. - С. 39

мировой океан, занимающий около 71 % поверхности нашей планеты, по мнению некоторых ученых, исследован только на 16-17 %.¹ Что же касается освоения продовольственных и особенно минеральных ресурсов Мирового океана, то оно находится на начальных стадиях.

В условиях НТР открылись новые возможности для интенсивного развития и расширения морских научных исследований, данные которых составляют необходимую базу для всех видов использования и освоения Мирового океана.

Развитие научно-технической революции в 60-е годы привело к небывалому темпу исследований мирового океана и, на основе полученных данных, к росту его значения как источника естественных ресурсов. НТП позволил проникнуть в глубины океана, исследовать богатства морского дна, запасы нефти, газа, цветных металлов и начать их разработку и добычу. НТП привел также к появлению в Мировом океане и, в первую очередь, на континентальных шельфах прибрежных государств огромного количества искусственных сооружений и установок, в том числе систем сбора океанических данных.

Это привело к возникновению большого количества правовых проблем, которых не существовало вообще или которые не были актуальны в первый период НТР.

Осознание государствами возможностей НТР в освоении ресурсов Мирового океана, а также перспектив, которые открывает использование богатств 200-мильного пояса прибрежных вод для повышения благосостояния населения, вынудило их стать на путь прямого присвоения пространства Мирового океана в качестве своих территориальных вод или распространения национальной юрисдикции на открытое море.²

¹ Молодцов С.В. Указ.соч. - С.10

² Барсегов Ю.Г. Международно-правовые аспекты мореплавания в условиях плюрализма режимов Мирового океана // Проблемы развития морского судоходства. - М., 1983

Ряд стран, опасаясь, что технически развитые государства лишат их возможности получить причитающуюся долю богатств открытого моря, присвоили право регулировать, ограничивать и даже полностью запрещать деятельность других государств в прибрежных водах. Параллельно с процессом раздела Мирового океана стала создаваться система противоречащих друг другу или даже взаимоисключающих предписаний, которые, по мнению некоторых советских юристов, целенаправленно осложняли допуск и деятельность в регулируемых национальным законодательством морских пространствах.¹

Советская доктрина международного права, в общем понимая преследуемые развивающимися странами цели, дает в принципе отрицательную оценку избраным этими государствами для защиты своей экономики методам, которые представляли собой серьезную опасность нарушения складывавшихся веками принципов свободы открытого моря, международных морских связей.²

Таким образом, начавшийся одновременно с научно-технической революцией и практически под ее влиянием интенсивный процесс международно-правовых норм, регулирующих деятельность государств в Мировом океане, имел две тенденции. Первая — стремление ряда государств к расширению сферы национальной юрисдикции за пределами территориального моря и регулированию морской деятельности путем создания национального законодательства. Вторая — универсальное международно-правовое регулирование всех видов деятельности во всех сферах Мирового океана, она же в наибольшей степени соответствовала целям мирного сосуществования и экономических интересов народов мира.

¹ Селиванова Н.А. Проблемы научных исследований морских живых ресурсов в современном международном праве // Автореф. дис... канд. юрид. наук. — М., 1982

² См. сочинения Колодкина А.А., Барсегова Ю.Г., Имнадзе А.Б., Назарова И.И.

Исключительно интересной является выдвинутая в русле второй тенденции регулирования деятельности государств в Мировом океане концепция "общего наследия человечества". Считается, что она была выдвинута представителем развивающегося мира А.Пардо, постоянным представителем Мальты при ООН. Специалисты советского международного права по-разному относятся к ней: в литературе имеются как осторожные¹, так и положительные² оценки, но практически все подчеркивают, что режим "общего наследия человечества" генетически связан с режимом использования ресурсов Района, который предполагает, что права в отношении Района принадлежат в равной мере всем государствам и никому - исключительно.

На наш взгляд, советская доктрина международного права еще не определила окончательного отношения к этой концепции, ибо имеет место тенденция распространить эту концепцию на многие области человеческих интересов. В настоящее время она нашла свое отражение в Соглашении 1979 года о деятельности государств на Луне и других небесных телах, в Конвенции ООН по морскому праву 1982 года. Политически эта формула выражает всеобщую заинтересованность в результатах использования того или иного ресурса, но с точки зрения правового содержания она остается недостаточно разработанной.

Доктрина международного права социалистических стран едина в своей оценке влияния НТП на международно-правовое регулирование: явление это сложное и, учитывая стремительность развития современной науки и техники, подлежит тщательному изучению.³

¹ Актуальные вопросы международного морского права и торгового мореплавания /Под ред. А.д.Маковского. - М., 1982 - С.6

² Советский ежегодник морского права:1982. -М.,1982- С.44

³ См. упомянутые соч. Азуда Я., Лазарева М.И.

Известно, что нормы или системы норм либо принимаются одновременно с достижениями НТР, либо следуют за ними с большим (меньшим) отставанием, либо опережают определенные достижения НТР, заранее регламентируя их. Но остается невыясненным вопрос о том; должны ли нормы приниматься вслед за определенными достижениями НТР, параллельно с ними или опережая их ?

Правомерен вопрос: все ли нормы должны подчиняться высказанным положениям или должна вводиться соответствующая поправка на предмет регулирования этими нормами, то есть на специфику общественных отношений, подлежащих в силу НТР и международных связей правовому регулированию?

"От правильного решения этих вопросов зависит ценность правовых норм в эпоху НТР," - справедливо отмечает один из ведущих советских юристов-международников М.И.Лазарев. Актуальность поиска решений на поставленные вопросы особенно в сфере международного морского права подтверждает в настоящее время усложнение международных морских отношений, колоссальный рост нормативного материала, регулирующего эти отношения, необходимость его четкой систематизации и упорядоченного применения. Неуклонно идущий процесс специализации определенных специфических отношений государств ставит уже и перед наукой международного морского права вопрос о целесообразности и возможности выделения подотраслей.

Установление новой отрасли права, пишет М.И.Лазарев, установление ее подотрасли - процесс волевой, как и всё в праве, но вместе с тем процесс, детерминированный развитием производительных сил общества. Если у общества есть в нем потребность, это будет научно обоснованное и практически необходимое решение. Однако под влиянием НТР потребность к дальнейшей дифференциации правовых норм объективно возрастает.

Как видим из приведенного материала, что под влиянием НТП, в результате приложения его достижений к Мировому океану, возникло как самостоятельная отрасль международное морское право, научно-техническая революция уже настоятельно требует выделения самостоятельных подотраслей. Но процессы НТР еще далеко не завершены. Дристам - международникам еще предстоит дать исчерпывающие ответы на поставленные вопросы.

Dozent Dr. sc. phil.
Harald Barnick

ÜBER INHALT UND BEDEUTUNG DER KATEGORIEN BEDÜRFNIS UND BEDARF

Schon dieser Titel lässt eines von den Problemen erkennen, die in diesem Artikel angesprochen werden. Gleich am Anfang muss gesagt werden, was man im Deutschen unter "Bedarf" versteht, weil es im Russischen kein spezielles Wort dafür gibt, sondern beide Kategorien mit dem Wort "potrebnostj" bezeichnet werden. Oder man sagt Nachfrage ("spros"), was aber eine ökonomische Kategorie ist und einen anderen Inhalt besitzt als die Kategorie Bedarf. Vielleicht würde das russische Wort "nushda" besser geeignet sein, für den Begriff "Bedarf" verwendet zu werden, als dass man ihn mit dem Wort "Bedürfnis" übersetzt, weil es ja gerade um den Unterschied zwischen beiden geht. Dieses Problem und auch die folgenden sind Gegenstand der Forschungsarbeit der Forschungsgruppe "Triebkraft Bedürfnis" des Wissenschaftsbereiches Philosophie an der Handelshochschule in Leipzig.

Unter Bedarf verstehen wir die Gesamtheit der Mittel, Dienstleistungen, Tätigkeiten, Verhältnisse, Bedingungen, die den Zweck haben und geeignet sind, Bedürfnisse zu befriedigen. Einen allgemeinen Bedarf gibt es nicht, er ist immer Bedarf für ein bestimmtes Bedürfnis (ein Buch

oder Film oder Vortrag ... für das Bedürfnis nach Bildung oder auch für das Bedürfnis nach Entspannung). Ein bestimmter Gebrauchsgegenstand oder eine bestimmte Leistung kann Bedarf für verschiedene Bedürfnisse sein und ein Bedürfnis kann mit verschiedenen Mitteln, Leistungen oder Tätigkeiten usw. befriedigt werden. Bedürfnisbefriedigung ist notwendig an den Bedarf gebunden, ohne ihn gibt es keine Befriedigung. Schon diese wenigen Unterscheidungen zeigen, dass Bedürfnis und Bedarf nicht identisch sind, aber zwischen beiden auch ein Zusammenhang besteht, von dem im Artikel noch die Rede sein wird.

Der Unterschied zwischen beiden zeigt sich auch daran, dass ein Bedürfnis nicht gegen ein anderes ausgetauscht werden kann, wie das bei den verschiedenen Mitteln ... usw. möglich ist, mit denen ein Bedürfnis zu befriedigen ist. Unterschiedlich ist auch ihre Stabilität. Während Bedürfnisse relativ stabil sind, d. h. über einen längeren Zeitraum existieren, kann sich der Bedarf in Quantität und Qualität rasch ändern, wofür die Mode ein treffendes Beispiel liefert. 1/ Die Unterscheidung zwischen beiden ist von theoretischer und auch praktischer Bedeutung. Für den Ökonomen ist der Bedarf interessant, weil er - zumindest in den meisten Formen - eine wichtige volkswirtschaftliche Planungsgröße ist. 2/ Mit den Bedürfnissen, mit ihrer Entstehung, Entwicklung und Perspektive, befassen sich erster Linie die Philosophen, Soziologen, Psychologen und Verhaltensbiologen. Daher und weil der Bedarf nach Marx der Gegenstand des Bedürfnisses ist, werden Bedürfnis und Bedarf in der ökonomischen Literatur sehr oft miteinander gleichgesetzt, identifiziert. Es muss auch noch erwähnt werden, dass der Begriff "Bedarf" in der ökonomischen Literatur nicht mit dem von mir oben erläuterten übereinstimmt. Die politische Ökonomie versteht unter Bedarf die auf dem Markt

1/ Vgl. Bedürfnisse und Interessen als Triebkräfte unseres Handelns/ Hrsg. Autorenkollektiv, Leitung: L. Steitz. - Berlin, 1984. - S.16

2/ Vgl. ebenda, S.14

erscheinende, durch Geldfonds fundierte Nachfrage nach Produktions- und Konsumtionsmitteln und Leistungen, also eine Kategorie der Warenproduktion. Aus philosophischer Sicht sind der Bedarf an Bedürfnisse und die Bedürfnisse an den Menschen gebunden, und das, solange er lebt.

Was sind Bedürfnisse?

Die Antwort hierauf ist schon seit langem sehr umstritten, nicht nur in der bürgerlichen, sondern auch in der marxistisch-leninistischen Literatur, in der philosophischen, in der soziologischen und nicht minder in der psychologischen. Meine Antwort ist philosophischer Natur und versucht, auf die wichtigsten Differenzen bei der Inhaltsbestimmung einzugehen. Zunächst nenne ich die Definition, bevor ich in ihrer Erläuterung auf strittige Punkte eingehe.

Das Bedürfnis ist ein nach Befriedigung durch Mittel (Gebrauchsgegenstände, Güter), Dienstleistungen, Tätigkeiten, Verhältnisse und Fähigkeiten drängender und sich darin äussernder objektiver, biotisch und psychisch bedingter und sozial bestimmter Anspruch des Menschen an sich und seine Umwelt, die er sich zum Zwecke seiner Selbstverwirklichung anzueignen gezwungen ist.

Den heftigsten Streit gibt es um den Charakter des Bedürfnisses, ob es objektiver oder subjektiver Natur sei oder sogar ideellen Charakter besitze.

Manche Autoren - auch sowjetische - meinen, dass keine der genannten Varianten die Lösung enthalte, sondern die einzig richtige Alternative darin bestehe, das Bedürfnis als ein Subjekt-Objekt-Verhältnis zu definieren. Mir scheint, in dieser Argumentation wird übersehen, dass damit die weltanschauliche Frage nach dem Charakter dieser Subjekt-Objekt-Beziehung nicht behrt wird. Auch bürgerliche Theoretiker sind der Meinung, dass das Bedürfnis ein Subjekt-Objekt-Verhältnis ist, aber sie interpretieren dieses Verhältnis als subjektiv und sind sich einig in der Ablehnung eines objektiven Charakters des Bedürfnisses. Das Be-

dürfnis als objektiv anzuerkennen würde, so meinen sie, die marxistische Legitimation für die historische Rolle der Arbeiterklasse und ihrer Partei unterstützen, wie das auch in bezug auf die Interessen und gesellschaftlichen Gesetze der Fall sei.

Annerkennung des objektiven Charakters und des Subjekt-Objekt-Verhältnisses des Bedürfnisses schliessen sich nicht gegenseitig aus, sind keine verschiedenen Alternativen, sondern zwei Merkmale einer Erscheinung. Die Objektivität besteht in der Abhängigkeit des Menschen von seinen natürlichen und gesellschaftlichen Umweltbedingungen, die seine Bedürfnisse determinieren. Dass Bedürfnisse immer an den Menschen ("als Träger") gebunden sind, widerlegt keinesfalls ihren objektiven Charakter. Die gesellschaftlichen Gesetze sind auch an Menschen gebunden und tragen dennoch objektiven Charakter, ebenso die Produktion, Produktivkräfte und Produktionsverhältnisse, die sogar materieller Natur sind.

Wer behauptet, Bedürfnisse seien ideell, und will das mit dem Zitat aus Marx' "Grundrisse der Kritik der politischen Ökonomie" beweisen, wo Marx vom Bedürfnis "als innerliches Bild", "idealer, innerlich treibender Grund der Produktion", "als Trieb und Zweck" spricht 3/, der müsste auch andere Stellen lesen. Dann würde er feststellen, dass Marx den Bedürfnisbegriff in verschiedenen Bestimmungen verwendet: auch im Sinne einer äusseren Notwendigkeit ("Konsumtion als Notdurft, als Bedürfnis" 4/, identisch mit dem Bedarf (Geld, Wohnung ... als Bedürfnis) 5/; als biotisch bedingte Ansprüche ("Hunger als natürliches Bedürfnis"). 6/

Interessant ist auch in diesem Zusammenhang, was Engels über das Bedürfnis schreibt: "Die Menschen gewöhnten sich

3/ Vgl. Marx "K. Grundrisse der Kritik der politischen Ökonomie. - Berlin, 1953. - S.13

4/5/6/ Vgl. Marx K. Ökonomisch-philosophische Manuskripte aus dem Jahre 1844 // Marx-Engels-Werke, Ergänzungsband. - Berlin, 1968. - S.447.-551 f, 578

daran, ihr Tun aus ihrem Denken zu erklären statt aus ihren Bedürfnissen (die dabei allerdings im Kopf sich widerspiegeln, zum Bewusstsein kommen - und so entstand mit der Zeit jene idealistische Weltanschauung, die namentlich seit Untergang der antiken Welt die Köpfe beherrscht hat." 7/

Es geht mir nicht um Zitate als "Autoritätsbeweise". Sie sollen nur deutlich machen, wie notwendig es ist, sie aus ihrem Kontext heraus zu begreifen und nicht isoliert zu verabsolutieren.

Die Objektivität des Bedürfnisses können wir nur verstehen, wenn wir es in der menschlichen Tätigkeit eingebettet untersuchen, als Teil der Praxis begreifen, durch die sich der Mensch seine natürliche und gesellschaftliche Umwelt, die Bedingungen seiner Existenz und Entwicklung, aneignet. In der Praxis als einer spezifischen Form der Subjekt-Objekt-Dialektik, entäußert der Mensch seine "wirklichen, gegenständlichen Wesenskräfte". Diesen Prozess bezeichnet Marx auch - und das darf nicht mit "subjektivem Charakter" oder "ideell" übersetzt werden - "die Subjektivität gegenständlicher Wesenskräfte, deren Aktion daher auch eine gegenständliche sein muss." 8/

Dass Bedürfnisse auch ideell widergespiegelt werden müssen und in dieser ideellen Form in die Handlungsmotivation Eingang finden, wird keinesfalls bestritten, im Gegenteil, denn das ist meines Erachtens Voraussetzung für ihren Übergang, für ihre Umwandlung von Bewegursachen in Beweggründe, wie es Engels bezeichnet, d. h. für ihre Transformation in unmittelbare Handlungsantriebe. 9/

7/ Engels F. Anteil der Arbeit an der Menschwerdung des Affen// Marx-Engels-Werke.-Berlin, 1962. Bd.20. - S.451

8/ Vgl. Marx K. Ökonomisch-philosophische Manuskripte. - A. .a. O. - S.577

9/ Vgl. Engels F. Ludwig Feuerbach und der Ausgang der klassischen deutschen Philosophie// Marx-Engels-Werke. Berlin, 1962. - Band 21. - S.281.-297 f.

In jüngster Zeit wird auch den biotischen und psychischen Determinanten mehr Aufmerksamkeit geschenkt, als das in der Vergangenheit geschah. Man ist bemüht, den Menschen als biopsychosoziale Einheit zu erforschen. Und schon die ersten Ansätze lassen erkennen, welche weiteren Argumente für den Nachweis der Objektivität des Bedürfnisses wir dadurch erhalten, aber auch dafür, uns von früheren Übertreibungen der Bedeutung der gesellschaftlichen Faktoren für das Handeln der Menschen zu befreien.

Forschungen zum Humanstatus belegen, dass die natürlichen Voraussetzungen der Bedürfnisse, über die der Mensch als Gattungswesen verfügt (sein sogenanntes angeborenes Programm): nicht mit denen der hochentwickelten Tiere identisch sind. Ein Tier, auch nicht der Menschenaffe, hat keine Bedürfnisse. Bedürfnisse hat nur der Mensch. Und Menschen unter identischen gesellschaftlichen Bedingungen haben aufgrund ihrer unterschiedlichen biotischen Anlagen bzw. genetischen Programme auch unterschiedliche Bedürfnisse, nicht nur die gleichen. Auch wenn die gesellschaftlichen Umweltbedingungen so günstig wie nie zuvor sind, kann nicht jeder Mensch alles werden. Was er werden kann, hängt auch von genetisch bedingten Möglichkeiten ab. 10/

Die Auseinandersetzung über den Charakter des Bedürfnisses ist kein scholastischer Streit. Ob man das Bedürfnis als etwas Objektives oder Subjektives oder extremerweise als etwas Ideelles ansieht, hat es weltanschauliche und auch methodisch unterschiedliche Konsequenzen. Auf weltanschaulich hatte ich bereits aufmerksam gemacht, wo ich auf die Ablehnung des objektiven Charakters der Bedürfnisse durch bürgerliche Ideologen aufmerksam gemacht habe. Und dass die Bedürfnisse der Werktätigen im Sozialismus wie auch im Kommunismus einen bedeutenden Platz in der materialistisch fundierten Politik und Ökonomie einnehmen, wird durchaus richtig von

10/ Vgl. Ueberschär K., Leisner B., Richter B. Der Mensch als biopsychosoziale Einheit und seine Bedürfnisse // Deutsche Zeitschrift für Philosophie. - 1938. - Heft 2

diesen Leuten erkannt. Die Formulierungen des Grundgesetzes oder des Verteilungsgesetzes des Sozialismus beziehungsweise des Kommunismus sind keine Geheimnisse, sondern in der Tat Bestandteile der wissenschaftlichen, dialektisch-materialistischen Legitimation für die historische Mission der Arbeiterklasse und die Rolle ihrer marxistisch-leninistischen Partei. Deren Politik orientiert nicht vorrangig auf irgendwelche subjektiven Vorstellungen, Bestrebungen oder Wünsche, sondern auf objektive Notwendigkeiten unseres Handelns, auf objektive Gesetze, Erfordernisse, Bedürfnisse und Interessen und auf die objektiven Bedingungen für ihre Verwirklichung. Ihnen gemäss müssen die Wünsche und Bestrebungen sein, wenn sie zum Erfolg führen sollen. Es ist auch unbestreitbar, dass Analysen und daraus abgeleitete Entscheidungen in der Planungs- und Leitungstätigkeit ökonomischer, politischer und ideologischer Prozesse inhaltlich anders angelegt sein müssen, ob man Bedürfnisse als subjektive Beweggründe (zum Beispiel als Wunsch nach bestimmten Waren und Dienstleistungen) fasst, oder ob man unter Bedürfnissen objektiv existierende Handlungsnotwendigkeiten versteht, die sich aus der Beziehung eines Subjekts zu seinen natürlichen und gesellschaftlichen Existenz- und Entwicklungsbedingungen ergeben und die ins Bewusstsein gehoben werden müssen, um zu unmittelbaren Handlungstriebkräften, also zu subjektiven Beweggründen, zu Motiven zu werden. (Bewusstsein ist hier im weitesten Sinne gemeint, das heisst als menschliche Widerspiegelung, die von verzerrter bis richtiger Abbildung reicht.)

Die eindeutige inhaltliche Bestimmung des Bedarfs hat ebenfalls weltanschaulich-theoretische und methodische sowie praktische Bedeutung. Das beginnt bereits mit der Bedürfnisdefinition.

Früher benutzten wir in unserer Forschungs- und Publikations-tätigkeit eine Bedürfnisbestimmung, in der der Zusammenhang des Bedürfnisses mit dem Bedarf nicht konkret erfasst war. Wir bestimmten das Bedürfnis allgemeiner, und zwar als ein

objektives Verhältnis des Subjekts zum Objekt seiner Lebenstätigkeit, in dessen Verwirklichung es sich seine natürliche und soziale Umwelt aneignet. Das ist nicht falsch, aber zu sehr verallgemeinert und dadurch nicht praktikabel. Ausserdem macht solche Kurzfassung nicht den Unterschied zu anderen Subjekt-Objekt-Verhältnissen deutlich. Praktikal muss eine Definition nicht nur in ihrer Kürze, sondern auch durch ihre Konkretheit sein. Sie sollte nur so allgemein sein, wie es notwendig ist, aber so konkret wie möglich. Anzustreben ist ferner ihre methodische Brauchbarkeit für andere Disziplinen, deren Ergebnissen sie zumindest nicht inhaltlich und logisch widersprechen sollte.

Der Zusammenhang von Bedürfnis und Bedarf wurde schon an einigen Aspekten dargestellt, aber noch nicht an allen. Es war auch gesagt worden, dass beide nicht identifiziert werden dürfen. Die vorne gemachte notwendige klare theoretische Abgrenzung beider voneinander darf jedoch nicht dazu führen, ihren inneren Zusammenhang ungenügend zu beachten. Im Bedarf treten meines Erachtens die Bedürfnisse in Erscheinung und können dadurch empirisch erfasst, prognostiziert und geplant werden. Das Bedürfnis ist das Wesen, der Bedarf, die Erscheinung. Erst durch den Bezug zum Bedarf erhält das Bedürfnis seine Konkretheit, "... denn das Bedürfnis nach einer Sache ist der evidenteste, unwiderleglichste Beweis, dass die Sache zu meinem Wesen gehört, dass ihr Sein für mich, ihr Eigentum das Eigentum, die Eigentümlichkeit meines Wesens ist". 11/

Ohne diesen Bezug auf den Bedarf erschiene das Bedürfnis als ein abstraktes Allgemeines, das keine Geschichte hätte und in keinem Einzelnen existierte, nichts Konkretes wäre. Und der Bedarf ist ferner das Binde- oder Vermittlungsglied zwischen dem Bedürfnis und seiner Befriedigung. Diese "Brücke", die der Bedarf zwischen Bedürfnis und Befriedigung schafft, lässt uns auch das Widerspruchsverhältnis,

11/ Marx K. Auszüge aus Mills "Elements d' économie politique" // Marx-Engels-Werke. Ergänzungsband. - Berlin, 1968. - Teil 1. - S.452

den "Spannungscharakter", das treibende Moment im Bedürfnis und den Zweck erkennen, auf den das Bedürfnis drängt. Johann Wolfgang von Goethe hat dieses Spannungsverhältnis in folgende Worte gekleidet: "Die Menschheit ist bedingt durch Bedürfnisse. Sind diese nicht befriedigt, so erweist sie sich ungeduldig; sind sie befriedigt, so erscheint sie gleichgültig. Der eigentliche Mensch bewegt sich also zwischen beiden Zuständen, und seinen Verstand ... wird er anwenden, seine Bedürfnisse zu befriedigen ..." 12/ Es ist also das nach Befriedigung drängende Moment, das schliesslich zur Negation des Bedürfnisses durch Befriedigung drängt und seinen Triebkraftcharakter ausmacht.

Ich neige daher zu folgendem Schluss: Nicht zu befriedigende Bedürfnisse "treiben" nicht oder sind bestenfalls nur latente Antriebe, Bedürfnisse, die nie beziehungsweise nicht befriedigt werden, verkümmern und sterben schliesslich ab (was aber nicht auf einen kurzen Zeitraum bezogen werden darf).

In der Diskussion über die Bedürfnisse wird auch oft die Frage gestellt, wie man Bedürfnisse ermitteln oder feststellen, oder ob man sie empirisch wahrnehmen kann. Die Antwort darauf hat äusserst praktische Bedeutung, denn um Bedürfnisse zu prognostizieren, zu planen und ihre Entwicklung bewusst zu lenken, muss man zunächst wissen, wo und wie sie festgestellt werden können. Die Antwort darauf berührt auch die Bedeutung der Kategorie Bedarf.

Zu Beginn dieses Artikels wurde darauf verwiesen, dass sich unterschiedliche weltanschauliche und methodische Konsequenzen daraus ergeben, ob die Bedürfnisse objektive oder ideelle Erscheinungen sind.

Wenn sie ideeller Natur wären, dann könnte man sie "in den Köpfen", das heisst in den mündlich oder schriftlich geäusserten Gedanken, Vorstellungen, Wünschen v.. relativ

12/ Goethe J.W. v. Wilhelm Meisters Wanderjahre. Maximen und Reflexionen// Werke in 12 Bänden. - Berlin und Weimar, 1966. - Band 7. - S.479

leicht feststellen. Da sie jedoch objektive Abhängigkeitsverhältnisse des Menschen von seiner eigenen Natur sowie von der ihn umgebenden natürlichen und gesellschaftlichen Umwelt darstellen, müssen wir uns den Erkenntniszugang zu ihnen auf andere Weise erschliessen, als sie "in den Köpfen" zu suchen. Absolut darauf verzichten können wir meines Erachtens aber auch nicht, weil wir über das Abbild auf das mehr oder weniger adäquat in ihm enthaltene Abgebildete stossen, das den objektiven Inhalt der Vorstellungen, Wünsche ... usw. bildet.

Wichtiger und aussagekräftiger ist der Weg über den Bedarf, d. h. über die Mittel, Leistungen und Tätigkeiten zur Bedürfnisbefriedigung, in denen sich das Bedürfnis wahrnehmbar äussert. Nach Marx ist der Mensch als "tätiges Naturwesen" "mit natürlichen Kräften, mit Lebenskräften ausgerüstet", die "in ihm als Anlagen und Fähigkeiten, als Triebe" existieren: " ... die Gegenstände seiner Triebe existieren ausser ihm, als von ihm unabhängige Gegenstände: aber diese Gegenstände sind Gegenstände seines Bedürfnisses, zur Betätigung und Bestätigung seiner Wesenskräfte unentbehrliche, wesentliche Gegenstände." Und etwas weiter schreibt Marx: "Dass der Mensch ... nur an wirklichen, sinnlichen Gegenständen sein Leben äussern kann ... Der Hunger ist ein natürliches Bedürfnis: er bedarf also einer Natur ausser sich, eines Gegenstandes ausser sich, um sich zu befriedigen, um sich zu stillen." 13/

Fazit: Der Bedarf oder Gegenstand des Bedürfnisses als dessen Wesensäusserung ist demzufolge auch ein Zugang, "über diese Erscheinung zu ihrem Wesen vorzudringen. Es ist aber auch nur ein, nicht der (einzige) Zugang.

Bedürfnisse als objektive Abhängigkeitsverhältnisse des Menschen von seinen Reproduktionsbedingungen und von seiner eigenen Tätigkeit zur Aneignung und Veränderung dieser Be-

13/ Marx K. Ökonomisch-philosophische Manuskripte aus dem Jahre 1844. - A. a. O. - S. 578

dingungen zu verstehen heisst auch: Um diese Abhängigkeiten zu ermitteln, aufzudecken, müssen wir die Zusammenhänge, die Erfordernisse und Gesetzmässigkeiten, die Aktivitäten und Möglichkeiten analysieren, die in ihrem wechselseitigen Zusammenwirken mit den gegebenen natürlichen und gesellschaftlichen Bedingungen zu den Abhängigkeiten bzw. Bedürfnissen führen.

Probleme, mit denen sich unsere Forschungsgruppe beschäftigt, die aber in diesem Artikel nicht behandelt werden können, sind folgende:

- Die Genesis des Marxschen Bedürfnisbegriffs.
- Gibt es vernünftige und unvernünftige Bedürfnisse?
(Wir meinen: nein; es gibt nur eine vernünftige oder unvernünftige Befriedigung)
- Welcher Unterschied und Zusammenhang besteht zwischen Bedürfnissen, Interessen und Werten?
- Wer hat Bedürfnisse? Nur das Individuum?
- Was sind notwendige Bedürfnisse? (Notwendigkeit ist doch ein Merkmal aller Bedürfnisse!)
- In welcher Beziehung stehen die Bedürfnisse zu den objektiven Gesetzen der Gesellschaft?
- Was sind die sogenannten Erfordernisse, welcher Unterschied besteht zwischen Ihnen und den sogenannten Sachzwängen oder objektiven Zwängen?
- Über das Wesen bürgerlicher Bedürfnisauffassungen und ihre kritische Überwindung.
- Der Platz der biotischen und psychischen Determinanten im Determinationsgefüge der Bedürfnisse
- Ist Frieden ein Bedürfnis oder Interesse?

Prof. Dr. sc. Walter Meyer
Dr. sc. Adelheid Friedrich

LEISTUNGSVERGLEICH UND DEMOKRATIEENTWICKLUNG

Beim weiteren Ausbau der sozialistischen Gesellschaft, der sich unter den Bedingungen revolutionärer Umwälzung der Produktivkräfte und tiefgreifenden Wandlungen auf politischen, ökonomischen, sozialen und geistig-kulturellen Gebieten vollzieht, kommt dem Binnenhandel grössere Bedeutung zu. Das betrifft vor allem solche Hauptlinien der Handelstätigkeit wie:

- die Gewährleistung eines kundengerechten Angebotes, gute Bedienung, sachgerechte Beratung und eine angenehme Verkaufsatmosphäre, die Wahrung seiner Funktion, Mittler zwischen Produktion und Verbraucher zu sein;
- die Erreichung grosser wirtschaftlicher Effekte auf Grundlage echter Leistungssteigerungen bei gleichzeitiger Verbesserung der Arbeits- und Lebensbedingungen der Handelsmitarbeiter.

Bei der Lösung dieser Aufgaben, die eng miteinander verknüpft sind, gehen wir davon aus, dass der Mensch mit seinen Fähigkeiten, Interessen und Talenten das Ausschlaggebende ist. Er selbst schafft die Voraussetzungen für einen wirtschaftlichen Leistungszuwachs und für die Erhöhung seines materiellen und kulturellen Lebensniveaus.

Mit Fortschreiten der Vergesellschaftung von Produktion und Arbeit vollzieht sich in Wirtschaftseinheiten des Handels objektiv eine Bereicherung des demokratischen Potentials und eine Erhöhung der Wirksamkeit des politischen Systems. Insbesondere gilt es, den Gedanken der Übereinstimmung der individuellen mit den kollektiven Interessen, als Ausdruck der gesamtgesellschaftlichen Interessen zu vertiefen, vor allem aber die persönliche Verantwortungs-

bereitschaft für die Lösung der Aufgaben am eigenen Arbeitsplatz zu erhöhen. Wie sich zeigt, ist die Realisierung des gesellschaftlichen Eigentums ein dynamischer Prozess, der in immer stärkerem Masse kollektives Denken und Handeln im Rahmen einer Wirtschaftseinheit bedarf. Kollektives Denken und Handeln wird aber oftmals noch zu einseitig auf die Primärkollektive bezogen, die sicher eine nicht zu unterschätzende Rolle dabei spielen. Es gilt deshalb, stärker das Zwischenglied zwischen individuellen und gesellschaftlichen Interessen, die kollektiven Interessen, exakter zu fassen und herauszukristallisieren. Das Kollektiv einer Wirtschaftseinheit muss für den einzelnen Werktätigen eine spürbare Grösse werden, da die Überschaubarkeit ökonomischer Prozesse eine wichtige Bedingung der gesetzmässig wachsenden Rolle des subjektiven Faktors darstellt. Der Entfaltung der sozialistischen Demokratie als eine ökonomische Potenz, kommt dabei eine besondere Rolle zu, da letztlich über diesen Weg die Triebkräfte gesellschaftlicher Entwicklung im Sozialismus freigesetzt werden.

Die Aufgabenstellung, die sich aus der Wirtschaftsstrategie der SED in der DDR ergibt, stellt sich als neuartige Herausforderung an alle Seiten des subjektiven Faktors auch in den Wirtschaftseinheiten des Binnenhandels dar. Mit über 10 Prozent aller Berufstätigen, die im Konsumgüterbinnenhandel beschäftigt sind, ist die breite Entfaltung des Schöpferturns der Werktätigen für die immer bessere Befriedigung ihrer Bedürfnisse und Realisierung ihrer Interessen durch die qualitative Vervollkommnung der sozialistischen Demokratie das zentrale Problem der Erhöhung des subjektiven Faktors. Offensichtlich ist dies eine allgemeine Entwicklungstendenz in allen sozialistischen Ländern.

"Einen zentralen Platz vom Standpunkt der Aktivierung der Triebkräfte des Sozialismus nimmt das Problem des ökonomischen Wettbewerbs, des Leistungsvergleichs ein."¹

1) "Über die Aufgaben der Partei bei der grundlegenden Umgestaltung der Leitung der Wirtschaft.
Michail Gorbatschow// Neus Deutschland. - 1987. - 27./28. Juni

Auch im Binnenhandel der DDR, als Hauptträger der Warenzirkulation, haben diese neuartigen Herausforderungen an die Verwirklichung seiner Funktion im gesellschaftlichen Reproduktionsprozess generelle Bedeutung. Allein die Tatsache, dass 1986 ein Warenumsatz im Einzelhandel um 117,8 Milliarden Mark realisiert wurde und bis 1990 138 Milliarden Mark geplant sind, verdeutlicht seine volkswirtschaftliche und gesamtgesellschaftliche Aufgabenstellung.

"Die Leistungsfähigkeit und das Niveau des Handels, die Qualität der Versorgungsleistungen sind unter Nutzung der vorhandenen Möglichkeiten bedeutend zu erhöhen."¹⁾

Nur so ist es möglich, auch auf dem Gebiet von Handel und Versorgung den Prozess tiefgreifender Wandlungen zu vollziehen. Dabei spielt der Leistungsvergleich eine zunehmend progressive Rolle.

Der Leistungsvergleich, eine Methode der Führung ökonomischer Prozesse

Der Leistungsvergleich, der auf einer konkreten Leistungsbewertung beruht, muss in ausgewählten Positionen die Ganzheit des betrieblichen Reproduktionsprozesses erfassen und zwar auf Grundlage von Ergebnis- und Effektivitätskennziffern, wie auch Kriterien, die nicht mathematisch-statistisch messbare Leistungsaspekte (Verkaufskultur) beinhalten. Ein Problem, das zur Zeit noch nicht immer voll befriedigend gelöst ist.

Der Leistungsvergleich, dessen Ziel darin besteht, durch Gegenüberstellung die in einem bestimmten festgelegten Zeitraum erbrachten Leistungen vergleichbarer Betriebe und Kollektive durch exakte Analysen der Leistungsunterschiede und ihrer Ursachen aufzudecken und Reserven für den Abbau von Niveaufälle zu erschliessen, erfordert die umfassende

1) Bericht an den XI. Parteitag der SED. Berichterstatter: Erich Honecker. - Berlin: Dietz Verlag, 1986. - S. 98

Einbeziehung der Werktätigen in die Leitung und Planung des Kombines bzw. betrieblichen Reproduktionsprozess, in den einzelnen Leitungsebenen und -strukturen.

Dies geschieht um so wirkungsvoller, je stärker die Durchführung der Leistungsvergleiche vom gemeinsamen Bemühen und der Verantwortung aller Beteiligten getragen wird, Bestwerte in ihrer Arbeit zu erreichen. Damit wird der Leistungsvergleich zu einer wichtigen Seite der Demokratieentfaltung und ökonomische Potenz.

Auf den Leistungsvergleich als eine grundlegende Methode der politischen Führung ökonomischer Prozesse wird seit Mitte der 80er Jahre mit aller Konsequenz orientiert. Es gibt vielfältige Erfahrungen, begonnen in der Arbeit mit den Kampfprogrammen der Betriebsparteiorganisationen, den Beschlüssen der Vertrauensleutevollversammlungen der Gewerkschaft, den Orientierungen der staatlichen Leitungen, wie auch der Jugendorganisationen, den Leistungsvergleich in Verbindung mit den Erfahrungsaustausch zu nutzen und das Streben nach Bestwerten breit zu entwickeln. Die Erfahrungen der Praxis bestätigen, dass es wesentlich von der Kampfstärke der Parteiorganisation, ihrer Massenverbundenheit, ihrer Vorbildwirkung und ideologischen Wirksamkeit abhängt, die Werktätigen von der Notwendigkeit des Leistungsvergleiches zu überzeugen, damit sie sich ihm bewusst stellen und die fortgeschrittensten Erkenntnisse erfolgreich anwenden. Dabei hat es sich bewährt, die Werktätigen langfristig, möglichst in Vorbereitung auf die Plandiskussion auf den Leistungsvergleich einzustellen. Gute Ergebnisse konnten vor allem dort erreicht werden, wo im "Vorfeld" des Leistungsvergleiches die politische Haltung der einzelnen Handelsmitarbeiter beeinflusst werden konnte. Methode politischer Führung zu sein schliesst ein, das Ringen um eine hohe Effektivität der Arbeit mit der Herausbildung gesellschaftlicher Werte zu verbinden. Das erfordert ideologische, bewusstseinsbildende Arbeit zu leisten, um den Leistungsvergleich im gewissen Sinne

den Charakter einer politischen Aktion der Arbeiterklasse zu verleihen, den Leistungsvergleich als demokratische Aktivität ins Bewusstsein der Werktätigen zu heben. Gesellschaftliche Werte werden nicht im Selbstlauf "produziert". Erfahrungen unterstreichen, dass die Bereitschaft, am Leistungsvergleich teilzunehmen, durchaus differenziert ist, von sofortiger erklärter Einsatzbereitschaft, manchmal zögernd bis zu einzelnen Vorbehalten. Da der Leistungsvergleich, der vorwiegend die subjektiven Seiten der Werktätigen anspricht, zugleich objektive Bedingungen für einen bestimmten Zeitraum unterstellt, vor allem Unterschiede im Leistungsniveau, Unterschiede in der Leistungsfähigkeit des subjektiven Faktors aufdeckt, macht ihm zur grundlegenden Methode politischer Führung ökonomischer Prozesse.

Deshalb gilt es vor allem darauf zu achten, dass

- zwischen den vergleichenden Kollektiven annähernd gleiche Bedingungen bestehen;
- der Betriebsplan den wichtigsten Leistungsmaßstab bei der Aufdeckung und Nutzung der Leistungsreserven bildet; und alle Aktivitäten der Werktätigen auf eine allseitige Planerfüllung und Übererfüllung gerichtet werden;
- die Führung des Leistungsvergleiches organisch mit anderen Führungs- und Leitungsmethoden verbunden und zu einem Bestandteil des innerparteilichen und dem Gewerkschaftsleben werden;
- eine enge Verknüpfung der Durchführung und Auswertung des Leistungsvergleiches mit der materiellen und moralischen Stimulierung besteht.

In der Handelspraxis hat sich der Leistungsvergleich als Bestandteil des sozialistischen Wettbewerbs entwickelt. Dies ermöglicht, den Wettbewerb konkreter zu führen und Bedingungen für eine schnelle Überführung von Erfahrungen und Bestleistungen im Massenumfang mit hoher ökonomischer Wirkung zu schaffen.

Um ein stärkeres Ausrichten der Leitungstätigkeit auf die enge Verbindung von Leistungsvergleichen, sozialistischem Wettbewerb und der Neuererbewegung, als demokratische Formen der Entwicklung von Masseninitiativen für den notwendigen Leistungszuwachs zu erreichen, haben sich nachstehende Methoden und Wege bewährt:

1. Das enge, koordinierte Zusammenwirken der staatlichen Leitung mit der Gewerkschaft und der Jugendorganisation unter Führung der Parteiorganisation, durchgehend auf allen Leitungsebenen, um einheitliche Massstäbe, Schwerpunkt und Aufgaben für die Initiativentwicklung der Werktätigen herauszuarbeiten und durchzusetzen.
2. Die zielgerichtete politisch-ideologische Vorbereitung der Kollektive, die Schaffung einer kritischen und schöpferischen Atmosphäre, durch die Orientierungen auf die Erfahrungen, die sich aus dem Leistungsvergleich ergeben, um die kollektiven und persönlichen Verpflichtungen im Wettbewerb zu untersetzen.
3. Die Schaffung entsprechender Leitungs- und Arbeitsbedingungen, um bei den Werktätigen die erforderliche Leistungsbereitschaft, vor allem aber die Bereitschaft, sich ehrlich und kritisch einem Vergleich der Leistungen zu stellen, auszuprägen. Das betrifft die rechtzeitige Planaufschlüsselung, die Verbesserung der betriebswirtschaftlichen Vorarbeiten ebenso, wie die aktive Unterstützung der Werktätigen bei der Realisierung ihrer Verpflichtungen und Aufgaben.
4. Die Qualifizierung der analytischen und der langfristigen konzeptionellen Arbeit, um die Wirksamkeit der politischen Führung der Masseninitiative zu erhöhen. Untersuchungen zu dieser Problematik haben wiederholt bestätigt, dass die Analyse der angewandten Formen und Methoden bei der politischen Führung der Masseninitiative gemäß der Dynamik der Anforderungen zu verstärken ist. Die daraus resultierenden Konsequenzen sind in gesonderten Abschnitten

wichtiger Führungsdokumente (Intensivierungskonzeptionen, Wettbewerbskonzeption, Betriebskollektivvertrag u. a.) zu fixieren und so in direktem Zusammenhang mit langfristigen Entwicklungskonzeptionen zur Versorgung der Bevölkerung, zur Erhöhung der ökonomischen Leistungskraft und zur Durchsetzung des wissenschaftlich-technischen Fortschritts durchzusetzen.

Wie sich zeigt, ist es notwendig, beim Leistungsvergleich Klarheit über den Leistungsbegriff zu haben. Zu den gleichen Bedingungen für die Mess- und Vergleichbarkeit der Leistungen gehört die gleiche Auffassung zum Leistungsbegriff. Für den Binnenhandel ist das von besonderem Gewicht, sicher aber zugleich allgemeingültig für alle Bereiche der Volkswirtschaft. Generell gilt, dass jeder Leistungsvergleich, um erfolgreich zu sein, aus volkswirtschaftlicher Sicht geführt werden muss. Dies ist teilweise eine noch nicht voll bewältigte Problematik. Fortschritte bei der Erreichung hoher Leistungen dürfen nicht zu Lasten anderer Arbeitskollektive oder Wirtschaftsbereiche gehen. (Transporteinsparung auf Kosten kontinuierlicher Versorgung, Kostensenkung, die zur Minderung der Qualität führen, wie andererseits Erhöhung des Niveaus der Handelskultur, die Ökonomie nicht schmälern darf.)

Fortschritte in der Ökonomie müssen immer die Einheit von Wirtschafts- und Sozialpolitik zur Grundlage haben. Es gilt folglich, den komplexen Charakter des Leistungsvergleiches zu beachten und stärker auszuprägen. Mit dem komplexen Leistungsvergleich wird die Verantwortung für das Ganze d. h. Einheit von Wirtschafts- und Sozialpolitik als Hauptkampf-
feld, als Kern unserer Wirtschaftsstrategie weiter erhöht.

Neue Möglichkeiten in der Leistungsbewertung als Grundlage des Leistungsvergleiches sind die breite Einführung und Anwendung moderner Rechentechnik zur Aufbereitung zuverlässiger Daten. Hier ergeben sich neue Möglichkeiten der Führung des Leistungsvergleiches, die es gilt, umfassender

auszuschöpfen. Eine solche Reserve sehen wir im territorialen Leistungsvergleich zwischen Wirtschaftseinheiten unterschiedlicher Eigentumsformen. Hier sind vor allem staatliche Organe, gesellschaftliche Organisationen unter Führung der Partei der Arbeiterklasse gefordert. Der Leistungsvergleich zwischen den Wirtschaftseinheiten, ihren Kollektiven und den einzelnen Werktätigen gehört zu den Vorzügen der sozialistischen Gesellschaft, ihn im wachsenden Masse zur Geltung zu bringen, ist eine spezifische Form der Einbeziehung der Werktätigen in das System der Leitung, Planung und wirtschaftlichen Rechnungsführung in der DDR.

А. Барник
доц., доктор философских
наук

Лейпцигская высшая
торговая школа. ГДР

О СОДЕРЖАНИИ И ЗНАЧЕНИИ КАТЕГОРИЙ ПОТРЕБНОСТЕЙ И СПРОСА

В статье раскрывается сущность и содержание категорий потребностей и спроса, дается их определение. Рассматривая содержание этих категорий подчеркивается различия имеющиеся в терминологии, применяемой экономистами в различных странах. На основе изучения и обоснования взаимосвязи и различий в понятиях потребностей и спроса, раскрытия их содержания дается четкое научное определение исследуемых категорий.

В. Мейер, профессор
А. Фридрих, доктор
Лейпцигская высшая
торговая школа. ГДР

СОПОСТАВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ И РАЗВИТИЕ ДЕМОКРАТИИ

В статье показано, как возрастает роль торговли в результате экономического развития общества и рассматриваются проблемы, связанные с обеспечением сбалансированности общественных и индивидуальных интересов, влияние объективных и субъективных факторов на развитие торговли. Особое внимание уделяется методике сопоставления и оценке результатов торговой деятельности, как одного из методов управления экономическими процессами.

СО Д Е Р Ж А Н И Е

<p>Одина Е.М. Изд-во "Экономика"</p>	<p>договорно-заказной механизм как условие удовлетворения потребностей населения в товарах</p>	<p>3</p>
<p>Соломатин О.В. МНХ им. Г.Шлеханова</p>	<p>Организационно-экономический механизм взаимодействия торговли с производством</p>	<p>10</p>
<p>Бегер С.А., Елева Н.В. ЛГУ им. И.Стучки</p>	<p>Пути совершенствования межотраслевых агропромышленно-торговых связей</p>	<p>21</p>
<p>Виднер Е.А., Рамза М.Л. ЛГУ им. И.Стучки</p>	<p>Управление кооперативной промышленнос- тью как интегрированной составной час- тью агропромышленного комплекса</p>	<p>28</p>
<p>Сергеев А.В. Мин-во тор- говли Латв ССР</p>	<p>Хозяйственный механизмы и проблемы долгосрочных хозяйственных связей</p>	<p>36</p>
<p>Хмеладзе Н.Ш. ТГУ</p>	<p>Экономические связи оптовой книжной торговли с книгоиздательскими и розничными организациями</p>	<p>45</p>
<p>Рудух И.А. ЛГУ им. И.Стучки</p>	<p>Социальный заказ производству и торговле</p>	<p>53</p>
<p>Степанович В.В. ЛГУ им. И.Стучки</p>	<p>Промыленно-торговая интеграция и задачи перестройки в изучении спроса .</p>	<p>63</p>
<p>Розе А.Л. ЛГУ им. И.Стучки</p>	<p>Этапы развития концессионного маркетинга ..</p>	<p>73</p>
<p>Рудух И.Э. ЛГУ им. И.Стучки</p>	<p>Коммерческая работа как средство повы- шения эффективности торговли</p>	<p>79</p>

АКулич И.Д. ЛГУ им. П.Стучки	Разработка концессии моды и ассортимента – составная часть процесса управления производством и реализацией товаров	90
Иваницкий В.И., Лиениня Р.А., Виксиниш М.А. ЛГУ им. П.Стучки	Эффективность хозяйствования в торговле	95
Бельчиков Л.М. ЛГУ им. П.Стучки	Проблема обеспечения эластичности хозяйственных решений (опыт ЧССР)	104
Данько Т.П., Окрут З.М. МИН им. Г.Механова	подход к оценке эффективности технического перевооружения на оптовых торговых предприятиях	109
Чиговска В. Экономический ин-тут, г.Братислава	О некоторых вопросах организации торговли в Словацкой Социалистической Республике	122
Медие И.А. ЛГУ им. П.Стучки	Пути повышения эффективности использования сети предприятий общественного питания	126
Кэхрис О.Э., Хашенков В.В. ЛГУ им. П.Стучки	К вопросу о рациональном размещении магазинов в крупных городах	131
Виестова К. Высшая экономическая школа, г.Братислава	Модель размещения торговой сети в центре Братиславы	135
Брызгалова П.И. МИН им. Г.Механова	Некоторые вопросы развития кооперативной торговли на современном этапе	139
Лиела Э.П. ЛГУ им. П.Стучки	Управление оборотными средствами в государственной торговле	147

Билинска Л.Я. ЛГУ им. П.Стучки	Резервы повышения производительности труда в торговле 156
Пурвия Д.А. ЛГУ им. П.Стучки	Торговые услуги в потребительской кооперации 163
Прахар В. Высшая экономическая школа, г.Братислава	Человек в торговле 170
Гармен Р.Л. ЛГУ им. П.Стучки	Новый подход к обучению специалистов в области торговли 181
Кукаренко М.В. ЛГУ им. П.Стучки	Научно-технический прогресс и международное правовое регулирование.. 181
Barnick H. Высшая торговая школа, г.Лейпциг	Ober Inhalt und Bedeutung der Kategorien Bedürfnis und Bedarf 187
Meyer W. Friedrich A. Высшая торговая школа, г.Лейпциг	Leistungsvergleich und Demokratieentwicklung 198

ДЫ ЗАМЕТОК

**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ТОРГОВЛИ
В УСЛОВИЯХ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА**

Сборник научных трудов

Рецензенты: О. Каннениекс, зав. отделом Латвийского филиала ВНИИКСа;

Я. Линдберго, директор Латвийского филиала ВНИИКСа;

В. Семашко, зав. отделом экономического анализа НИИП Госплана Латвийской ССР.

Редакторы: А. Розе, О. Гордеева, А. Яковича
Технический редактор З. Янсоне
Корректор И. Балодэ

Подписано к печати 06.12.1988. ИГ 09500 Ф/б 60x84/16.
Бумага М1. 13,6 физ. печ. л. 12,6 усл. печ. л. 10,3 уч. изд. л.
Тираж 290 экз. Зак. № 1448 Цена 2 р. 10 к.

Латвийский государственный университет им. П. Стучки
226098 Рига, б. Райниса, 19
Отпечатано на ротаприте, Рига 226050, ул. Вейденбаума, 5
Латвийский государственный университет им. П. Стучки

395198

526

92

2 p. 10 k.

A-89
217

LATVIJAS UNIVERSITĀTES BIBLIOTĒKA



0509004839