

ОРГАНИЗАЦИЯ
ИЗУЧЕНИЯ
СПРОСА
И ТОВАРНОГО
ОБРАЩЕНИЯ

Министерство высшего и среднего специального образования
Латвийской ССР
Латвийский ордена Трудового Красного Знамени
государственный университет имени Петра Стучки
Кафедра экономики торговли

ОРГАНИЗАЦИЯ ИЗУЧЕНИЯ СПРОСА И ТОВАРНОГО ОБРАЩЕНИЯ

Межвузовский сборник научных трудов

Под общей редакцией Р.Гарлеж



Латвийский государственный университет им. П.Стучки
Рига 1979

В настоящем сборнике рассмотрены теоретические, методологические и проблемные вопросы организации процесса товарного обращения на современном этапе в соответствии с экономической политикой КНСС и требованиями экономических законов социализма.

В отдельных статьях исследуются проблемы научного управления торговлей, вопросы административного управления оперативным процессом формирования ассортимента товаров изучения и прогнозирования спроса, методологические проблемы прогнозирования розничного товарооборота по территории республики, эффективность капитальных вложений и основных фондов торговли, совершенствование методов продажи и форм обслуживания.

Сборник рассчитан на работников органов управления торговли, руководителей торговых организаций и предприятий, научных работников, преподавателей и студентов вузов экономических факультетов.

Печатается по решению редакционно-издательского совета
ЛГУ им.П.Стучки от 29 июня 1979 года

О 10808-094у рез.-79
М 812(II)-79

© Латвийский государственный
университет им.П.Стучки, 1979

Проф. д-р Р. Лоос
Высшая торговая школа г. Лейпцига,
Я. Бельчиков,
канд. экон. наук
ЛГУ им. П. Стучки

Проблемы эффективной работы руководителя в социалистической торговле

Совершенствование управления экономикой на современном этапе немислимо без роста эффективности работы руководящих кадров и, в первую очередь, директоров предприятий, объединений и других хозяйственных единиц. Иначе невозможно дальнейшее развитие всех прочих сторон управления экономикой — планирования, организации хозрасчета, мобилизации коллектива на выполнение поставленных перед ним задач, а говоря обобщенно, четкое выполнение всех функций и задач, реализуемых в сфере руководства и управления.

В настоящее время повышение эффективности деятельности субъектов управления и в СССР, и в ГДР приобретает все большее значение. Это обусловлено усилением динамики и возрастанием сложности наших экономических систем. Становится очевидным, что динамика управления социалистической экономикой должна соответствовать динамике самого народного хозяйства. На это нацеливают и директивные партийные документы.

Решения XXV съезда КПСС и IX съезда СЕПГ с одинаковой силой подчеркивают политическое, экономическое и социальное значение эффективного управления социалистической экономикой. "Современный руководитель, — говорил на XXV съезде КПСС товарищ Л.И. Брежнев, — должен органически соединять в себе партийность с глубокой компетентностью, дисциплинированность с инициативой и творческим подходом к делу".¹ Необходимо, отмечает Генеральный секретарь СЕПГ тов. Э. Хонеккер, "учитывать во всех качественных и количествен-

¹ Материалы XXV съезда КПСС. М., 1976, с. 70.

ных требованиях то обстоятельство, что уже сегодня должна вестись подготовка к решению задач, намеченных на 1981 и 1985 годы".¹

Сказанное целиком относится к к внутренней социалистической торговле, роль и значение которой от пятилетки к пятилетке в обеих наших странах неуклонно возрастают. Как показывают, в частности, исследования специалистов Лейпцигской Высшей торговой школы и Латвийского госуниверситета им. П. Стучки в механизме функционирования и управления торговлей в масштабах ГДР и союзной республики есть немало общего. Сегодня мы можем, очевидно, развить этот вывод в том отношении, что черты принципиального сходства, общности и единства имеются также в общественных требованиях, предъявляемых к руководителям торговли, и (в меньшей мере) также в самой деятельности этих руководителей и путях повышения ее эффективности.

С ростом масштабов и задач коммунистического строительства требования к руководящим кадрам торговли как в СССР, так и в ГДР все более повышаются. Газетным троизмом стало утверждение, что от инициативы и ответственности, идейности и деловитости руководителей, от их организаторского таланта ныне во многом зависит успешное решение задач, стоящих перед торговлей. Однако исследователям этот тезис не просто представляется верным — они наполняют его конкретным содержанием, соответствующим специфике управления отраслью на данном этапе. На наш взгляд, в проблематике совершенствования работы руководителя социалистической торговли сегодня можно выделить 5 наиболее актуальных узловых структурно-аналитических комплексов: 1) общественные требования к повышению эффективности управления торговлей; 2) статус современного руководителя в социалистической торговле; 3) характер управления торговлей на современном этапе; 4) субъективный фактор и психологические основы

¹ Honecker E. Die sozialistische Revolution in der DDR und ihre Perspektiven — Neues Deutschland, 1977, 27.09. S.5.

управления торговлей; 5) критерии оценки работы руководителя в торговле. Эти группы проблем нашли также отражение в июльском 1977 г. постановлении ЦК КПСС и Совета Министров СССР "О мерах по дальнейшему развитию торговли" в той его части, где анализируются недостатки в подборе, обучении и воспитании кадров торговых работников, а также в ряде директивных документов ЦК СЕИГ последних лет.

В настоящей работе предпринята попытка структурно-постановочного анализа указанных проблем в наиболее общих чертах.

I. Общественные требования к повышению эффективности управления торговлей

Требования, предъявляемые к работе руководителя во внутренней торговле, определяются объективным значением следующих факторов экономического и социального плана:

- стабильное, планомерное снабжение населения товарами народного потребления на все возрастающем уровне имеет большое политическое значение для осуществления политики партии, направленной на дальнейшее повышение материального и культурного уровня жизни народа;

- совершенствование планомерно-посреднической функции торговли между производством и индивидуальным потреблением способствует интенсификации народнохозяйственного производства;

- совершенствование работы местных торговых организаций в городе и селе необходимо для удовлетворения растущих потребностей трудящихся.

При этом с особой рельефностью выступает сегодня та тесная связь, которая существует между успехами и недостатками в торговой деятельности, с одной стороны, и уровнем деятельности руководителя, его квалификацией, инициативой и способностями - с другой. Конечно, на уровень управления торговыми предприятиями влияет большое число объективных

факторов (как, например, степень оснащенности современной торговой техникой и оборудованием, сознательность и квалификация рабочего коллектива, организация товародвижения, НОТ и др.), но работа руководителя, его личная инициатива, способность к принятию необходимых решений и их последовательному осуществлению также имеют огромное значение. Это ставит перед наукой управления две задачи. Во-первых, необходимо глубже исследовать теоретические основы эффективной личной работы ответственных руководителей. Во-вторых, следует проанализировать опыт успешно работающих руководителей, чтобы выбрать в какой-то мере "образцы" правильной управленческой деятельности.

Основные направления повышения эффективности управления торговлей на современном этапе выглядят следующим образом:

- дальнейшее укрепление демократического централизма и, прежде всего, совершенствование государственного руководства и планирования снабжения населения товарами, а также государственного планирования и регулирования торговой деятельности во всех звеньях государственного управления, включая местные органы власти;

- повышение той стороны эффективности управления, которая влияет на политико-воспитательный процесс, формирует сознание и вырабатывает инициативу у работников торговли;

- совершенствование механизма воздействия со стороны управления торговлей, повышение его организационного уровня и функциональной надежности;

- значительное совершенствование прогнозирующего характера управления торговлей наряду с обеспечением стабильного выполнения текущего плана;

- рационализация структуры управления и издержек управления.

Отсюда и вытекает статус руководителя в современной социалистической торговле, возможности совершенствования его работы, которые, разумеется, зависят от ситуации на каждом

торговом предприятии, в каждой торговой системе, однако должна органически сочетаться с упомянутыми выше основными направлениями и служить делу их реализации.

3. Статус современного руководителя в социалистической торговле

Главными особенностями положения руководителя любого звена внутренней торговли в странах социализма можно считать следующие признаки, характерные для данной системы:

- руководитель любого ранга претворяет в жизнь политику партии и несет ответственность за решение задач, поставленных партией на современном этапе;

- директор торгового предприятия или объединения является членом и представителем государственной системы управления социалистическими хозяйствами, при его посредстве государство реализует ту или иную хозяйственно-организаторскую функцию;

- по отношению к общественной собственности на средства производства руководитель занимает такое же социально-экономическое положение, как и все трудящиеся, т.е. в сфере торговли его деятельность является общественно необходимой;

- труд руководителя специфичен в том отношении, что призван обеспечить единство торгового процесса, взаимосвязь функций управления им;

Управление социалистической экономикой на практике является процессом социального взаимодействия между руководителем и коллективом, в котором происходит и осуществляется многостороннее влияние на развитие личности. Общая специфика функций руководителя заключается в разворачивании инициативы трудящихся, ориентации коллектива на выполнение плана и сплочение трудового коллектива для решения актуальных задач. Важнейшая функция руководителя, очевидно, состоит в том, чтобы быть интегратором коллектива и обеспечивать его однородность, ставя перед ним реально достижимые

цели и проводя воспитание каждого работника через "призму" коллективных интересов.

Роль политико-воспитательной функции современного руководителя подчеркнута Л.И. Брежневым на XXV съезде КПСС: "... на любом участке руководитель обязан учитывать и социально-политические, воспитательные аспекты..."^I (подробнее о функциях руководителя см. п. IV).

Поле деятельности руководителя является единый процесс управления во взаимодействии всех своих сторон. Процесс управления торговлей представляет собой неразрывное единство следующих трех сторон:

- постановка общественно адекватных целей и задач коллектива (конкретизация и детализация государственных плановых задач) и обеспечение их выполнения;

- управляющее воздействие на коллектив с помощью воспитательно-идеологических, экономических и организационно-административных методов управления;

- осуществление специфического процесса управления, предметом труда в котором является исходная оперативная и прогностическая информация, а также результативная информация о последствиях принятых решений. Технологическая структура процесса управления хорошо известна, ядром ее является принятие решений.

Естественно, что в процессе управления огромную роль играет субъективный фактор, т.е. личность руководителя как таковая и его приверженность к тому или иному стилю управления. Однако любой руководитель социалистического типа обязан исходить из ряда основополагающих принципов, отличающих его труд, например, от "менеджеризма" и т.п. А именно - из ленинских принципов демократического централизма и единоначалия руководителя, соотношения личной ответ-

^I Материалы XXV съезда КПСС. М., 1976, с.70.

ственности и коллективного обсуждения;

- управленческо-научные принципы управления и инициативы трудящихся, единства задач и ответственности, прав и обязанностей;

- принцип согласования между местом субъекта управления в системе управления, его задачами и полномочиями, с одной стороны, и потребностью в информации - с другой.

Наконец, нельзя не видеть большого практического значения специфического характера управления той или иной отраслью, что во многом определяет специфику труда руководителя, работающего в этой отрасли.

3. Характер управления торговлей на современном этапе

Управление в торговле носит сегодня комплексный характер. Следовательно, и ответственность руководителя носит комплексный характер. Он целиком отвечает перед обществом за выполнение задач, поставленных перед доверенным ему предприятием, а также за воспитание коллектива предприятия. Это отражается на характере работы самого руководителя. Любое одностороннее увлечение, любое изолированное исследование того или иного аспекта работы должно быть признано в корне неправильным.

Поскольку управление социалистической экономикой носит единый характер с точки зрения целей и методологии, то существуют общеобязательные принципы и методы управления, конкретизируемые соответственно условиями отраслей и сфер и модифицируемые соответственно индивидуальным качествам каждого руководителя. Но при этом следует избегать схематизма, односторонней ориентации на специфические требования отрасли или предприятия, что неизбежно влечет за собой ведомственный подход, подчеркивание субъективных условий и, наконец, субъективизм, волюнтаризм руководителя.

Управление торговлей носит конкретный характер, который исходит из задач снабжения, условий воспроизводства пред-

приятия или отрасли и особенностей товарного ассортимента и объем товарооборота (оптовой и розничной торговли). Об этом не следует забывать при установлении правильного соотношения между абстрактным и конкретным, между "формулой" и ситуативной реакцией в процессе управленческой работы руководителя торговли.

Несмотря на то, что руководитель облечен широкой ответственностью, он должен по роду своей деятельности прежде всего концентрировать усилия на основных пунктах управления. Этими пунктами для руководителя хозяйственной единицы в торговле товарами народного потребления на длительные сроки являются:

- планирование и контроль снабженческой деятельности предприятия;
- интенсификация товарооборота, сопровождаемая ускорением научно-технического прогресса в торговле;
- создание предпосылок для развертывания инициативы трудящихся, забота о бытовых и трудовых условиях членов коллектива;
- высокое качество и эффективность работы коллектива торгового предприятия.

Существует диалектическое единство управления, нацеленного на выполнение плана и достижение эффективности в текущем процессе торговли, с одной стороны, и управления, создающего условия для увеличения эффективности в будущем торговом процессе путем внедрения научно-технических достижений - с другой. Стабильность текущего торгового процесса создает благоприятные условия, для работы руководителя, ориентированные на перспективу, а высокий уровень этой последней является важным условием стабильности торгового процесса в следующем периоде. Любое одностороннее подчеркивание концептуальной работы или, напротив, оперативного обеспечения выполнения плана неверно.

Руководитель торгового предприятия разделяет свою ответственность с аппаратом управления. Чем больше размеры торгового предприятия и чем сложнее становится торговый процесс, тем важнее руководителю понять диалектику между своим решением и своими действиями и координированными действиями всех руководящих сотрудников, организовать рациональное распределение труда и кооперацию управленческой деятельности. Ориентироваться на то, чтобы все на предприятии знать самому и единолично принимать самостоятельные решения или же самому руководить всем торговым процессом, не реально; невозможно и ведет к подрыву процесса управления. При таком подходе (к сожалению, все еще бытующем кое-где на практике) отдельные, подчас важные звенья торгового процесса "проваливаются", становятся неуправляемыми. Снижается и работоспособность руководителя, и уровень руководства предприятием, т.е. выполнение торговым предприятием поставленных перед ним задач оказывается под угрозой. Альтернативой этому являются взаимоотношения с вышестоящими органами, принятие руководителем решения, на основе согласованных действий аппарата, постановка им целей, задач, направлений, условий выполнения плана, контроль по всем основным вопросам деятельности предприятия и общее руководство воспитательной работой в коллективе.

4. Субъективный фактор и психологические основы управления торговлей

Личная деятельность руководителя, равно как и весь процесс управления, направлена на то, чтобы осуществлять функции управления в торговом подразделении в их единстве и взаимодействии. Однако содержание работы руководителя не может быть сведено к реализации частичных функций управления. Оно не исчерпывается функциональными действиями, а включает в себя момент личностного творчества, характерологический момент.

Рассмотрим вкратце оба аспекта субъективно-управленчес-

кой деятельности.

I. Функциональный аспект (субъективный фактор).

Частичные функции управления (планирование, мобилизация, стимулирование, организация, оперативное управление, регулирование, контроль) реализуются в качестве функциональных составных частей работы руководителя. При этом "оперативное руководство" и "контроль" как бы сливаются в единую функцию управленческого труда, поскольку с точки зрения положения и ответственности руководителя оперативная управленческая деятельность всегда является контролем за осуществлением принятых им решений и эффективностью его воспитательной работы, а контроль для руководителя всегда является оперативным руководством (указания, дополнения, корректировки, запланированные мероприятия и т.п.).

Целенаправляющая и задачепостановочная функция руководителя содержит в себе прежде всего планирование и квалифицированное принятие решений на как можно более широкой, объективной основе, опирающейся на фундаментальную аналитическую работу.

Мобилизующая функция руководителя относится к коллективу как торгового подразделения, так и его управленческого аппарата. В непосредственной связи с этой функцией находится стиль работы и управления как основной вид воздействия руководителя на подчиненных.

Организирующая и координирующая функция руководителя содержит в себе, прежде всего, определение основных пунктов собственной управленческой деятельности, организационную установку согласованного, рационального хода выработки решения всем аппаратом управления с личным решением руководителя как конечным результатом, а также рациональную организацию работы самого руководителя.

Функция, обеспечивающая выполнение задач руководителя, касается, прежде всего, личных задач руководителя в ходе оперативного управления осуществлением плана и определением основных вопросов контроля.

Несмотря на многосторонний характер этих функций в комплексной работе руководителя, они имеют вполне ясную специфику с точки зрения теоретического анализа и практически. Важнейшей задачей поэтому является овладение ими в управленческой практике, успешность которого определяется психологическими моментами управления.

2. Психологические основы управления торговлей.

Можно выделить по меньшей мере пять качеств, необходимых руководителю торгового коллектива: а) партийность, б) компетентность, в) дисциплинированность, г) инициатива, д) личные качества. Не останавливаясь на разборе каждого из них и, безусловно, признавая примат партийности в этой совокупности черт руководителя, отметим, что в непосредственной связи с ними находится успешность овладения ленинским стилем управления. Этот стиль предполагает партийность, деловитость, гласность, дисциплину, требовательность к себе и подчиненным, непримиримость к бюрократизму и бесхозяйственности, простоту и скромность. К ленинскому стилю руководства, по-видимому, ближе всего демократический тип отношения к подчиненным, который характеризуется стремлением к коллективному обсуждению вопросов, систематической информации коллектива о положении дел, правильной реакцией на критику.

Однако мы не можем согласиться с механическим противопоставлением демократического и авторитарного типов руководства. В определенных ситуациях руководитель-демократ не только должен, но и обязан усвоить некоторые черты авторитарного руководителя, без его крайностей, и это вряд ли можно считать отступлением от ленинского стиля руководства. К таким чертам в ситуациях "прорыва" и "развала работы" относятся централизация власти, жесткое администрирование, ограничение обсуждений и самовластное решение неотложных вопросов.

Поскольку совокупность применяемых методов и приемов

управления трудовым коллективом в известной мере зависит от личных качеств человека, в последнее время в исследованиях по специфике управления торговлей все больший акцент делается на психологические стороны этого процесса.

В настоящее время психологами выделен определенный комплекс качеств, присущих, так сказать, натуре руководителя. Это специфические особенности, относящиеся к таким психическим процессам, как восприятие, внимание, память, воображение и мышление. Этот комплекс качеств имеет особую значимость для руководителя торговой сферы, поскольку в данной сфере в рамках любого подразделения, любой действующей единицы ежедневно мы наблюдаем множество психологических контактов. Более того, в торговле психологические моменты входят существенным образом в структуру действий каждого члена коллектива.

Руководитель должен обладать аналитико-синтетическим типом восприятия, для которого характерны наблюдение, описание фактов и их объяснение. Этот тип восприятия в известной мере гарантирует от предвзятости суждений.

Внимание руководителя должно быть произвольным, большой концентрации и устойчивости. В то же время он должен обладать способностью быстрого переключения внимания, что особенно важно для быстро меняющейся торговой ситуации.

Для руководителя важна быстрая, долговременная, точная, оперативная и достаточно объемная память. Не может быть руководителя, у которого не развито воссоздающее и творческое воображение - залог продуктивного предвидения и планирования.

Руководителю торгового коллектива должно быть в большей мере свойственно практическое, а не абстрактно-теоретическое мышление. Это предполагает способность в короткий срок анализировать различную информацию, а также простоту и ясность мысли в решении конкретных задач.

Помимо этих общих психологических качеств, руководитель

в сфере торговли должен обладать суммой специфически психологических свойств, среди которых хотелось бы подчеркнуть так называемую подготовленность. Это свойство руководителя означает наличие у него специальных знаний, умений и навыков, определенной квалификации. Для руководителей подготовленность должна включать в себя и готовность к передаче специальных знаний, умений и навыков другим работникам, обучение на личном примере. По мнению ряда психологов, эта готовность к педагогическому процессу должна занимать одно из первых мест среди личностных качеств руководителей в торговле.

Важное значение для руководителя имеют специфически организаторские свойства личности, а для торгового руководителя - в первую очередь практически-психологический ум и психологический такт. Первое из указанных свойств проявляется в способности распределить обязанности участников коллективной работы наилучшим образом, быстро ориентироваться в конфликтных ситуациях, чувствовать психологический климат, схватывать и учитывать особенности взаимоотношений людей в малых группах. Второе же свойство есть мера подхода к людям при установлении с ними взаимоотношений в ситуации взаимодействия, и выражается оно в способности быстро найти верный тон и форму общения с окружающими, в способности речевой адаптации к разным людям, простоте и естественности в обращении с людьми и в целом - в объективном подходе к людям и умения доказать им свою объективность.

5. Критерии оценки работы руководителя в торговле.

Основным и всеохватывающим масштабом оценки является конкретный вклад руководимого торгового подразделения в осуществление социально-экономической политики партии и выполнение поставленных задач.

Этот вклад можно конкретизировать по четырем направлениям (критериям):

- степень осуществления ориентации на решения партии в сфере ответственности руководителя;
- уровень разработки и выполнения реальных планов; качество и эффективность работы руководящего подразделения;
- вклад в развитие личности членов коллектива, а именно, их инициативы, условий труда и быта;
- соответствие деятельности руководителя социалистическим нормам; эффективность и рациональность системы управления и применяемого метода работы руководителя.

Понятно, что односторонняя оценка руководителя по одному из этих четырех критериев является в такой же мере недостаточной, как и огульная, глобальная оценка без учета конкретных вопросов, существенных для оценки деятельности руководства. Не требует доказательств, что научная оценка руководителя предъявляет высокие требования к стилю работы руководителей различных звеньев аппарата управления. Но лишь при этом условии она вообще возможна как мотивирующая и стимулирующая дальнейшую работу оценка.

Выводы

1. Работу руководителя в социалистической торговле можно характеризовать как совокупность его деятельности по выполнению общественной задачи, т.е. разделению ответственности, реализации личных задач, прав и обязанностей в процессе управления в своей сфере ответственности, пониманию задач и ответственности, прав и обязанностей, исходящих из того, что он является представителем структурного звена в системе управления отраслевого или территориального профиля.

2. Деятельность руководителя осуществляется согласно требованиям объективных общественных законов, действующих в сфере его ответственности и находящих свое выражение в решениях партии, с применением общих принципов социалистического управления, использованием методов социалистичес-

кого управления, а также имеющейся техники управления.

3. В работе руководителя важную роль играют психологические качества личности — характер, темперамент, отношение к общественной задаче, квалификация, опыт и т.п. Они составляют психологическую основу предпочтения методов, приемов, способов управления (стиля управления) и оказывают влияние на результаты, достигаемые в процессе руководства. Это является выражением растущего значения субъективного фактора в управлении торговлей.

4. Влияние этого субъективного фактора управления, который, по сути дела, носит такой же объективный характер, как и закономерности и принципы социалистического управления, необходимо тщательно учитывать при оценке личной работы руководителя. Эффективная работа руководителя в торговле является всегда выражением и результатом единства объективного и субъективного моментов, причем объективные общественные законы и отражающие их принципы социалистического управления экономикой играют первостепенную роль.

К роли политической организации в социалистическом предприятии

Торговый институт Высшей торговой школы г. Лейпцига в 1976 году в торговых предприятиях провел исследования о роли и значении государственных и негосударственных органов и организаций при эффективной организации торгово-снабженческих процессов и вытекающих из этого объективных требований к хозяйственным управлениям.

При этом было установлено, что от общественных сил, действующих в социалистическом предприятии, исходит много импульсов для развития инициативы, которая в конечном итоге ориентирует на выполнение сформулированной IX съездом Социалистической единой партии Германии основной задачи "... дальше по вышать материальный и культурный уровень жизни народа на основе высоких темпов развития социалистического производства, повышения эффективности, научно-технического прогресса и роста производительности труда ..." (I, с.7).

Проведенные исследования подтверждают, что политические процессы закономерно все теснее объединяются с хозяйственными процессами.

Как показатель превосходства социализма, так коллективный труд между производством и торговлей в настоящее время в возрастающей мере выполняется также и общественными организациями. В общей работе по изучению рынка и спроса, разработке ассортимента, интенсификации товарного движения, деятельности отраслевых рабочих групп и т.д. возникает необходимость в проведении единой политической линии и вопрос "как".

Партийные совещания, совещания в комиссиях профсоюза и молодежного союза по основным вопросам производственного труда уже относятся к оправдавшей себя общей практике управления. Взаимодействие общественных сил будет особенно показательным при осуществлении научно-технического прогресса в отрасли

хозяйства внутренняя торговля. Этот вопрос является в настоящее время первостепенным. Основной проблемой при этом является полное развертывание инициативы всех трудящихся и социалистического коллективного труда между рабочими, техниками и учеными.

В торговых предприятиях, где проводились исследования, имеется от 12 до 15 документов или рабочих программ, отражающих развертывание инициативы масс по решению поставленных перед торговлей задач. Самым важным из них являются:

план предприятия на текущий год с отдельными разделами, концепции по интенсификации торгово-снабженческих процессов резолюции о принятии планов работы и другие принципиальные решения партийных организаций предприятий (Социалистической единой партии Германии),

коллективный договор и его приложения на соответствующий планируемый год,

решения общего собрания доверенных лиц по ведению социалистического соревнования,

ударные программы первичных организаций социалистического союза молодежи,

рабочие программы организаций предприятий Германско-Советская дружба.

Эти документы демонстрируют как специфическую, так и общую ответственность государственного управления и общественных организаций. Такие документы, как коллективный договор, план продвижения молодежи, концепция интенсификации отражают прямое взаимодействие общественных сил. Для осуществления своих многообразных задач отдельные звенья политической организации располагают рядом органов и комиссий, которые со своей стороны охватывают широкий круг возможностей по привлечению трудящихся к решению производственных задач.

В исследованных предприятиях сложились и оправдали себя следующие формы тесного взаимодействия общественных сил, которые можно разделить на 3 основные формы:

1. Постоянные формы коллективного труда отдельных звеньев и элементов политической организации в предприятии:

служебные совещания директора при участии представителей общественных организаций;

регулярный отчет государственного управления перед управлениями общественных организаций и коллективов;

ведение плановой дискуссии вместе с профсоюзом и союзом молодежи, а также координация ведения соревнования;

организация социалистического коллективного труда с кооперативными партнерами;

сотрудничество с общественными организациями на определенной территории, в особенности в жалых районах.

2. Временные формы сотрудничества общественных сил с целью решения актуальных задач:

общие совещания государственных и негосударственных управленческих органов;

производственные конференции (конференция по вопросам интенсификации, рационализации, обучения и безопасности);

рабочие группы по реализации важнейших задач с целью выполнения производственного плана.

3. Специфические формы деятельности отдельных звеньев политической системы, имеющих влияние на взаимодействие общественных сил:

заседания активов партийной организации предприятия;

общее собрание доверенных лиц профсоюзной организации;

молодежная рабочая группа и молодежный актив;

комиссии действующей общественной организации.

Каждая из этих 3 основных форм взаимодействия между отдельными звеньями и политической организацией на уровне предприятия

тия и при соблюдении определенного условия действия, способствует выполнению плановых заданий.

Содержание различных форм определяется конкретными производственными потребностями, возникающими при овладении торгово-снабженческими процессами.

Из множества форм взаимодействия общественных сил можно сделать вывод о необходимости координации содержания труда на основе единой политической линии, ведущей к повышению эффективности управленческой деятельности.

Координация осуществляется партией рабочего класса, образующей ведущий политический центр.

"Социалистическая единая партия Германии как высшая форма общественно-политической организации рабочего класса, как его воспитанная в борьбе головная походная застава является ведущей силой социалистического общества, всех организаций рабочего класса и трудящихся, государственных и общественных организаций" (2, с.5).

В рамках взаимодействия отдельных звеньев и политической организации встают объективно высокие требования перед хозяйственными управлениями предприятий. Исследования показали, что эти требования **закладываются**.

1. В фиксации **ясных постановок целей** и **обер ответственности** в документах **руководства и управления**; **тщательном** определении роли и места **каждого звена** политической организации в производственном процессе **воспроизводства**, учитывая объективные требования экономических законов. При этом нельзя сужать или стирать специфику постановки задачи и соответствующую ответственность для каждой отдельной организации и органа.

2. В создании стабильных условий для эффективного **взаимодействия** государственных и негосударственных управленческих органов. Растущая ответственность за выполнение директив народнохозяйственного плана, принятых на IX съезде Социалистической единой партии Германии, должно найти свое отражение в **работе** хозяйственных управлений, партии рабочего класса, профсоюза,

союза молодежи. При этом все большее значение придается возможностям комплексного руководства, контроля и стимулирования управления как делу всех звеньев, так и элементов политической организации в целом в планировании производственного процесса воспроизводства.

Исследования, проведенные в торговых предприятиях в виде изучения документов руководства и управления общественных сил, бесед с трудящимися, избранными функционерами, с государственными руководителями, просмотра дневников бригад коллективов, участия на собраниях общественных организаций, показали, что созданы хорошие предпосылки для активизации субъективного фактора для решения поставленных перед торговлей задач.

74,1% коллективов трудящихся этих торговых предприятий борются за почетное звание "Коллектив социалистического труда" и они добились исключительных результатов при выполнении своих плановых заданий. Развитие многообразных форм и методов планомерного и целенаправленного взаимодействия общественных сил - важная основа для этого. Таким образом, определяется все возрастающее значение массовых организаций в политической системе социалистического общества.

В дальнейшей научно-исследовательской работе по названному комплексу необходимо еще более ориентировать на сплочение взаимоотношений между экономической и политической системой и вытекающую из этого эффективность. Образно говоря, речь идет об обнаружении места швов между отдельными звеньями и элементами политической организации и путем глубокого анализа разработке форм и методов, которые делают возможным оптимальное взаимодействие общественных сил в производственном процессе воспроизводства. Задачи, возникающие в связи с этим в управлении и планировании социалистических предприятий, требуют дальнейшего уточнения и решения.

Все более усовершенствованное выражение политической системы - также и на предприятиях - является, между прочим, важной предпосылкой для дальнейшего совершенствования социалистического общества.

Литература:

1. Хонеккер Э. Отчетный доклад IX съезду СЕПГ.
Берлин, 1976 (на нем.яз.).
2. Устав СЕПГ. Берлин, 1976, (на нем.яз.).
3. Брежнев Л.И. Отчетный доклад XXV съезду КПСС.
Берлин, 1976, (на нем.яз.).

Роль потребительской кооперации
в социалистическом обществе

Кооперативное движение как экономическая и политическая сила получило свое развитие с середины прошлого века. Уже тогда К. Маркс в развитии кооперативного движения видел одну из сил, "... преобразующих современное общество, основанное на классовом антагонизме" (I, с. 199). В условиях капиталистических производственных отношений создание и функционирование кооперативных учреждений в большой степени находилось под руководством буржуазии и использовалось для усиления эксплуатации рабочего класса и крестьянства.

В. И. Ленин определил классовую сущность и значение кооперации при капитализме, он опроверг "теорию" реформистов всех мастей, которые приписывали кооперации революционную роль в условиях буржуазного общества. Еще в 1902 году В. И. Ленин писал, критикуя социалистов-революционеров: "Это обман, будто "всевозможные кооперации" играют революционную роль в современном обществе и подготавливают коллективизм, а не укрепление сельской буржуазии" (2, с. 198).

Ликвидация капиталистических отношений, отстранение буржуазии от участия в руководстве кооперативами и преобразование кооперативов в организация рабочих и крестьян позволяет кооперативам стать могучей силой социалистического строительства.

"Положение кооперативов в корне, принципиально меняется, - говорил В. И. Ленин, - со времени завоевания государственной власти пролетариатом... Кооператив, ...если он охватывает все общество, в котором социализирована земля и национализированы фабрики и заводы, есть социализм!" (3, с. 161).

В работе "О кооперации" В. И. Ленин писал, что когда население страны объединится в кооперативы, это будет строй

цивилизованных кооперативов, а такой строй в пролетарском государстве при господстве общественной собственности на средства производства и есть социализм. "При условии полного кооперирования мы бы уже стояли обеими ногами на социалистической почве" (4, с.376).

Важное место в осуществлении кооперативного плана В.И.Ленин отводил потребительской кооперации как одной из первоначальных ступеней на пути к производственному кооперированию, как одному из эффективных средств проведения в стране культурной революции, без которой немыслима социалистическая перестройка сельского хозяйства. Вместе с тем, Ленин определил и самостоятельное значение потребительской кооперации в социалистическом строительстве как наиболее рациональной формы экономических связей, товарооборота между городом и деревней, формы осуществления планового централизованного снабжения и распределения, развития советской социалистической торговли и заготовок сельскохозяйственных продуктов.

Так, уже в первые годы Советской власти были изданы декреты "О потребительских кооперативных организациях" (10 апреля 1918 г.) и "О потребительских коммунах" (16 марта 1919 г.) в которых определялась роль, место и задачи потребительской кооперации в социалистическом строительстве. Впервые в истории были определены конкретные направления деятельности и организационные формы кооперации на основе социалистической собственности.

В качестве первостепенной задачи потребительской кооперации была в условиях ограниченных товарных ресурсов организация снабжения населения продуктами первой необходимости, установить строгий контроль за распределением товарных ресурсов. В период создания фундамента социализма потребительская кооперация как основная экономическая и социально-политическая сила в сфере обращения должна была противостоять частной торговле. Используя свои преимущества, как организация нового типа, как организация социа-

листическая потребительская кооперация в торговле стала ведущей системой. Быстрый рост ее мощи вместе с государственной торговлей позволил за короткий срок вытеснить из рынка частную торговлю, раз и навсегда решить вопрос "кто-кого" в сфере обращения.

Сущность ленинского кооперативного плана заключалась и в том, чтобы постепенно, через простые виды кооперации, в том числе и потребительской, подготовить и привести крестьян сначала к производственной кооперации, а позже к одной из ее высших форм — коллективным хозяйствам (колхозам) в сельскохозяйственном производстве.

С этими задачами, имеющими большое политическое значение, потребительская кооперация успешно справилась. Кооперативная торговля при социализме опирается на кооперативную форму социалистической собственности. Потребительская кооперация превратилась в важное средство вовлечения широких масс крестьянства в социалистическое строительство, за годы советской власти она стала массовой общественно-хозяйственной организацией, тесно связанной со всем народным хозяйством.

О масштабах и роли потребительской кооперации говорят данные, приведенные на IX съезде уполномоченных потребительской кооперации СССР, где было подчеркнуто, что "она объединяет 62 млн. членов и осуществляет торговое обслуживание 117 млн. человек, или почти половину населения страны, заготавливает более 60 видов сельскохозяйственных продуктов и сырья. В общем объеме заготовок в целом по стране потребительская кооперация занимает по отдельным видам продукции от 30 до 80 процентов" (7, с. 9). Потребительская кооперация осуществляет закупки сельскохозяйственных продуктов у колхозов, совхозов и сельского населения и реализует их по ценам согласно договоренности.

Потребительская кооперация располагает широкой сетью розничных торговых предприятий, предприятий общественного питания, общетоварных складов, холодильников, заготови-

тельных и перерабатывающих предприятий.

Ведущей отраслью хозяйственной деятельности потребительской кооперации является розничная торговля. Располагая полумиллионной сетью магазинов, палаток, ларьков, торговых баз и складов, она осуществляет снабжение сельского населения товарами народного потребления, а колхозов - товарами хозяйственного назначения.

Потребительская кооперация организует общественное питание сельского населения через многочисленные столовые, рестораны, кафе и другие предприятия общественного питания.

Розничный товарооборот кооперативной торговли составил в 1977 году 66,2 млрд. руб. или 28,2 процента в общем объеме розничного товарооборота страны (8, с.452,453).

Розничный товарооборот кооперативной торговли растет более высокими темпами, чем оборот государственной торговли. В 1977 году по сравнению с 1940 годом розничный товарооборот по стране в целом увеличился в 9,3 раза, а кооперативной торговли - в 10,8 раза.

Объем розничного товарооборота потребительской кооперации в 1980 году должен увеличиться по сравнению с 1975 годом более чем на 29 процентов (9, с.3).

В условиях развитого социалистического общества значение потребительской кооперации как общественной и хозяйственной организации еще больше возрастает.

КПСС систематически проводит мероприятия, направленные на дальнейшее сближение уровней жизни сельского и городского населения, на преодоление существующих различий между городом и деревней. Составной частью широкой программы социально-экономических преобразований в деревне является развитие потребительской кооперации.

В настоящее время советская потребительская кооперация объединяет более 63 миллионов пайщиков и естественно является большой общественно-хозяйственной организацией. Ее

торговая, заготовительная и производственная деятельность направлена на решение главной задачи современного этапа развития: более полное удовлетворение постоянно растущих материальных и духовных потребностей советских людей.

Повышенные темпы развития потребительской кооперации способствуют решению одной из основных задач общества — сближению уровня и условий жизни сельского и городского населения и постепенному устранению существующих различий между городом и деревней. В нашей стране созданы все условия для успешного решения этих задач потребительской кооперацией.

Существующие различия между кооперативной и государственной торговлей базируются на различиях в рамках социалистических форм собственности. Постепенное сближение кооперативной формы собственности потребительской кооперации к государственной во многом определяются сближением колхозно-кооперативной собственности к государственной и последующим перерастанием в единую общенародную собственность. Этот длительный процесс осуществляется на основе одновременного развития и совершенствования обеих форм социалистической собственности, их постепенного сближения по своему уровню развития и сопровождающемуся сглаживанию существующих различий в их функционировании.

Научно-технический прогресс в народном хозяйстве, а также в потребительской кооперации ведет к концентрации и централизации, специализации и кооперации хозяйственной деятельности и углублению разделения общественного труда.

Одним из важнейших условий развития кооперативной формы собственности в потребительской кооперации является развитие и укрепление материально-технической базы и производительных сил, обеспечивающих поднятие производительности общественного труда на более высокую ступень.

Возрастание масштабов экономической деятельности, усложнение хозяйственных связей и взаимоотношений отдельных предприятий приводит к образованию межкооперативных и

государственно-кооперативных предприятий. Этим характеризуется современный этап осуществления идей ленинского кооперативного плана, когда на базе специализации и концентрации кооперативное производство переводится на современную индустриальную основу.

Основная задача потребительской кооперации на современном этапе сформулирована в решениях XXV съезда КПСС, где указано, что необходимо "... совершенствовать работу организаций потребительской кооперации по торговому обслуживанию сельского населения. Принять меры к дальнейшему развитию ее производственной деятельности, расширению заготовок сельскохозяйственных продуктов и сырья, а также дикорастущих плодов, ягод, грибов, лекарственных растений и к вовлечению в товарооборот местных товарных ресурсов" (5, с.219).

Преодоление социально-экономических и культурно-бытовых различий между городом и деревней — одна из важнейших социально-политических задач нашего общества в период строительства материально-технической базы коммунизма. По этому поводу тов. Л.И.Брежнев указывал: "Важную задачу мы видим также в том, чтобы приблизить тружеников села к городским жителям и по уровню благосостояния и по культурно-бытовому обслуживанию, и по образу и удобствам жизни" (6, с.407). В решении поставленных проблем потребительской кооперации принадлежит ведущая роль.

Л и т е р а т у р а

1. Инструкция делегатам Временного центрального Совета по отдельным вопросам. - Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд., т.16.
2. Ленин В.И. Революционный авантюризм. - Полн.собр.соч. т.6.
3. Ленин В.И. Очередные задачи Советской власти. - Полн. собр.соч., т.36.
4. Ленин В.И. О кооперации. - Полн.собр.соч., т.49.
5. Материалы XXV съезда КПСС. М., 1976.
6. Брежнев Л.И. Ленинским курсом. Речь и статьи. М., 1973, т.2.
7. Материалы IX съезда уполномоченных потребительской кооперации СССР. М., 1975.
8. ЦСУ СССР. Народное хозяйство СССР в 1977 г. М., 1978.
9. Советская потребительская кооперация, 1976, № 1.

Информационная модель розничной торговли

Торгово-оперативные операции в их обычной трактовке охватывают как информационные, так и материальные процессы. Для рассмотрения проблем перехода на автоматизированное оперативное управление предприятием розничной торговли требуется выделить и упорядочить все действующие там информационные процессы, т.е. требуется разработать информационную модель функционирования предприятия. Такая полная модель должна содержать в качестве составных частей экономико-организационную модель и математические модели отдельных процессов, таких, например, как статистическая модель процесса продажи товаров. Разрабатываемая модель должна отражать все существующие функциональные связи и зависимости как внутренние, так и внешние.

На рис. I.I приведена укрупненная схема информационной модели функционирования предприятия розничной торговли, отражающая потоки информации, участвующие в торговых процессах и в управлении ими. Рассмотрим особенности этой модели.

Как известно, различают следующие стадии управления: планирование, учет, анализ, регулирование. Для выполнения этих стадий система управления розничной торговлей содержит ряд подсистем, кроме того, некоторые из них в свою очередь могут быть представлены совокупностью еще более мелких частей или частных моделей отдельных информационных процессов. Показанная на рис. I.I схема содержит только основные, укрупненные подсистемы. По схеме можно проследить только за основными информационными процессами управления. Эта схема позволит также сформулировать требования к отдельным, входящим в нее, подсистемам и определять информационные связи рассматриваемой системы с вышестоящими торговыми организациями. По этим связям информация поступает от внешних источников или передается им. Направление дви-

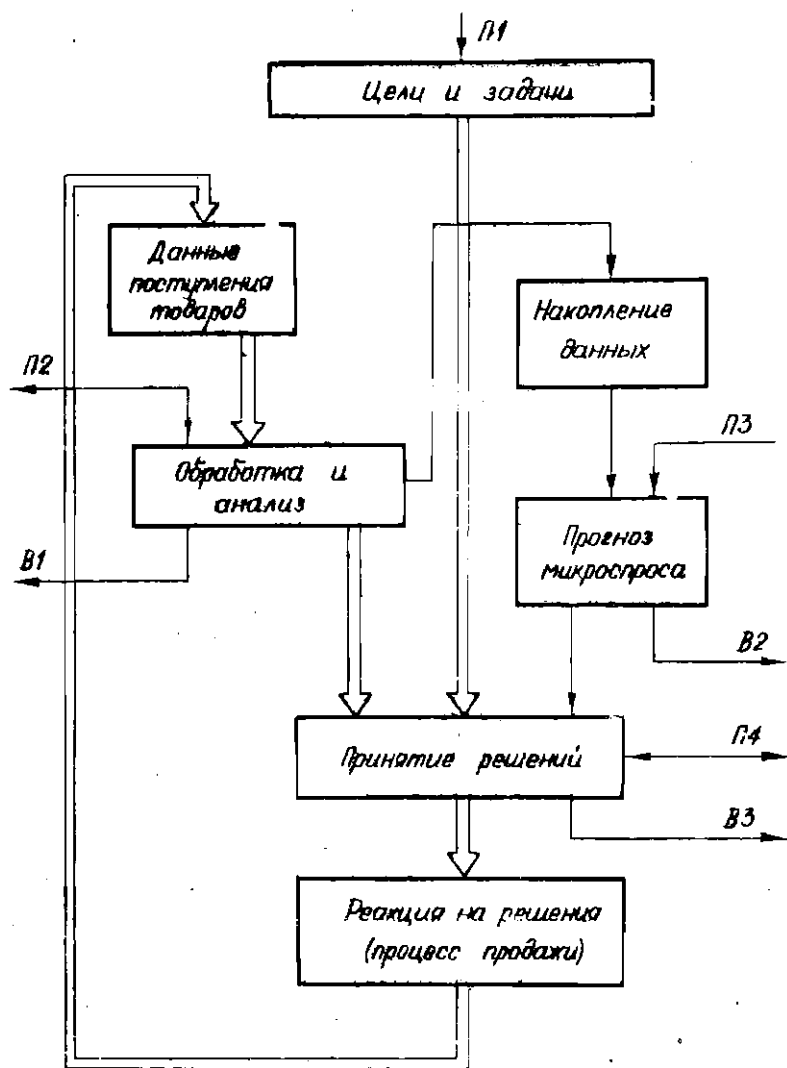


Рис. I. I. Укрупненная схема информационной модели функционирования предприятия розничной торговли

жения информации на схеме показано соответствующими стрелками. Поток поступающей в систему информации обозначены номерами с индексом Π , а потоки выходящей информации - с индексом B . Рассмотрим, как эта система проходит через перечисленные основные стадии управления.

Планирование само по себе является сложным процессом и в схеме (рис. I. I) отмечены только некоторые составляющие этого процесса. Плановые задания, определяющие цели и основные задачи управления предприятия розничной торговли, как известно, в окончательном виде разрабатываются вышестоящей торговой организацией. Поступающие плановые задания образуют поток $\Pi 1$. Для разработки обоснованных планов, отражающих требования покупателей и реальную торговую ситуацию, планирующие органы должны иметь информацию, образованную на разных стадиях функционирования рассматриваемой системы управления розничной торговлей. Во-первых, это поток $B 1$ отчетной информации, разрабатываемой при анализе торговых данных.

Важное значение для планирования имеют заявки и заказы, составляемые в процессе принятия решений (поток $B 2$). Таким образом, в схеме (рис. I. I) нельзя выделить какую-то отдельную часть, занятую планированием, но эта стадия управления выполняется в процессе взаимодействия рассматриваемой системы с другими системами, занимающими более высокие иерархические ступени.

Учет - это сбор данных о поступлениях и продаже товаров. На схеме показан один поток информации, подлежащий учету. Фактически ситуация несколько сложнее, так как можно выделить отдельные составляющие этого потока, требующие несколько разного подхода.

Анализ информации является одной из наиболее сложных и ответственных стадий управления. В процессе анализа информации должны быть подготовлены альтернативные решения и другие для практически оперативных решений, т.е. для осуществления регулирования. В ходе анализа фактический ход

торговли должен сопоставляться с плановыми заданиями и учетом остатков фондов (П2). Результат такого сопоставления должен полностью характеризовать текущее состояние основного торгового процесса, что отражается также в представляемых вышестоящим организациям отчетных документах (В1). Стадия анализа охватывает еще и такие операции, как измерение и прогнозирование микроспроса. Для осуществления прогнозирования необходимо иметь данные торговли за длительный предшествующий период времени, т.е. данные, характеризующие процесс торговли, необходимо накапливать. Краткосрочный прогноз микроспроса можно произвести на основании данных, накопленных в самой системе, но при разработке долгосрочного прогноза требуется дополнительная информация (П3). Определенная в подсистеме прогнозирования информация о величине микроспроса в свою очередь выдается другим вышестоящим организациям (В2).

Регулирование осуществляется выбором окончательных оперативных решений из разных альтернатив. В условиях розничной торговли решения принимаются в виде уточнения заказов, составления заказов-требований, уценки товаров (при необходимости) и т.д. Решения принимаются с учетом нормативов и других ограничений (П4). Некоторые из решений не являются непосредственно регулирующими (хотя в течение длительного времени оказывают такое же влияние), а относятся к области планирования. Это решение типа заявок и заказов на товары на последующий год, которые представляются вышестоящим организациям (В3).

Таким образом, рассмотренная упрощенная информационная модель обеспечивает выполнение всех четырех перечисленных стадий управления. На схеме толстыми линиями обозначен главный контур регулирования процессом розничной торговли. Модель в описанном виде не является полной. Она не отражает иерархию управления по времени, т.е. не определяет моментов времени осуществления той или иной операции переработки информации. Чтобы дополнить модель в этом аспекте,

необходимо составить временные графики ее функционирования. Модель не является полной еще и в том смысле, что пока полностью не определены изображенные информационные потоки, т.е. содержание, форма представления и объем информации в этих потоках. Изображенная на рис. I. I схема информационных потоков описывает как неавтоматизированную, так и автоматизированную системы управления розничной торговлей. Отличия между моделями систем этих двух видов будут выявляться при дальнейшем уточнении моделей. Основным смыслом рассмотренной модели состоит в том, что она отражает все необходимые для нормального функционирования потоки информации и наиболее важные операции ее обработки. Эта модель является достаточно адекватной с точки зрения учета основных реальных условий работы соответствующих систем управления розничной торговлей. Действительно, она является динамичной (учитываются процессы, изменяющиеся во времени), нелинейной (рассматриваются ограничения, определенные фондами, нормативами и т.п.) и устойчивой. По этой модели можно проследить, как изменится поведение управляемого объекта, т.е. как изменится основной торговый процесс при тех или иных воздействиях (изменившихся условиях продажи или поступления товаров) или при изменениях задачи и условий управления.

Таким образом, основные показатели розничной торговли определяются процессом управления. Можно сказать, что управление осуществляется качественно, если упомянутые показатели соответствуют требованиям. Величину, однозначно определяющую качество управления, принято называть критерием эффективности.

Рассмотренная укрупненная модель охватывает основные информационные потоки и главные операции обработки данных, которые составляют сущность управления розничной торговлей, как при традиционных методах ее осуществления, так и в случае автоматизированного управления. При более детальном рассмотрении информационной модели управления будут уже выявляться ряд особенностей, характерных для этих двух подхо-

ходов. Нас интересуют проблемы автоматизации управления, поэтому попытаемся уточнить приведенную основную модель с учетом специфики применения при управлении электронной вычислительной техникой.

На рис. I.2 приведена более развернутая информационная модель управления розничной торговлей, составленная с учетом операций преобразованных информации, необходимых в случае использования ЭВМ. Ряд блоков переработки информации те же, что и в основной модели, но с точки зрения представления и методов обработки информации отличия существенны. Действительно, в обеих моделях имеются блоки накопления данных. В случае неавтоматизированного управления данные накапливаются посредством сохранения документов разнообразной формы. Накопление данных в схеме (рис. I.2) предполагается уже в виде выполнения кодированных данных на машинных носителях: магнитных лентах, дисках, перфокартах или перфолентах. То же самое можно сказать об отличиях в подаче информации. При автоматизированном управлении многие из внутренних потоков информации представляют собой передачу данных по проводам или перемещение массивов информации, записанных на машинных носителях.

Схема рис. I.2 составлена исходя из предложения, что некоторые задачи будут решаться посредством диалоговой системы "Товаровед - ЭВМ". Попытаемся выделить эти задачи. При управлении необходимо собрать данные, переработать их в таком виде, чтобы можно было сопоставить с заданием на соответствующий период времени, а потом принять решение о наилучших действиях в близком и более отдаленном будущем. Сбор данных и их обработка должны протекать по строгим правилам, т.е. эти операции могут быть формализованы и их осуществления автоматизированы. Решения могут быть приняты разные - более или менее удачные. В настоящее время не существует строго определенных правил, регламентирующих этот процесс. Его нельзя полностью формализовать прежде всего потому, что не все данные, характеризующие торговую ситуа-

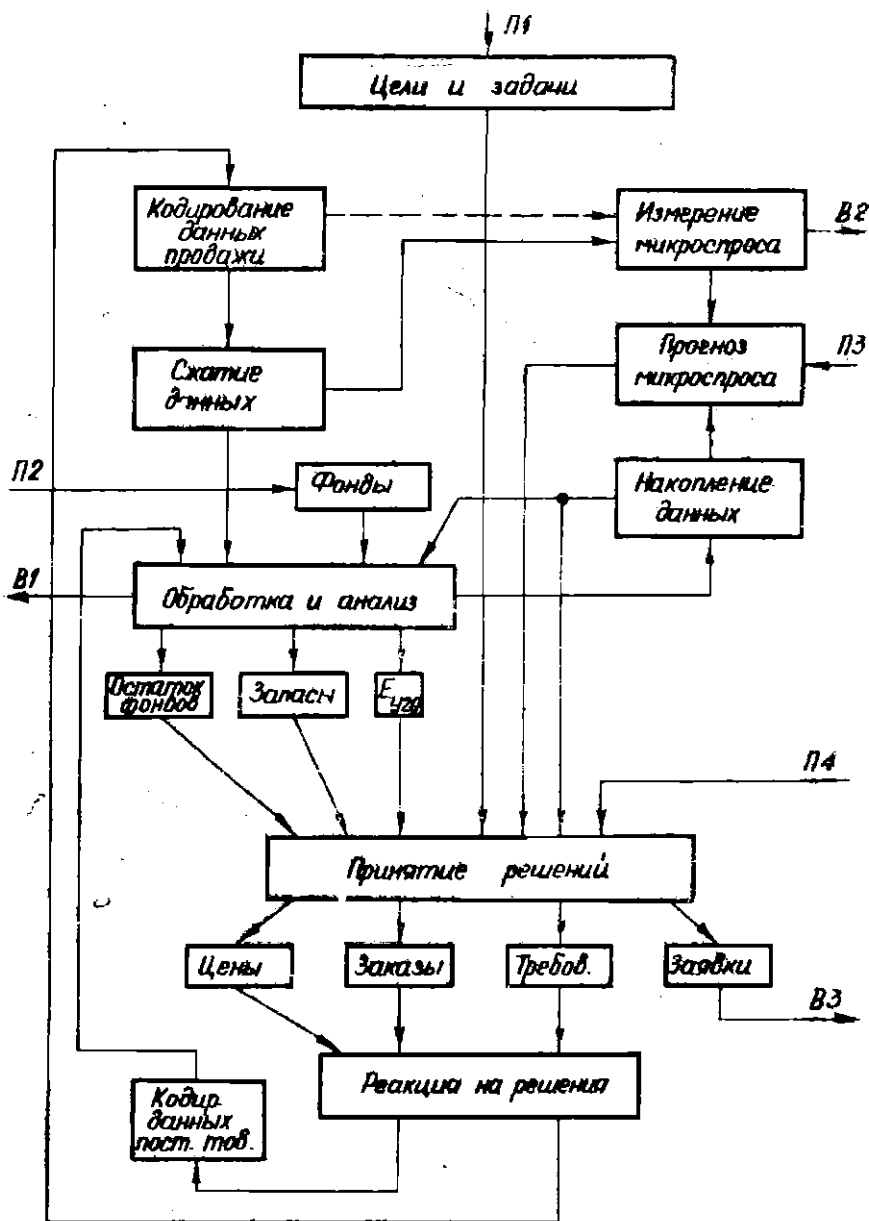


Рис.1.2. Развернутая информационная модель управления розничной торговлей

ции, являются абсолютно достоверными. Прежде всего это относится к данным о величинах дифференцированного спроса. Во-первых, по своей природе спрос относится к категории случайных величин, а, во-вторых, даже характеристики этой случайной величины можно определять пока еще не очень точно. Поэтому при управлении необходимо использовать также экспертные оценки.

С учетом этих соображений можно предположить следующую организацию обработки информации в автоматизированной системе управления розничной торговлей:

- полностью автоматизировать сбор и сжатие данных, обработку и анализ информации, измерение и прогноз микроспроса (см. схему рис. I.2);

- операции принятия решений, т.е. выработку заказов, уточнение заказов, составление заказов-требований, выдачу предположения об оценке товаров и т.п. возложить на диалоговую систему "Товаровед - ЭВМ".

Хотя согласно такому разделению задач показатели и прогноз микроспроса вырабатываются автоматически, при принятии решений товаровед может в эти показатели при необходимости вводить корректировки. Таким образом, подсистема измерений и прогнозирования спроса является автономной и может быть улучшена независимо при накоплении опыта работы. В начальной стадии работы подобной автоматизированной системы управления данные о спросе могут быть определены традиционными методами без применения ЭВМ.

До сих пор мы рассматривали информационные процессы, связанные с оперативным управлением розничной торговлей, без учета их развития во времени. Попытаемся установить особенности этих процессов с точки зрения последовательности производства отдельных операций управления, их взаимосвязь во времени, т.е. их динамику. Это не менее важно, чем исследование, анализ отдельных явлений. Для осуществления эффективного управления необходимо изучить все аспекты протека-

ния сложных торгово-оперативных процессов. В.И. Ленин писал: "Дельный экономист, вместо пустяковых тезисов, засядет за изучение фактов, цифр, данных, проанализирует как собственный практический опыт и скажет: ошибка там-то, исправить ее надо так-то. Дельный администратор, на основании подобного изучения, предложит или сам проведет перемещение лиц, изменение отчетности, перестройку аппарата и т.п."

Применение вычислительной техники позволяет значительно углубить такое изучение фактов, позволяет проанализировать различные процессы, установить сложные зависимости, обрабатывать за короткое время большие массивы данных. Немаловажно правильно организовать такую работу, установить равномерную нагрузку ЭВМ и персонала, распределять нужным образом выполнение операций обработки информации во времени.

Рассмотрим распределение производства операций обработки информации во времени исходя из предположения, что все операции - планирование годовых, квартальных и месячных планов различного товарооборота и других планов, прогнозирование спроса, формирование ассортимента, составление заявок и заказов, определение уровней запасов, поступление и продажа товаров, а также отчетность, экономический анализ и контроль нормируемых денежных средств осуществляются с использованием вычислительной техники, т.е. после полного внедрения методов и средств автоматизированного управления. Тогда задача состоит в том, чтобы, с одной стороны, обеспечить равномерную нагрузку оператора и ЭВМ, а с другой стороны, чтобы в нужные сроки произвести обработку данных и получить требуемые для управления результаты, выдать в срок отчеты, оценить эффективность управления. Для обеспечения ритмичности работы: для правильной ее организации необходимо заранее оценить трудоемкость всех основных операций обработки информации, составить и руководствоваться графиком, регламентирующим последовательность выполнения вычислительных работ.

Наиболее равномерно ЭВМ нагружается ежедневно производимой операцией ввода, проверки и предварительной обработки данных процесса продажи, т.е. операций введения данных о кассовых аппаратах, затрачиваемое на это время в значительной степени зависит от качества работы операторов кассовых аппаратов. Если ошибок при кодировании шифров товаров и их цен нет или таких ошибок достаточно мало, то эта операция на каждый кассовый аппарат занимает несколько минут.

Довольно часто приходится также вводить данные о поступающих товарах, а также данные о их возвращении из магазина на базу или фиксировать случаи возвращения покупателями купленных товаров.

Вводить нужно также данные других планов, рыночных фондов, данные о заключенных договорах и т.п. Эти операции целесообразно производить только с пульта ЭВМ, так как данные нужно упорядочить по существующим формам, тщательно проверить и соответственно адресовать для хранения на диск. С точки зрения загрузки ЭВМ производство этих операций никаких трудностей не составляет, так как они осуществляются относительно редко.

Предприятиям розничной торговли часто нужно составлять различные отчеты. Согласно вышеизложенной методике обработки информации каждый раз при введении новых данных о продаже или поступлении товаров эти данные в процессе их предварительной обработки суммируются с соответствующими величинами, которые хранятся в памяти, поэтому в памяти машины содержится уже упорядоченная информация для большинства нужных отчетов. Таким образом составление отчетов не требует большой затраты времени - фактически эти отчеты только требуется отпечатать в виде документов установленной формы. Это частично относится также к операциям контроля - данные отчетов сопоставляются с нормируемыми величинами.

Наибольшая затрата машинного времени нужна для ведения диалогов при определении показателей дифференцированного спроса, при управлении запасами (составление заявок и заказов) и при экономическом анализе. Точно рассчитать трудоемкость этих операций невозможно, так как затрачиваемое время зависит от характера протекания диалога, от того, как быстро оператор придет к удовлетворяющему его решению, как много альтернативных решений он рассмотрит.

Для оперативного управления специализированным предприятием розничной торговли непродовольственных товаров работе с ЭВМ может быть односменной. Тогда каждое утро вводится в ЭВМ данные о продаже товаров в предшествующий день, что занимает (вместе с их предварительной обработкой) в среднем около 1 часа. Остальное время рабочего дня может быть использовано для других операций обработки информации и принятия оперативных решений.

Р. Гарлея,
канд. экон. наук
ЛГУ им. И. Стучки

Показатели социально-экономической эффективности торговли

В материалах XXV съезда КПСС было отмечено, что "...управляемая и прежде всего плановая деятельность должна быть нацелена на конечные народнохозяйственные результаты"

Общими результирующими показателями народного хозяйства являются совокупный общественный продукт и объем национального дохода. Соотношение между затратами общественного труда и достигнутым результатом отражает эффективность общественного производства, качество хозяйствования.

Совокупный общественный продукт в торговле определяется по полному обороту, т.е. наряду с вновь созданной стоимостью в процессе обработки товаров (хранения, упаковки, фасовки и прочих производственных операций) учитываются и материальные затраты. Для определения вновь созданной стоимости (национального дохода) необходимо найти разность двух величин - совокупного общественного продукта и материальных затрат. В торговле в материальные затраты входят амортизация, оплата топлива, стоимость упаковочных материалов и другие затраты, определять которые можно по данным баланса народного хозяйства.

Далее по данным совокупного общественного продукта торговли и материальным затратам можно определить объем национального дохода отрасли.

Анализ национального дохода дает возможность в единой схеме выразить основные стоимостные и материально-вещественные пропорции расширенного социалистического воспроизводства с отраслевым материальным балансом.

Для обеспечения роста эффективности общественного производства необходимо управлять эффективностью каждой отрасли народного хозяйства отдельно и в то же время системно, т.е. эффективно в целом по народному хозяйству. Эффективность предусматривает рациональное использование трудовых, материальных и финансовых ресурсов. Соответственно этому формулируются управленческие задачи, разрабатываются критерии и показатели эффективности отрасли. Критерии эффективности каждой отрасли должны отражать специфические функции и задачи отрасли, определяемые основным экономическим законом социализма.

Торговля предметами потребления как фаза воспроизводства представляет собой сложную сферу товарного обращения, выполняет разнородные экономические функции как сферы производства, так и сферы обращения. Основная функция - реализация предметов потребления в целях наиболее полного удовлетворения спроса населения. Торговля обеспечивает народнохозяйственную экономию, способствует рациональной организации потребления и увеличению свободного времени трудящихся. Исходя из этого определяются и результирующие показатели торговли и показатели эффективности. При оценке эффективности торговли следует применять многоаспектный, дифференцированный подход. Следует выделить некоторые уровни оценки эффективности:

- оценка эффективности на народнохозяйственном и межотраслевом уровне;
- оценка эффективности на отраслевом уровне;
- оценка эффективности на уровне торговых организаций.

Следует отметить, что для полной характеристики эффективности недостаточно определять только экономическую эффективность, необходимо установить и социальную эффективность.

Совершенствование планирования торговли на основе программно-целевого и комплексного подхода заставляет при оцен-

ке социально-экономической эффективности торговли использовать систему критериев, которая более полно характеризует степень удовлетворения потребностей и качество торгового обслуживания. Главное внимание должно быть уделено повышению эффективности за счет внедрения достижений науки и техники, улучшению качества работы, внедрению прогрессивных форм продажи товаров, совершенствованию организации труда, развитию рациональной специализации магазинов, повышению оптимальности планирования.

На народнохозяйственном и межотраслевом уровнях в систему критериев, на наш взгляд, целесообразно включить:

- национальный доход, созданный в торговле;
- темп роста розничного товарооборота;
- объем розничного товарооборота на душу населения;
- степень соответствия розничного товарооборота покупательскому спросу;
- сумму прибыли, полученной в торговле;
- объем среднегодовых товарных запасов;
- рентабельность, рассчитанную по издержкам обращения;
- рентабельность основных и оборотных фондов;
- издержки потребления в виде размера и качества торговых услуг.

При определении народнохозяйственной эффективности торговли сопоставляются результаты торговли с ресурсами общества, выделяемыми на ее функционирование, как единовременные вложения в основные и оборотные фонды торговли, так и текущие затраты в виде издержек обращения.

Социально-экономическую эффективность торговли характеризует размер снижения издержек потребления, в результате чего увеличивается свободное время населения, сокращаются потери путем создания рациональной системы размещения торговой сети, специализации торговых предприятий по принципу комплексного удовлетворения спроса и улучшения их технической оснащённости, создания широкого ассортимента товаров.

внедрения новых форм обслуживания и др. Экономия издержек потребления достигается расширением торговых услуг, оплата которых может быть произведена за счет народного хозяйства в целом или населением пользующимся этими услугами.

Внедрение прогрессивных форм и методов продажи товаров, совершенствование хозяйственных связей, расширение ассортимента товаров и услуг сопровождается дополнительными издержками обращения, т.е. дополнительные затраты живого и общественного труда. Дополнительные издержки обращения должны дать дополнительный товарооборот и дополнительную прибыль, а также сократить издержки потребления.

Оптимальным соотношением издержек обращения и издержек потребления можно считать такое, при котором их совокупный размер является минимальным.

Отраслевые критерии социально-экономической эффективности торговли в некоторой степени совпадают с критериями народного хозяйства, но имеется ряд показателей, которые являются присущими только отрасли.

На отраслевом уровне в систему критериев эффективности целесообразно дополнительно включить:

- эффективность трудовых затрат;
- эффективность текущих затрат;
- эффективность оборотных средств;
- эффективность основных фондов и капитальных вложений.

Эффективность трудовых затрат характеризуется эффективностью и производительностью труда, уровнем фонда заработной платы, соотношением темпов роста производительности труда и средней заработной платы, приростом товарооборота за счет роста производительности труда, коэффициентом качества труда и др.

Эффективность текущих затрат характеризуется уровнем издержек обращения в целом и по статьям, структурой расходов, коэффициентом материальных затрат, оплатой услуг дру-

гих отраслей народного хозяйства.

Эффективность использования оборотных средств характеризуется показателями: коэффициент оборачиваемости, продолжительность одного оборота средств, коэффициент участия оборотных средств в товарообороте, фондотдача оборотных средств, фондоемкость оборотных средств, средний темп роста оборотных средств в товарных запасах, интегральный показатель использования оборотных средств, который исчисляется по формуле:

$$O_{\text{и}} = \sqrt{\Phi \cdot \mathcal{E}_p}$$

где Φ - фондотдача оборотных средств;

\mathcal{E}_p - коэффициент рентабельности оборотных средств.

Эффективность основных фондов и капитальных вложений характеризуется фондотдачей, фондоемкостью, товарооборотом на I кв.ч площади магазинов, сроком окупаемости капитальных вложений, удельными капитальными вложениями (на единицу производственной мощности и на I руб. прироста товарооборота).

Следует отметить, что отраслевую систему критериев эффективности необходимо конкретизировать в функциональном аспекте внутри отрасли, в частности, в оптовой и розничной торговле.

Критерия эффективности оптовой торговли, на наш взгляд, могут быть следующие:

- рентабельность оптового товарооборота;
- степень удовлетворения заказов розницы;
- уровень удельных издержек в опте;
- время обращения товарных запасов;
- фондоемкость и фондотдача;
- оптимальность пропорций между структурными элементами оптового товарооборота по формам продажи.

Критериями эффективности розничного торгового предприятия могут быть:

- степень выполнения плана розничного товарооборота по объему и структуре;
- степень удовлетворения спроса населения;
- рентабельность розничного товарооборота;
- фондоемкость и фондотдача;
- коэффициент установочной площади;
- уровень потребительских издержек.

Для количественной оценки эффективности отрасли, кроме системы критериев, необходим один обобщающий показатель. По мнению многих советских экономистов, для торговли таким показателем является рост объема товарооборота. Однако при эффективном хозяйствовании должна иметь место оптимальная отдача как от материальных, так и от трудовых ресурсов, т. е. существенное значение имеет эффективность использования каждого вида ресурсов. Следовательно, эффективность торговли должна оцениваться не только по процентам прироста и выполнения плана товарооборота, но и с учетом степени использования материальных и трудовых ресурсов.

Выборочные обследования в системе торговли Латвийской ССР показали, что существующая концепция - эффективность использования материальных и трудовых ресурсов отражается в балансовой прибыли предприятия - не всегда подтверждается на практике. На некоторых предприятиях с высокой рентабельностью были скрыты малоэффективное использование отдельных элементов трудового процесса и высокие издержки потребления.

Обобщающим интегрирующим показателем эффективности торговли может служить средняя геометрическая величина, определяемая по формуле

$$\bar{z} = \sqrt{\frac{\left(\frac{P}{U}\right)_n \left(\frac{P}{Z}\right)_n \left(\frac{P}{\Phi}\right)_n \left(\frac{P}{O}\right)_n}{\left(\frac{P}{U}\right)_{n-1} \left(\frac{P}{Z}\right)_{n-1} \left(\frac{P}{\Phi}\right)_{n-1} \left(\frac{P}{O}\right)_{n-1}}$$

- где \mathcal{E} - интегрирующий показатель эффективности;
 \mathcal{P} - балансовая прибыль;
 \mathcal{M} - текущие издержки обращения;
 \mathcal{Z} - фонд заработной платы работников реализации товаров;
 $\mathcal{Ф}$ - одновременные затраты в форме основных фондов;
 \mathcal{O} - оборотные фонды в обороте.

Предложенную модель можно использовать для анализа эффективности торговли в разных аспектах, соответственно выбирая критерии эффективности.

Показатели контроля цен в торговле потребительскими товарами

Обеспечение устойчивости розничных цен является основной чертой экономико-социальной политики Германской Демократической Республики. Для обеспечения устойчивости розничных цен, в области планирования, образования, применения и контроля цен на потребительские товары действуют следующие основные положения:

- розничные цены на предлагаемые потребительские товары и услуги должны оставаться устойчивыми,
- розничные цены на потребительские товары, заменяющие в рамках обращения товарного ассортимента имеющиеся на рынке потребительские товары, принципиально следует устанавливать в том же размере, как и для заменяемого товара,
- розничные цены на новые потребительские товары следует устанавливать в соответствии с качеством и потребительскими свойствами,
- снабжение населения товарами и услугами необходимо обеспечивать согласно потребности в соответствующих количествах, ассортимента и качествах по низшим, средним и высшим группам цен.

С учетом приведенных основных положений различаются два компонента устойчивости розничных цен:

- а) розничная цена по отдельным товарам,
- б) структура цен ассортимента.

При этом следует исходить из следующего соображения:

Внедрение социалистической политики цен реализуется на основании решений, которые в основном принимаются в процессе двух связанных между собой и обуславливающих друг друга про-

I Постановление о порядке планирования народного хозяйства ГДР на 1976-1980 гг. от 20.П.1974г. Бюллетень законов (специальное издание), № 775 а, с.240/241.

цессов управления. Это процесс образования цен и управление снабжением в торговле потребительскими товарами. Результатом ценообразования в его единстве разработки, установления, утверждения или отнесения цен в определенную группу, является розничная цена по отдельным изделиям. Содержанием снабженческой деятельности торговли потребительскими товарами является образование соответствующей потребности ассортимента. В снабженческой деятельности торговли потребительскими товарами применение розничных цен на отдельные товары реализуется при выборе товаров и составлении товарного ассортимента. Устойчивость розничных цен на отдельные товары становится полностью действенной только через соответствующий потребностям устойчивый ассортимент. Эффект устойчивости розничных цен на отдельные товары, а также решений процесса ценообразования снижается, если торговля потребительскими товарами не в состоянии предложить соответствующий спросу ассортимент с определенной структурой цен, если допускаются завышения цен и нарушения по отношению к качеству. Устойчивость ассортимента не исключает подвижность структуры цен с учетом изменяющейся потребности. Устойчивость ассортимента предполагает, что каждый потребитель всегда имеет возможность выбора из данной структуры потребительских стоимостей и цен согласно потребности.

Поэтому правильное определение цен на отдельные изделия с учетом данного уровня и соотношения цен внутри одной товарной группы необходимо дополнять соответствующим основным положениям политики цен формирования ассортимента как в оптовой, так и в розничной торговле.

Таким образом, обеспечение устойчивости потребительских цен розничной торговли требует постоянного учета комплексности эффекта устойчивых розничных цен на отдельные изделия и эффекта соответствующих по структуре цен спросу торгового ассортимента. Всякий односторонний подход — первоочередная ориентация на обеспечение единства цен и качества при несоблюдении требований политики цен к формированию ассортимента — таит в себе опасность нарушения устойчивости розничных цен.

Для правильной постановки задач по контролю цен в торговле

потребительскими товарами необходимо исходить из задач контроля как фазы каждого процесса управления вообще и увязывать их со специфическими требованиями контролируемого предмета с ценой.

Карл Маркс указывал на то, что контроль является объективной необходимостью для того, чтобы сравнивать намерения и цели людей с фактическими результатами их действия. Контроль представляет собой общую функцию человеческой деятельности, с помощью которой человек осознает событие, чтобы быть в состоянии освоить его.

Задачей контроля в качестве фазы каждого процесса управления является определение и оценка постановлений и решений, и в случае установления отклонений от запланированной цели, восстановление плановости, а также в рамках протекания данного процесса определение опыта, тенденций развития и предложений по подготовке новых управленческих решений.

Процессы управления, посредством которых реализуется политика цен, представляют собой процессы образования цен и процесс использования цен в рамках снабженческой деятельности торговли потребительскими товарами, и что в товарном предложении торговли комплексно действительными становятся решения процесса ценообразования и решения о формировании ассортимента. Следовательно, задача контроля цен и потребительских товаров в торговле состоит в следующем:

- в учете и оценке сообщения и эффективности решений процесса ценообразования, т.е. розничных цен по отдельным изделиям, соотношения и уровня цен;

- в учете и оценке сообщения : эффективности решений в отношении соответствующей потребности структуры цен в рамках формирования торгового ассортимента.

Для осуществления контроля цен необходимо найти подходящие показатели, с помощью которых становится возможным получить сведения об осуществлении политики цен при формировании и реализации ассортимента. Эти показатели должны характеризовать:

- а) устойчивость цен товаров,
- б) многообразие выбора ассортимента под аспектом цены.

Устойчивость цен ассортимента в основном учитывается на базе трех показателей:

- розничной цены на отдельное изделие и ее развития,
- преysкуранта цен товаров и его развития,
- средней цены и ее развития.

Розничная цена на отдельное изделие имеет значение для оценки устойчивости в рамках образования ассортимента поскольку, поскольку она является наименьшей единицей преysкуранта цен.

Преysкурант цен товаров представляет собой перечень совокупности розничных цен по отдельным изделиям ассортимента. Преysкурант показывает распределение цен и широту этого распределения, а также уровень цен данной сферы агрегации ассортимента.

Разработка преysкуранта и влияние его изменения на уровень цен ассортимента рассчитывается на основе определения средней цены на основе простой арифметической средней.

Средняя цена, исчисленная по взвешенному арифметическому среднему, представляет собой показатель, наиболее приспособленный для оценки уровня цен снабжения, потому что им учитываются как выбор розничных цен на отдельные товары, который при образовании ассортимента проводится одновременно с выбором и образованием потребительной стоимости, так и необходимые для снабжения количества. Наблюдается, что средние цены в связи с ростом агрегации теряют свое содержание.

Наиболее точная характеристика уровня цен достигается на основе наблюдений на уровне изделий или групп потребительных стоимостей, потому что снабжение реализуется не только товарами, но и на основе конкретных потребительных стоимостей, на которые спрос потребителей выражается целенаправленно. Поэтому средние цены на высоком уровне агрегации в рамках контроля цен могут использоваться только в качестве ориентировочных показателей.

Контроль многообразия выбора ассортимента в отношении цены представляет собой оценку структуры цен ассортимента. Подразделение ассортимента по группам цен представляет собой группировку прейскуранта цен на базе заданных пределов групп. Структурирование цен ассортимента должно проводиться с учетом различных опорных величин. Следует различать следующие показатели:

- структуру групп цен на основе количеств,
- структуру групп цен на основе числа изделий.

Содержание показателей структуры цен зависит от многих факторов, учет которых имеет существенное значение для проведения контроля цен. Это следующие факторы:

- уровень агрегации группированного ассортимента или прейскуранта цен,
- пределы групп в качестве основы группировки прейскуранта,
- опорные величины групп цен, количества, число изделий.

Хотя развитие структуры групп цен в первую очередь информирует об обеспечении многообразия выбора под аспектом цены и о соответствующей количественной подготовке товаров, оно в то же время предоставляет сведения насчет устойчивости цен.

Содержимое показателей контроля цен в общем взаимно обуславливается и дополняется. Его следует создавать и контролировать во всех фазах образования и реализации товаров. Контроль цен, однако, не должен ограничиваться исключительно констатацией этих показателей, он должен также давать и их оценку.

Изложенные показатели контроля цен на уровнях управления и в структурных звеньях хозяйственной отрасли "торговля" нельзя применять в их совокупности.

При выборе показателей цен необходимо учитывать следующие критерии:

- политическое значение ассортимента,
- специфику ассортимента в отношении его потребительно-стоимостной структуры,

- способ образования ассортимента,
- уровень руководства и решений по образованию ассортимента,
- организацию производства,
- планирование и расчет ассортимента соответствующей отрасли промышленности.

Снабженческо-политическое значение ассортимента в значительной мере определяет способ и объем контроля цен (в частности методы контроля), а таким образом также и выбор показателей цен. Из снабженческо-политической оценки изделий или групп изделий вытекают задачи по обеспечению снабжения, по управлению и по контролю цен. Так, например, программу показателей цен для ассортимента основной потребности согласно ее снабженческо-политическому значению необходимо организовать значительно обширней, чем программу эластичной потребности.

Специфика ассортимента вытекает из потребительно-стоимостной структуры. Она служит существенной основой контроля цен, потому, что она между прочим определяет частоту оборотов ассортимента и многообразие выбора товаров

От специфики ассортимента зависит степень устойчивости потребительно-стоимостной структуры, а таким образом и его структуры цен.

Устойчивый ассортимент облегчает контроль цен, делая возможным учет и наблюдение показателей цен на протяжении длительного периода времени при незначительных затратах. У этого ассортимента более точно следует учитывать также и тенденции развития потребности в отношении цен. Это относится к большинству товаров повседневного спроса.

Но ассортименту с частым оборотом учет и анализ показателей цен значительно усложняется. Контроль цен здесь связан с большими затратами и является более сложным потому, что при оценке показателей цен необходимо учитывать изменение потребительной стоимости. Частота оборота ассортимента оказывает влияние на выбор и оценку показателей цен. Это следует особо учитывать, например, при контроле цен на обувь и текстильные то-

вары.

Многообразие выбора ассортимента находит свое выражение в соответствующей широте и глубине ассортимента. Многообразие ассортимента влияет на выбор показателей цен и на необходимую для их контроля глубину номенклатуры. В связи с растущей широтой и глубиной ассортимента, как правило, повышаются и затраты по контролю. Чем выше при этом доля заменяемых изделий в ассортименте, тем больше предоставляется возможности уменьшения глубины номенклатуры для наблюдения показателей цен, потому что субституты, как правило, могут быть объединены в потребительно-стоимостные группы. С ростом доли заменяемых в контролируемой совокупности изделий снижаются затраты по контролю.

В рамках управления и планирования снабжения на отдельных уровнях управления принимаются дифференцированные решения по обеспечению соответствующей потребности структуры цен ассортиментов в зависимости от прикрепленного поля решений. Каждая подготовка решения и каждое нахождение решения обуславливает необходимые на отдельных уровнях управления показатели в различных ступенях агрегации.

Выбор показателей цен для контроля цен поэтому должен производиться под аспектом необходимой потребности в информации со стороны данного уровня управления и решений, чтобы обеспечить затраты по контролю в допустимом объеме.

Контроль цен необходимо интегрировать в существующую систему планирования, учета и статистики. Это требует принимать во внимание содержание и организацию предусмотренной для данного ассортимента системы учета и статистики при выборе показателей контроля цен. Показатели контроля цен следует по возможности определять в качестве вторичных показателей, чтобы в пределах возможности снижать затраты по контролю. Это предполагает пересмотр полученных в рамках планирования и расчетов торговых процессов первичных данных, касающихся их отношений к образующим показателям контроля цен.

Для согласования результатов планирования цен и контроля цен промышленности с результатами торговли, необходимы срав-

нимые показатели контроля.

Выбор и определение показателей контроля в торговле должен осуществляться также и под аспектом сравнимости результатов контроля в промышленности и в торговле, чтобы иметь возможность проводить соответствующую оценку образования цен и ассортимента.

Доцент д-р Х.Шольц,
ст.ассистент д-р У.Хельмунд
Высшая торговая школа г.Лейпцига

Возможности практического измерения и оценки готовности к снабжению¹

Уровень готовности к поставке или продаже может определяться, основываясь на изображении ассортимента. По имеющемуся у нас опыту следовало бы изображения ассортиментов разрабатывать на основе изделий, применяя данные из производственных программ. Они могут при известных условиях специфицироваться даже по моделям и образцам и т.п. Как в оптовой торговле, так и в розничной торговле имеются принципиально два пути для установления готовности к снабжению:

- а) применение данных из производственных программ электронной обработки данных,
- б) определения с помощью визуального контроля запасов и переучета товаров.

В ряде предприятий розничной торговли с современными кассами и в оптовой торговле подсчитывание наличия товаров осуществляется на основе изделий. Эти данные могут быть в выбранных днях сопоставлены с изображением ассортимента. В течение длительного периода времени в конце рабочего дня в список, построенный аналогично изображению ассортимента, заносятся фактически имеющиеся товары. Список сопоставляется с соответственно обрабатываемым изображением ассортимента. Определение готовности оптовой торговли к поставке возможно, кроме того, при помощи использования закупочной документации розничной торговли,

¹ Теоретическая постановка проблем рассматривалась в статье: Актуальные вопросы снабжения и эффективности соц. торговли. - В кн.: Экономическая эффективность и технический прогресс в торговле. Рига, 1978. (Изд. Латв. ун-та.)

розничная торговля представляет разработанные надлежащим образом заказы на изделия. В них дополнительно заносятся поставленные оптовой торговлей количества. После соответствующей обработки не сложно определить готовность к поставке.

Независимо от того, по какому из названных методов определения цифровой материал получен, можно получить средний показатель готовности к снабжению по следующей форме:

$$V_B = \frac{\sum_{k=1}^m 1 \cdot \sum_{t=1}^n 1}{\sum_{k=1}^m \sum_{t=1}^n} \quad \begin{array}{l} \text{изделия (фактически)} \\ \text{изделия (по плану)} \end{array}$$

причем:

- V_B - готовность к снабжению
 k (1 ... m) - модальи, расчлененные по размерам и образцам
 t (1 ... n) - период исследования в днях.

Готовность к снабжению должна определяться в соответствии с числом k как для групп изделий, так и для всего ассортимента.

Постоянное наблюдение за показателями имеет, по нашему мнению, последствия для разработки снабженческо-политических постановок целей для производственной деятельности органов руководства и для анализа и контроля торговой деятельности.

Измерение готовности к снабжению точно показывает достигнутый при выполнении задания уровень, который заключается в том, чтобы снабжать население в соответствии с потребностями, стабильно и бесперебойно. Исходя из этого необходимо в планы и обязательства соревнования постепенно включать постановки целей, при каких ассортиментах какая степень готовности должна достигаться и все другие

мероприятия согласовать с этой целью.

Кроме того, постоянное наблюдение за готовностью к снабжению дополняют информацией для изучения спроса, для улучшения планирования снабжения и оперативной закупочной деятельности.

Для того, чтобы определить влияние торговли по долям на определенные изменения эффективности производства или структуры затрат на потребление, необходимо провести исследование. В рамках статистической отчетности при известных в настоящее время методах это является невозможным. Поэтому при непосредственной оценке товарной продукции пока могут быть охвачены только затраты на обращение.

Они могли бы состоять из параметров

- по торговым расходам
- по затратам наличия товаров
- по затратам основных средств
- по затратам живого труда.

Следовательно, необходимо разработать такие критерии оценки, которые можно было бы модифицировать для всех ступеней обращения и которые основываются на едином измерении затрат. Основной проблемой здесь является то, чтобы справиться со сплошным (всеобщим) измерением затрат. Из приведенных показателей этим требованиям больше всего отвечает величина "торговые расходы", прежде всего благодаря ее высокой агрегации.

Принципиально затраты могут быть изображены двумя путями. Во-первых, как сумма затрат на весь процесс обращения и на отдельные ступени обращения, а во-вторых, как специфические затраты, т.е. как затраты на каждую единицу производственной мощности.

Для измерения затрат в социалистической торговле следовало бы применять только специфические затраты.

С тем, чтобы решить основную задачу внутреннего сле-

тения всего процесса, необходимо найти для этого единую базу производительности для товарообращения. Этой единой базой производительности может быть производительность торговли по отношению к покупателю. Мы выбираем здесь розничный товароборот как выражение и цель усилий всех участвующих в процессе обращения партнеров.

Из этих соображений выводится общая формула для каждого измерения специфических затрат в общем процессе обращения и отдельных ступенях:

$$a = \frac{A}{WU_{RH}}$$

где

- a - специфические затраты
- A - сумма затрат соответствующих торговых ступеней
- WU_{RH} - розничный товароборот

Это соотношение ориентирует все ступени социалистического товарообращения единым образом на то, чтобы по возможности достичь розничный товароборот с малыми издержками по сбыту, и может также дать ответ на вопрос: сколько потребуется затрат в общем процессе и на отдельных ступенях обращения, начиная со сбыта продукции и кончая розничной торговлей, чтобы получить 100 марок розничного товарооборота?

В современной торговой практике ГДР, как и в большинстве других социалистических стран, в качестве общепринятых показателей по измерению и оценке затрат принимаются в расчет издержки обращения. Последние обеспечиваются также и со стороны государственной отчетности (для показателей наше предложение на измерение указано на рисунках 2 - 4).

Между производительностью и затратами существуют некоторые закономерные связи. Они указаны на рисунке I.

В системе координат изображены соответствующие кри-

вне специфических затрат в их зависимости от производительности:

- /1/ Кривая $a (WU_{EH})$ это развитие общих специфических затрат на каждую единицу розничного товарооборота в зависимости от роста WU_{EH} в товарообращении или организации сбыта.
- /2/ Кривая $a_f (WU_{EH})$ изображает постоянные затраты в зависимости от развития розничного товарооборота.
- /3/ Кривая $a_v (WU_{EH})$ это развитие специфических переменных затрат при растущем розничном товарообороте.

При этом для кривых специфических затрат действительно следующее отношение:

$$a = a_f + a_v = \frac{A_f}{WU_{EH}} = \frac{A_f + A_v}{WU_{EH}} = \frac{A}{WU_{EH}}$$

К некоторым принципиальным выводам, которые можно сделать из этой основной модели развития затрат и производительности в процессе воспроизводства:

а) следует констатировать, что нет такого закона общей депрессии специфических издержек обращения, который бы содействовал постоянному снижению издержек обращения на единицу розничного товарооборота.

б) Специфические издержки обращения $a = \frac{A}{WU_{EH}}$

с увеличивающимся розничным товарооборотом снижаются только до определенной точки "Р", а потом опять увеличиваются.

в) Каждое предприятие или каждый управляемый по единым принципам и организованный сбыт имеет в данных условиях оптимальную величину розничного товарооборота, которая определена оптимумом затрат.

Этот оптимум находится в точке Р. Здесь кривая специфических затрат $a(WU_{ЕН})$ достигает крайнего значения /минимума/, а кривая общих затрат $A(WU_{ЕН})$ перелома. При дальнейшем повышении розничного товарооборота в неизменяющихся условиях товарообращение становится нерациональным.

г) Из сделанных выводов следует установить, что для организации предприятия в социалистическом товарообращении может и должна существовать оптимальная величина. Однако этот оптимум является не статическим, а динамическим. Он изменяется со степенью организованности в социалистическом процессе обращения /но для того, чтобы дать подробную информацию об этом оптимуме, требуются, разумеется, дальнейшие исследовательские работы/.

Исходя из основных выводов и тезиса, что эффективность торговли определяется рядом факторов и их оптимальным взаимодействием, необходимо остановиться на одном из наиболее важных факторов: затрате готовности.

Затрата готовности - это образующиеся в товарообращении расходы на готовность. Они отличаются от расходов по пользованию. Готовность находится по времени перед пользованием и является предпосылкой для бесперебойного снабжения потребителя. Расходы на готовность образуются в связи с необходимой заготовкой долговечных хозяйственных товаров /здания, оборудование зданий и т.д./, а также товарных запасов, из наличия торгового персонала, недолговечных хозяйственных товаров и других вещественных предпосылок для процесса обращения. Расходы на готовность занимает как постоянные расходы большую долю в общих расходах. Соотношение пользования и готовности оказывает решающее влияние на рентабельность и находит выражение в степени использования мощностей торговли.

В соответствии с более высокими требованиями, вытекающих из социалистического образа жизни, к широте и глубине

ассортимента, к объему и качеству бытовых услуг и обслуживанию покупателей увеличивается постоянная затрата готовности на проведение торговых процессов. Это находит свое отражение в мероприятиях по расширению запасов, улучшению предложения в магазинах, в повышении готовности оптовой торговли и производства к поставке и т.п.

Этим развитием объясняется объективная необходимость в тенденциозном повышении решающей составной части затрат. При этом становится ясным, что общую затрату на практические мероприятия по снижению расходов необходимо разделить на затраты, которые могут быть снижены с помощью повышения степени организованности, и на такие, которые закономерно повышаются.

Перебазирование вспомогательных и подсобных процессов из розничной торговли — основа стабилизации снабжения и более высокой эффективности.

Стабильность снабжения населения, а также производительность и эффект торговли тем выше, чем больше доля основного процесса /продажи товаров/ в общей затрате в розничной торговле.¹

Выделение вспомогательных и подсобных процессов, не относящихся к продаже товаров, и передача их оптовой торговле или производству являются решающими для этого. С концентрацией розничной торговли на непосредственной продаже товаров растет производительность всего процесса обращения.

¹ Процесс продажи товаров розничной торговли определен как сумма частей управления спросом, составление товарного предложения, оказание услуг покупателям, регистрация, кассирование и передача товаров покупателю.

К вспомогательным процессам относятся закупка товаров, приемка товаров, хранение товаров, составление ассортиментов, непосредственная подготовка к продаже и транспортные процессы внутри предприятия.

В настоящее время доля основного процесса - продажа товаров в розничной торговле - составляет примерно 40-45%, все остальное это вспомогательные процессы, в основном процессы подготовки к продаже.

С целью повышения рациональности процесса обращения следует все вспомогательные процессы по подготовке к продаже, которые должны быть с помощью концентрации в оптовой торговле или же на производстве проведены рациональней в народнохозяйственном отношении, планомерно переводить в другие ступени обращения.

С растущим органическим составом фондов всех ступеней процесса обращения при увеличивающемся снабжении основными фондами каждого работника влияние эффекта основных фондов на рентабельность обращения зависит от оптимального распределения основных фондов по торговым ступеням и от степени замкнутости решений в отношении сбыта в процессе обращения.

Эту связь можно охватить двумя показателями. Во-первых, зависимостью эффективности основных фондов от коэффициентов смен (СК) процесса обращения как выражение для использования /нагрузки/ имеющихся в процессе фондов, где

$$СК = \frac{\text{объем число работающих посменно}}{\text{число работающих в основной смене}}$$

во-вторых, зависимость эффекта основных фондов от прогрессивности характеризуется увеличением основных фондов в процессе обращения.

В качестве показателя для прогрессивности капиталовложений применяется разработанный Трапезниковым коэффициент.

Это
$$KPI = \frac{P_T}{P_F},$$

где

KPI - коэффициент прогрессивности капиталовложений;

P_T - прирост производительности от технического прогресса;

P_F - прирост производительности от растущего снабжения фондами.

Эта изложенная зависимость требует ориентации на то, чтобы управление, планирование и организация в звеньях сбыта согласовывались единодушно и проводились такие мероприятия, как: введение сплошных технологических решений и расширение сменной работы в сфере обращения.

Она, кроме того, ориентирует на то, что необходимо произвести планомерное изменение структуры распределения основных фондов в пользу оптовой торговли.

Требования, ставящиеся к комплексности товарного предложения, к связанному с этим обслуживанию покупателей и бытовым услугам, а также требования рационализации процесса товарообращения обуславливают постепенное увеличение средней величины магазинов и складов. Одновременно с растущим разделением труда, концентрацией, специализацией и кооперацией повышается оптимальная величина организации сбыта, управляемой и организованной по единым принципам.

Оба аспекта этой связи основываются на том, что необходимо постепенно создавать субъективные предпосылки для управления и планирования более крупных предприятий или научных организаций. При выполнении этой задачи минимум специфических издержек обращения $/P/$ все больше сдвигается от ордината $/см.$ также рисунок I/.

Прежние пояснения к изображению и оценке стороны производительности и затрат торговой деятельности, а также к важным факторам влияния уже допускают целый ряд важных выводов по повышению эффективности процесса обращения.

Для конкретно проводимых мероприятий, конечно, требуется детальная оценка и характеристика уровня и факторов влияния стороны производительности и затрат торговли. Для этого требуются соответствующие измерения. Речь идет о характеристике и эффективности каждой ступени обращения или торговли по отношению к общей народнохозяйственной пользе процесса обращения.

В нижеследующей схеме сделана попытка изобразить важные показатели для оценки всего процесса обращения.

Благодаря этому у нас имеется теоретическая основа для практической оценки результатов отдельных ступеней социалистического товарообращения /см. рисунок 2/.

Исходя из программы показателей для всего процесса обращения, необходимо вывести критерии оценки для отдельных ступеней обращения розничной торговли и оптовой торговли.

К ступени розничной торговли.

Применяемые здесь показатели и группы показателей в значительной мере не отличаются от применявшихся до сих пор в розничной торговле расчетных и оценочных показателей, так розничный товароборот выбран как единый показатель производительности. Только у показателей товарных запасов и основных средств возникают некоторые разночтения, которые необходимо пояснить.

а) Чтобы измерить долю товарных запасов на отдельных ступенях обращения и тем самым получить отправную точку об эффективном распределении запасов в процессе обращения, в программу включен показатель доли товарного запаса для ступени розничной торговли в общем запасе в процессе обращения. Это действительно аналогично и для ступени оптовой торговли.

б) Для определения рентабельности основных фондов предлагается в противоположность существовавшей до сих пор

методике использовать основные фонды общего процесса как базу сравнения. Это имеет то преимущество, что становится возможной настоящая народнохозяйственная оценка этого показателя, во-первых, можно измерить рентабельность использованных в общем процессе основных фондов и, во-вторых, часть вклада отдельной ступени обращения, здесь розничной торговли.

На рисунке 3 показаны разработанные в настоящее время показатели. Их вполне можно дополнить подходящими показателями. Так, например, возможно снабженческо-политические критерии /после обстоятельной проверки способности дать информацию/ дополнить показателями, дающими сведения о широте выбора и об объеме и скорости изменения ассортимента в розничной торговле.

К ступени оптовой торговли.

Здесь как предложение действительна программа показателей в соответствии с рисунком 4.

Также и здесь могут к составленным параметрам найти применение дополнительные показатели. Так, например, снабженческо-политические критерии могут быть дополнены такими важными для оптовой торговли группами показателей, как показатели

- реализации контракта,
- задолженности по поставкам,
- качества полученных товаров народного потребления,
- акуре.

После изложения критерий оценки для общего процесса и ступеней торговли еще несколько обобщающих замечаний к уровню исследования и к новому по содержанию критерий.

а) Предложенную программу показателей следует в соответствии с условиями ГДР рассматривать как материал при дальнейших исследовательских работах. В представленной форме она в настоящее время еще не может быть полностью применена в торговле. Она должна вводиться в торговую

практику постепенно. Владения теперешного отчета возникают проблемы в особенности при определении

- готовности к снабжению по позициям снабжения в розничной торговле и

- издержек обращения, фонда, рабочего времени по отраслевым точкам зрения

как в оптовой, так и в розничной торговле.

С реализацией рациональных организаций сбыта /например, система контактных колец для союзы универсамов/ создаются шаг за шагом возможности для решения этих проблем и применения новых показателей как единую основу оценки. Этот факт имеет соответствующие последствия для управления и планирования процесса обращения. Так, например, следовало бы разработать, исходя из глубокого анализа получающейся из-за измененных путей сбыта и измененного разделения труда новой структуры затрат, долгосрочные нормативы. Она должны бы в отношении содержания ориентироваться по приведенным критериям.

б) Новое, способствующее внутреннему оплетению процесса обращения, в изложенных критериях оценки состоит в том,

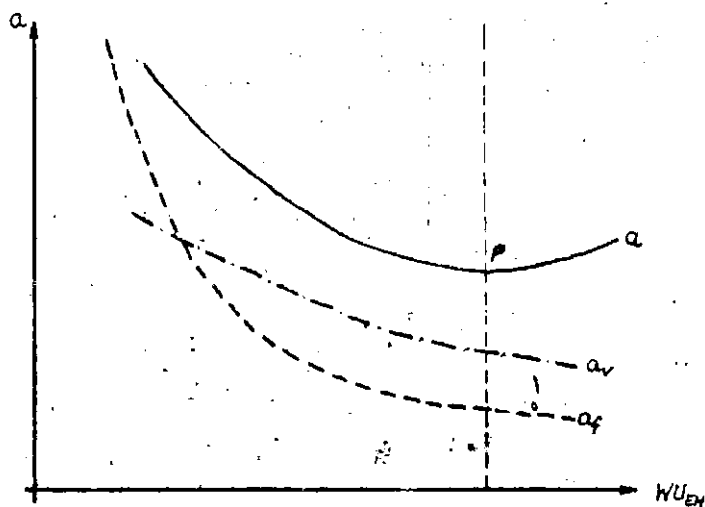
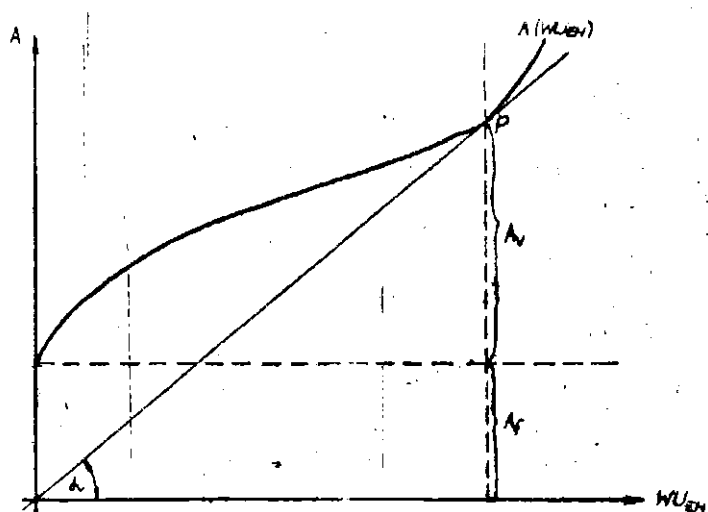
- чтобы конкретней были осуществлены потенциальные возможности рационализации сбыта,

- чтобы была измерена производительность всех участвующих в процессе обращения партнеров по отношению к покупателю,

- чтобы сумма стараний всех ступеней обращения была направлена на оптимальное соотношение затрат и производительности в рамках общего процесса,

- чтобы каждая ступень обращения измерялась по единому соотношению затрат и производительности общего процесса.

Abbildung 1: Grundmodell der Aufwands - Leistungs - Entwicklung im Reproduktionsprozeß



- Symbole:
- A = Gesamtaufwand
 - A_f = fixer Aufwand (Bereitschaftsaufwand)
 - A_v = variabler Aufwand
 - a = spezifischer Aufwand (Aufwand pro Einheit Einzelhandelsumsatz)
 - WU_{EH} = Einzelhandelsumsatz

Рисунок 2. Критерии оценки для общего процесса обращения

	Параметры	Вид расчета
Критерия для общего процесса	снабженческо-политические критерии	$\frac{A_{\text{факт.}}}{A_{\text{план.}}}$
	издержки обращения	$\frac{K_{\text{зр}}}{WU_{\text{ен}}}$
экономические критерии	товарный запас	$\frac{WB_{\text{зр}}}{WU_{\text{ен}}} \cdot t$
	основные фонды	норма расходов
квота		$\frac{WU_{\text{ен}}}{GF_{\text{зр}}}$
рабочие силы	интенсивность	$\frac{GF_{\text{зр}}}{WU_{\text{ен}}}$
		$\frac{WU_{\text{ен}}}{AK_{\text{зр}}}$
	производительность труда	$\frac{WU_{\text{ен}}}{AK_{\text{зр}}}$
		$\frac{AK_{\text{зр}}}{WU_{\text{ен}}}$

Пояснение символов:

- A - предложение товаров
- R - запас товаров /товарный резерв/
- WB - товарный запас
- WU - товарооборот
- BG - валовая прибыль
- GF - основные фонды
- UF - оборотный фонд
- AK - рабочие силы
- WF - товарный фонд
- K^о - издержки обращения

Индексы

- зр - процесс обращения всего
- ен - степень розничной торговли
- он - степень оптовой торговли
- ра - степень сынта продукция

t - промежуток времени в днях

Рисунок 3. Критерии оценки для степени розничной торговли

Параметры		Вид расчета	
снабжение-ко-политические критерии	Готовность к продаже	$A_{EH} / \text{факт.} /$	
		$A_{EH} / \text{план.} /$	
экономические критерии	издержки обращения	K_{EH}	
		WU_{EH}	
	товарный запас	WB_{EH}	
		WU_{EH}	
		доля в WB_{zr}	WB_{zr}
	доля в фондах zr	WB_{EH}	
		$GF_{zr} + UF_{zr}$	
	основные фонды	рентабельность	BG_{EH}
			GF_{zr}
		квота	WU_{EH}
		GF_{EH}	
	интенсивность	GF_{EH}	
		WU_{EH}	
рабочие силы	производительность труда	WU_{EH}	
		AK_{EH}	
	затрата труда	AK_{EH}	
		WU_{EH}	

Символы, как на рисунке 2

Рисунок 4. Критерии оценки для ступени оптовой торговли

Параметры		Вид расчета		
снабжение-ско-политические критерии	готовность к поставке	$\frac{K_{GH}}{факт.}$		
		$\frac{A_{GH}}{план.}$		
Критерии для ступени оптовой торговли	издержки обращения	$\frac{K_{GH}}{WU_{EH}}$		
		норма издержек		
	товарный запас	оборачиваемость в днях	$\frac{WB_{GH}}{WU_{EH}}$	
		доля в товарных запасах	$\frac{WB_{GH}}{WB_{зр}}$	
	экономические критерии	доля в фондах	$\frac{WB_{GH}}{GF_{зр} + UF_{зр}}$	
		рентабельность	$\frac{BC_{GH}}{GF_{зр}}$	
		основные фонды	квота	$\frac{GF_{GH}}{WU_{EH}}$
			интенсивность	$\frac{GF_{GH}}{WU_{EH}}$
	рабочие силы	производительность труда	$\frac{WU_{EH}}{AK_{GH}}$	
		затрата труда	$\frac{AK_{GH}}{WU_{EH}}$	

Символы, как на рисунке 2

Теоретические аспекты прогнозирования спроса населения на товары

В условиях постоянного расширения производства товаров народного потребления и усложнения связей торговли с промышленностью повышается роль управления. Марксизм-ленинизм рассматривает управление как форму деятельности людей, которая основывается на объективных законах развития природы и общества. Научное управление должно базироваться на предвидении тенденций развития, то есть на **п р о г н о з и р о в а н и и** социально-экономических процессов и явлений. В целях совершенствования управления народным хозяйством и более полного использования преимуществ и возможностей экономики развитого социализма, необходимо "повысить обоснованность прогнозов научно-технического прогресса и социально-экономических процессов, расширить использование этих прогнозов при разработке народнохозяйственных планов" (7, с. 171).

Теоретической базой научного прогнозирования является диалектический материализм, который изучает законы развития природы и общества. Раскрывая сущность марксистской диалектики, Ф. Энгельс писал, что "...ее законы должны иметь силу как для движения в природе и человеческой истории, так и для движения мышления" (5, с. 582).

Согласно марксистской диалектике все явления и процессы экономической действительности связаны как друг с другом, так и с явлениями иного рода - природными, политическими, психологическими и другими условиями и обстоятельствами. Спрос населения на товары, будучи проявлением сложившихся материальных потребностей, непосредственно связан с целой системой социально-экономических и других явлений. На об-

щий объем спроса влияет размер денежных доходов, уровень нетоварных расходов на различные платежи и услуги, численность населения и т.д. Спрос на отдельный конкретный товар может формироваться под воздействием некоторых других факторов. Платежеспособная потребность в молочных продуктах, например, зависит от сложившихся традиций питания населения данного региона, а также от того, какое количество семей содержат скот в личных подсобных хозяйствах. А уровень спроса на радиолы в настоящее время оказался в прямой зависимости от роста популярности магнитофонов.

Диалектический принцип взаимосвязи явлений дает методологическое оружие для правильного понимания и анализа экономической действительности. Он вооружает необходимой основой для научного предвидения процесса развития явлений. Принцип взаимосвязи ориентирует прогнозирование на то, что народное хозяйство страны представляет собой единый организм, отдельные отрасли которого взаимосвязаны, взаимосубординированы и могут развиваться только в условиях определенной координации. Принципу взаимосвязи подчинены все стороны развития спроса населения, начиная от распределения национального дохода в масштабах страны и кончая развитием факторов, формирующих микроструктуру спроса.

Накопление, как известно, является важнейшей функцией общества. Без накопления общественного продукта не возможно расширенное социалистическое воспроизводство, не возможен прогресс общества, однако способ распределения общественного продукта между накоплением и потреблением меняется "...соответственно характеру самого общественно-производственного организма и степени исторического развития производителей" (2, с.89). Это научное предвидение К.Маркса получило подтверждение на практике. Распределение материальных и духовных благ в нашей стране обусловлено основной целью социалистического общественного производства - необходимостью более полного удовлетворения растущих материальных и духовных потребностей народа в условиях непрерывного совершенствования общественного производства.

Наклонно растет доля потребления в национальном доходе. Если в 1975 г. удельный вес потребления в сумме национального дохода, использованного в народном хозяйстве, составлял 73,4%, то в 1980 г., в соответствии с Основными направлениями развития народного хозяйства на 1975-1980 гг., он достигнет 75,1%.

Взаимосвязь между накоплением и потреблением, это наиболее общая связь в цепи связей с другими общественными явлениями. Поэтому она характеризует только общие тенденции развития спроса населения. Спрос населения тесно связан с денежными доходами, поэтому для его прогнозирования больший интерес представляют связи с теми экономическими явлениями, которые формируют денежные доходы и влияют на образование покупательных фондов населения.

Основным источником денежных доходов населения является общественное производство. В семьях рабочих и служащих этот источник составляет около 75% совокупных доходов. В семьях колхозников - около 51%. Развитие и интенсификация промышленности и сельского хозяйства повышает темпы роста заработной платы и оплаты труда колхозников, увеличивая тем самым покупательную способность населения. Этому же способствуют мероприятия партии и правительства по повышению минимальных ставок заработной платы рабочим и служащим, увеличению окладов среднеоплачиваемым категориям работников во всех отраслях народного хозяйства, упорядочению пенсионного обеспечения населения и т.д.

Вторым по величине источником доходов являются выплаты из общественных фондов потребления - пенсии, стипендии и различные пособия. Эти выплаты (с учетом льгот из общественных фондов - лечение, образование и др.) в семьях рабочих и служащих составляют около 21,5%, в семьях колхозников - около 20%. Данный источник также обладает определенным динамизмом, способен существенно влиять на объем и структуру спроса.

Важным источником дополнительных доходов населения пока остается личное подсобное хозяйство. Если для рабочих и служащих доходы от личных подсобных хозяйств составляют всего лишь 1,3% совокупных доходов, то для колхозников их размеры превышают 29%. Известную часть этих доходов составляют денежные доходы от реализации продукции личного подсобного хозяйства, которые могут существенно увеличить покупку товаров населением.

Не все денежные доходы население направляет на покупку товаров. Для прогнозирования спроса важное значение имеют связи, которые формируют уровень нетоварных расходов (налоги, оплата коммунальных и других услуг, прирост вкладов и т.д.). Доля этих расходов в общих денежных расходах населения страны составляет около 20%.

Материальные потребности членов общества чрезвычайно разнообразны. Они расширяются и усложняются по мере развития общественного производства и по мере удовлетворения этих потребностей. "...Люди, развивающие свое материальное производство и своё материальное общение, изменяют вместе с этой своей деятельностью также свое мышление и продукты своего мышления", - писали К.Маркс и Ф.Энгельс (I, с.25). Поскольку спрос является синтезом потребностей, платежеспособности и товарного предложения - содержание спроса, его внутренняя структура также отличается широким разнообразием. К примеру, ассортимент непродовольственных товаров, которым в настоящее время располагает крупнейшее оптовое предприятие - Рижская оптово-торговая контора Центросоюза и Латпотребсоюза, насчитывает более 60 тыс. разновидностей. Широкая структура спроса требует наличия широких всесторонних связей между торговлей - отраслью, которая призвана обеспечить удовлетворение спроса населения на предметы народного потребления, и отраслями промышленности, которые эти предметы производят.

Спрос населения на товары - весьма сложное социально-экономическое явление, складывающееся и развивающееся в определенных условиях под влиянием различных по своей

природе и сущности факторов. При этом каждый фактор не действует изолированно, не существует вне связи с другими факторами, а оказывает свое влияние на спрос комплексно. Поэтому глубокое изучение и учет этих факторов выступает условием успешного прогнозирования спроса населения на товары народного потребления.

Классификация факторов, выявление их природы и характера воздействия на спрос являлись предметом исследования многих советских экономистов. В экономической литературе встречаются группировки факторов в зависимости от природы их возникновения, от степени воздействия на спрос. Однако задачи совершенствования прогнозирования спроса и практической разработки прогнозов требуют несколько иного подхода к вопросу классификации факторов.

Характер и теснота воздействия на спрос различных факторов объективно делит их на две большие группы.

К первой группе относятся факторы, обуславливающие развитие личных и общественных потребностей, которые могут впоследствии перерасти в спрос на товары. Это, например, уровень развития производительных сил, созданный национальный доход и политика государства в его распределении, достижения в области социального прогресса и т.д. Факторы этой группы создают условия для формирования потребностей, не оказывая непосредственного влияния на спрос.

Ко второй группе относятся те факторы, которые действуют на объем и структуру спроса населения на товары непосредственно. Это численность и состав населения, процессы урбанизации, производство товаров в определенном объеме и ассортименте, достигнутый уровень потребления продуктов питания и обеспеченности непродовольственными товарами, структура доходов и расходов населения, мода, насыщенность торговли товарами, климатические условия и т.д., то есть факторы, которые классифицируются как социально-демографические, экономические, морально-психологические, торгово-организационные и природно-климатические. Для исследования

тенденций развития спроса в целях прогнозирования его структуры на практике используют факторы, относящиеся ко второй группе.

Влияние различных факторов на спрос объективно ограничивается рядом условий. Одним из этих условий является пространство, т.е. территория или часть территории, на которой формируется и предъявляется спрос населения. Это может быть страна в целом, союзная республика, область, экономический или административный район. Например, объем спроса в отдельном регионе может существенно зависеть от миграции покупателей, в то время как на объем спроса страны в целом подобный фактор влияния не оказывает. Или в республике с высоким удельным весом сельского населения и относительно развитым подсобным хозяйством спрос, предъявляемый торговле на продукты питания, заметно ниже, нежели в регионах с более высоким удельным весом городского населения.

Вторым неизменным условием является время. Интенсивность влияния того или иного фактора обусловлена продолжительностью (длиной) прогнозируемого периода. Например, в прогнозах спроса населения на предстоящий квартал необходимо учитывать товарные запасы на начало прогнозируемого периода, фактически складывающуюся ситуацию с товарными ресурсами, наличие взаимозаменяемых товаров, погодные условия и возможный приток в связи с этим приезжего населения и ряд других факторов, так как эти прогнозы разрабатываются в рамках годовых прогнозов и носят уточняющий характер. В годовых прогнозах на передний план выдвигается изменение соотношения между городским и сельским населением, динамика покупательных фондов населения, средний уровень миграции денег и покупок приезжего населения, выделенные товарные ресурсы, обеспеченность населения торговой сетью и т.д.

В среднесрочных прогнозах (на пятилетие) определяющими факторами являются складывающийся уровень производства товаров народного потребления, изменения в демографическом и

социальном составе населения, возможный уровень доходов и структура расходов населения, уровень потребления населением продуктов питания и обеспеченности непродовольственными товарами, возможные изменения в моде, появление товаров с новыми потребительскими свойствами, соотношения между производством продуктов питания в общественном и личном хозяйствах, жилищное строительство и т.д.

Важнейшая особенность механизма воздействия системы факторов, которая имеет большое значение при практическом прогнозировании, заключается в том, что отдельные факторы по-разному действуют на процесс формирования спроса. Одни из них определяют общий объем спроса, другие - его видовую структуру. Чем агрегированнее структура спроса, тем большую роль играют общие факторы. И, наоборот, по мере дезагрегации растет значимость специфических факторов, которые в рамках, определенных общими факторами, количественно и качественно конкретизируют микроструктуру спроса.

В зависимости от степени воздействия различных факторов целесообразно выделить четыре уровня агрегации спроса населения на товары народного потребления, каждый из которых характеризуется определенной группой конкретных факторов (рис. I):

первый уровень - общий объем спроса населения на товары народного потребления;

второй уровень - объем спроса на продовольственные и объем спроса на непродовольственные товары;

третий уровень - спрос на отдельные группы продовольственных и непродовольственных товаров в разрезе номенклатуры статистической отчетности формы 3-торг "Отчет о поступлении, продаже и остатках товаров" или плана товарного обеспечения;

четвертый уровень - спрос на конкретные виды продовольственных и непродовольственных товаров.

Исследование и прогнозирование спроса населения может.

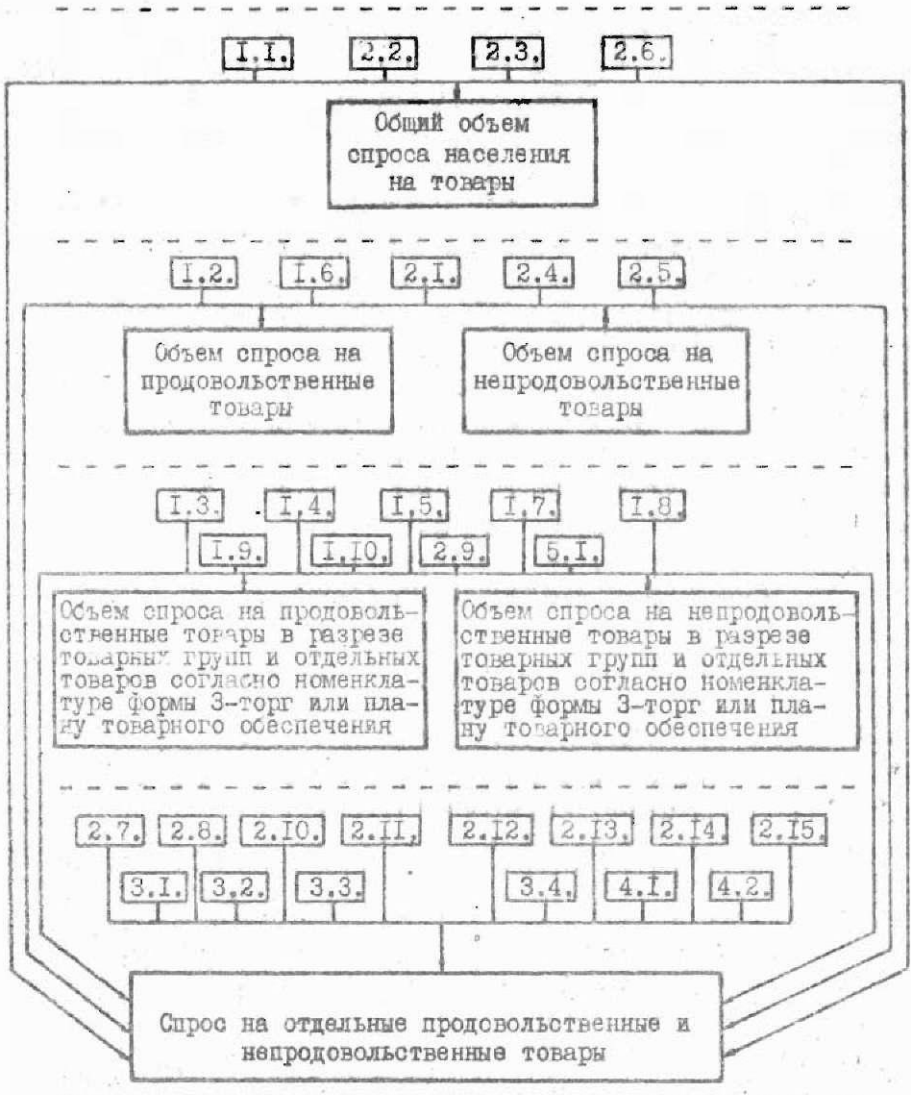


Рис.1. Механизм влияния факторов на объем и структуру спроса (обозначения факторов см. на с.81).

Обозначения факторов к рис. I. I

I. Социально-демографического характера:

I.1. - численность населения; I.2. - численность городского и сельского населения; I.3. - половозрастной состав населения; I.4. - количество семей; I.5. - размер и состав семей населения; I.6. - классовый состав населения; I.7. - национальный состав населения; I.8. - профессиональная структура населения; I.9. - состав населения по уровню образования; I.10. - распределение населения по количеству работающих и иждивенцев в семье

2. Экономического характера:

2.1. - объем и структура товарных ресурсов, направляемых в торговлю; 2.2. - все виды доходов и сбережений населения, направленные на покупку товаров; 2.3. - нетоварные расходы населения, обязательные платежи и добровольные взносы; 2.4. - уровень и соотношение розничных цен на товары и услуги; 2.5. - объем потребления за счет источников натурального поступления (общественных фондов, личных подсобных хозяйств, колхозов); 2.6. - объем и структура инорайонного спроса; 2.7. - уровень потребления продуктов питания; 2.8. - обеспеченность населения отдельными товарами; 2.9. - жилищное строительство; 2.10. - количество домашних хозяйств; 2.11. - зона уверенного приема телесигнала; 2.12. - степень газификации; 2.13. - степень электрификации; 2.14. - срок физического износа товаров; 2.15. - качество товаров

3. Морально-психологического характера:

3.1. - национальные и бытовые особенности, традиции, потребительские привычки населения; 3.2. - мода; 3.3. - реклама; 3.4. - моральный износ товаров

4. Торгово-организационного характера:

4.1. - степень насыщенности торговли отдельными товарами; 4.2. - обеспеченность населения торговой сетью и сетью предприятий общественного питания

5. Природно-климатического характера:

5.1 - климатические условия

I Перечислены только те факторы, которые оказывают наиболее существенное влияние на спрос населения на товары.

проводиться на различных уровнях агрегации, в зависимости от решаемых задач и времени упреждения прогноза. При этом следует иметь в виду, что факторы, определяющие спрос на высшем уровне, оказывают влияние на формирование спроса каждого из последующих уровней. Воздействие факторов, обуславливающих формирование спроса на более низких уровнях агрегации, может не учитываться при определении спроса на более крупные товарные группы или общего объема спроса.

Как правило, наименее агрегированными являются краткосрочные прогнозы спроса (квартальные, годовые), которые требуют учета наибольшего количества специфических факторов. На пятилетие и более длительный период нет необходимости разрабатывать прогнозы по развернутой номенклатуре. Здесь целесообразны прогнозы спроса на товары, сгруппированные по общности потребительских свойств либо по направлениям их потребления.

При изучении фактического состояния спроса, как и при его прогнозировании, на каждом из четырех уровней агрегации его структуры следует тщательно отбирать показатели, наиболее точно характеризующие сущность явления и его соответствие поставленной задаче. Попытки объяснить происходящие в спросе сдвиги как результат воздействия какого-либо одного фактора могут привести к большим неточностям. Так, сдвиги в структуре продажи товаров нельзя объяснить только, скажем, изменением в уровне доходов. Этот процесс следует увязывать с объемом покупательных фондов, с насыщенностью рынка товарами, приростом численности населения, процессом урбанизации и т.п. Да и сам фактор доходов не однозначен. Рост доходов в расчете на душу населения, например, может происходить как за счет равномерного увеличения доходов всех групп населения, так и за счет преимущественного роста доходов какой-либо отдельной группы населения: низкооплачиваемых, среднеоплачиваемых или высокооплачиваемых. В каждом из этих случаев увеличение среднедушевого дохода по-разному скажется на структуре спроса.

Вторым принципом диалектического материализма, который лежит в основе прогнозтики, является принцип развития (принцип историзма) явлений и процессов. Согласно этому принципу все явления действительности находятся в постоянном движении, изменении и развитии. Развитие явлений происходит во времени и генетически — от зарождения через становление к отмиранию. Спрос на новое изделие не рождается сразу. Он практически возникает одновременно с производством этого изделия. В последующем периоде "новинка" получает общественное признание, с ней знакомятся широкие массы населения. По мере этого знакомства идет процесс формирования спроса, который в каком-то периоде времени достигает своего апогея. "Старение" спроса на конкретное изделие зависит от развития научно-технического прогресса, потребительских свойств, сущности самого изделия, рекламы, моды и ряда других условий и факторов.

Принцип развития предостерегает экономистов от ошибочного рассмотрения явлений действительности как чего-то застывшего, постоянного, неизменного. Любое явление должно рассматриваться в динамике, в процессе исторического развития. Зная объем спроса населения на телевизоры в текущем месяце, квартале или году, нельзя дать качественной оценки этого уровня. Для объективной оценки спроса населения на телевизоры необходимо знать соответствующие показатели за предыдущие три-пять или более лет. Только сопоставляя достигнутый уровень с предыдущими, можно дать правильную оценку данного явления и определить направления его развития.

Сущность принципа развития или принципа историзма состоит в том, что нельзя познать действительность, не зная истории её развития. Принцип историзма является основой прогнозирования. "...Кто же не знает, что если рассматривать какое угодно общественное явление в процессе его развития, то в нем всегда окажутся остатки прошлого, основы настоящего и зачатки будущего?" — говорил по этому поводу

В.И.Ленин (6, с.181). Для прогнозирования спроса важное значение имеет вывод В.И.Ленина о наличии в явлениях зачатков будущего. Поскольку все находится в развитии, то сегодняшняя осуществляющийся размер спроса на данное изделие в недалекой перспективе может оказаться значительно меньшим. И, наоборот, сегодняшние новые зачатки, новые тенденции в дальнейшем станут решающими.

Развитие явлений природы и общества происходит путем постоянного накопления количественных изменений, которые постепенно или скачкообразно переходят в новое качество. Спрос на товары может возникнуть только тогда, когда у населения появляется денежный эквивалент. По мере развития общественного производства и роста материального благосостояния народа денежные доходы населения неуклонно растут. Эти количественные изменения меняют структуру спроса. Прежде всего увеличивается доля расходов на приобретение непродовольственных товаров. Если в 1965 г. удельный вес непродовольственных товаров в товарообороте страны составил 42,3%, то в 1977 г. он повысился до 47,4% (10, с.457). Количественные изменения в денежных доходах по-разному коррелируют со спросом на отдельные товары. Известно, что увеличение доходов низкооплачиваемой части населения вызывает рост расходов на продовольственные товары, прежде всего - на более качественные, в питательном отношении ценные продукты питания, а также непродовольственные товары первой необходимости. В то же время повышение оплаты населению высших групп доходности приводит к увеличению спроса на товары для досуга и отдыха, занятия спортом, облегчения домашнего труда и т.п.

Закон перехода количества в качество - это основа прогнозирования тенденций развития спроса населения на товары. К.Маркс, говоря о действии этого закона в сфере экономических отношений, писал: "Здесь, как и в естествознании, подтверждается правильность того закона, открытого Гегелем в его "Логике", что чисто количественные изменения на известной ступени переходят в качественные различия" (2, с.318).

Задача экономиста в этом случае заключается в том, чтобы проследить за процессом накопления количества и установить соотношение между старым и новым качеством.

Движущей силой развития объективного мира являются противоречия. Согласно закону единства и борьбы противоположностей каждому экономическому явлению как единому целому, присущи внутренние противоречивые или противоположные стороны, между которыми постоянно происходит борьба. В условиях социализма не существует антагонистических противоречий и в корне изменился характер "борьбы" между противоречиями. Если в капиталистическом хозяйстве противоречие между спросом и предложением приводит к разрушительным итогам (кризису, безработице, сужению производства, уничтожению продукции), то в условиях социализма противоречие ведет к созидательным результатам - к планомерному развитию производства нужных населению товаров и сокращению производства морально устаревших изделий. "Борьба" противоречий в условиях социализма - это борьба-руководство, борьба-экономическое преобразование.

Противоречия социализма, как известно, могут быть объективными, то есть вытекающими из самой сути явлений, и субъективными - порожденными различными ошибками управления. Так, обществу выгодно, чтобы товары для детей производились в количествах, соответствующих спросу детского населения. Однако предложение швейных изделий, обуви и ряда других товаров детского ассортимента не соответствует спросу. В значительной мере это происходит потому, что рентабельность детского ассортимента ниже, чем взрослого и их производство невыгодно некоторым предприятиям и отдельным работникам.

Субъективные противоречия должны устраняться по мере их обнаружения. Объективные же противоречия, которые являются источником развития самих явлений, могут быть разрешены только тогда, когда для этого созревают необходимые условия. И в этом случае научное прогнозирование является

объективной необходимостью плановых расчетов.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что прогнозирование означает деятельность людей по выработке системы обоснованных научных предположений о будущем состоянии явлений на базе глубокого изучения действия законов развития общества. Прогнозирование спроса в свою очередь является составной частью народнохозяйственного прогнозирования. Прогнозирование спроса населения на товары позволяет "заглянуть" в будущее этого социально-экономического явления. Но не ради праздного любопытства. В условиях планового хозяйства государство имеет возможность регулировать соотношение между спросом и предложением. Это достигается путем обеспечения необходимых пропорций между покупательными фондами населения и рыночными фондами товаров. Однако это лишь одна сторона проблемы. Не менее важным является обеспечение соответствия между спросом и предложением по отдельным товарам народного потребления. Будет ли спрос удовлетворен, и будет ли признан обществом произведенный продукт, окончательно выяснится в процессе купли-продажи, то есть на рынке в момент столкновения потребностей и товарного предложения. В интересах народного хозяйства соответствующие органы управления должны предвидеть возможные изменения в спросе населения, с тем, чтобы своевременно разработать стратегию развития промышленности. Прогнозы спроса таким образом являются необходимым условием пропорционального развития народного хозяйства страны и более полного удовлетворения постоянно растущих материальных потребностей трудящихся.

Кроме этого глобального значения, прогнозирование спроса имеет также отраслевое значение. Для отрасли торговли прогноз спроса населения служит основой разработки плана товарооборота — важнейшего показателя торговли, с учетом которого в дальнейшем происходит развитие материально-технической базы торговых организаций. На основании прогнозов спроса торговля ищет дополнительные источники поступления товаров, производит уценку товаров устаревших

фасонов и моделей, организует рекламу товаров и т.д. Для отраслей промышленности прогнозы спроса служат основанием для разработки новых изделий, совершенствования технологий производства и повышения качества товаров народного потребления.

Прогнозирование является необходимой предпосылкой дальнейшего совершенствования планирования. В результате действия законов марксистской диалектики явления, которые подлежат планированию, непрерывно меняются. В процессе планирования эти развивающиеся явления должны быть количественно и качественно определены как в настоящее время, так и в будущем периоде. Поскольку планирование представляет собой весьма сложный процесс, имеется необходимость подразделять его на так называемый этап предпроектных работ и этап, непосредственно связанный с разработкой плана.

На первом этапе процесса планирования производится глубокий анализ развития явления, его состояния в базисном пункте, от которого начнется плановый период, определяются пути дальнейшего развития и возможные количественные и качественные характеристики будущего, то есть готовятся все необходимые расчетные аналитические данные для разработки проекта плана. Эти работы могут быть выполнены и они выполняются методом научного прогнозирования. На втором этапе — на основе научно обоснованного представления о тенденциях развития явления, разрабатывается проект плана. В настоящее время среди экономистов сложилось единое мнение, что прогнозирование не является чем-то обособленным, а является составной частью процесса планирования. И как таковое оно служит важнейшим рычагом повышения обоснованности, научности планов. "Одна из принципиальных особенностей научного прогнозирования при социализме состоит в том, — пишет заместитель председателя Госплана СССР тов. А. Бачурин, — что оно создает задел научных знаний, необходимых для планирования экономики и социальных преобразований, т.е. для планового руководства социалистическим народным хозяйством" (9, с.84).

За годы социалистического строительства в стране накоплен значительный опыт прогнозирования отдельных отраслей экономики, однако прогнозирование как система сформировалась сравнительно недавно. Лишь в последние годы наука и практика перешли от разработки отдельных прогнозов к составлению и применению системы научных прогнозов: научно-технических, демографических, экономических, социальных и др. Прогнозы спроса иерархически входят в состав экономических прогнозов.

Место прогнозов спроса в системе прогнозов определяется двумя обстоятельствами: необходимостью ориентации народного хозяйства на конечные результаты и действием закона экономии времени.

Расширение масштабов и усложнение экономики страны повышает значение конечных результатов. В настоящее время особенно важно четко представлять конечную цель любой хозяйственной деятельности и уметь так организовать эту деятельность, чтобы достижение цели потребовало бы минимальных затрат ресурсов времени. "Управленческая и прежде всего плановая деятельность должна быть нацелена на конечные народнохозяйственные результаты", - подчеркнуто в Отчетном докладе ЦК партии XXV съезду КПСС (8, с.59).

Поскольку общие, глобальные цели складываются из множества подцелей, это требование также справедливо для промежуточных результатов, ступенек к достижению конечной цели.

Основная цель общественного производства при социализме - наиболее полное удовлетворение материальных и духовных потребностей народа. Это обуславливает соответствующую ориентацию всего хозяйственного механизма на всестороннее и глубокое изучение спроса как части ожившихся потребностей, на разработку научных прогнозов его развития для организации производства материальных благ и предоставления услуг в соответствии со спросом населения.

Принцип направленности на конечные результаты применительно к прогнозам спроса населения требует:

- приоритета потребителя в определении количества, качества, разнообразия и периода производства предметов народного потребления. При несоблюдении этого требования и развитии производства товаров без учета прогнозов спроса общество рискует тем, что часть произведенного продукта возможно не будет признана его членами;

- приоритета завода-изготовителя товаров народного потребления в определении сырья, материалов, комплектующих деталей и узлов. В настоящее время нередко не спрос населения, а кооперированные поставки определяют ассортимент вырабатываемой продукции и сроки ее поставки;

- приоритета потребителя в разработке требований к вновь создаваемому товару народного потребления.

Прогноз спроса может выступать одновременно как промежуточный и как конечный результат. В подсистеме социально-экономических прогнозов прогноз спроса представляет собой научно обоснованный конечный результат, который в подсистему входит в качестве самостоятельного элемента. В то же время в народном хозяйстве прогноз спроса является промежуточным результатом - научным ориентиром для развития производства товаров. С точки зрения народнохозяйственных интересов конечной целью изучения и прогнозирования спроса является обеспечение оптимальных пропорций между производством товаров и их потреблением.

Прогнозы спроса занимают видное место в системе прогнозов. В условиях возросшего экономического потенциала большее внимание может быть уделено наиболее полному удовлетворению потребностей трудящихся. В связи с этим в комплексе общественных потребностей все больший приоритет приобретают социально-экономические потребности. С другой стороны, решающим фактором общественного развития становится научно-технический прогресс. Социально-экономические

потребности общества, в определенной мере и спрос, как результат личных потребностей, формируют цели общественного развития, определяют направление и темпы научно-технического прогресса. В свою очередь, развитие науки и техники во многом определяет будущие ресурсы общества и формирует общественные потребности.

Ориентация на конечные результаты, следовательно, на требования потребителя товаров народного потребления, делает необходимым в определенной мере участие этого потребителя в определении объемов производства, разработке новых образцов товаров, совершенствовании конструкции и улучшении их эксплуатационных свойств и качеств. Поскольку подобное участие непосредственно невозможно, оно осуществляется посредством материалов изучения и прогнозирования спроса населения, которые разрабатываются как в торговле, так и в промышленности.

Прогнозы спроса способствуют согласованию личных и общественных интересов. Ф.Энгельс в работе "К жилищному вопросу" указывал, что "экономические отношения каждого данного общества проявляются прежде всего как интересы" (4, с.271). Из этого следует, что если цели установлены вопреки интересам - возникают огромные трудности в их достижении.

Коренные интересы личности, коллектива и общества в условиях социализма совпадают. Однако эта особенность отнюдь не исключает наличия различий в интересах. Население, например, гдета иметь бытовые холодильники большей емкости, с двумя камерами, одна из которых была бы низкотемпературной, или отдельные низкотемпературные холодильники. Этим во многом объясняется интенсивное снижение спроса на ряд модификаций холодильников и на холодильники в целом. Общество также заинтересовано в лучшей хладофикации быта, так как это экономит домашний труд и увеличивает свободное время - важное богатство общества. В то же самое время производственным предприятиям выгоднее выпускать давно ос-

военные марки и модификации бытовых холодильников, ибо это не требует переустройства технологии, решения сложных вопросов кооперированных поставок, ухудшения, пусть даже временно, хозяйственных показателей и т.д. Обоснованные прогнозы спроса заблаговременно информируют производство об ожидаемых изменениях личных интересов населения.

В социалистическом обществе интересы, цели и планы должны действовать в одном направлении. Это является необходимой предпосылкой того, чтобы каждое звено в цепи: производство-распределение-обмен-потребление - функционировало максимально эффективно при минимальных затратах для общества в целом. Повышение эффективности в любой сфере деятельности К.Маркс в конечном счете рассматривал как экономию времени и усматривал в этом один из важнейших экономических законов. Он писал: "Чем меньше времени требуется обществу на производство пшеницы, скота и т.д., тем больше времени оно выигрывает для другого производства, материального или духовного. Как для отдельного индивида, так и для общества всесторонность его развития, его потребления и его деятельности зависит от сбережения времени. ... Стало быть, экономия времени, равно как и планомерное распределение рабочего времени по различным отраслям производства, остается первым экономическим законом на основе коллективного производства" (3, ч. I, с. II7).

Закон экономии времени проявляется во всех сферах общественной деятельности. Для изготовления любого предмета народного потребления может быть израсходовано различное количество сырья и материалов. Экономия сырья (прошлого труда) позволит в дальнейшем изготовить больше нужных населению изделий. Повышение потребительских свойств и качества товаров удлинит срок их службы и сэкономит труд на ремонт и обслуживание изделий. Нарушение пропорций распределения может вызвать дефицитность или "избыток" товаров, а всякий избыток - это замораживание живого и овеществленного труда. Отсутствие необходимого изделия в сфере обмена

приводит к прямой потере времени в поисках этого изделия. Наконец, потребитель, если ему не представляется возможность удовлетворить свою потребность в товарах, кустарно изготавливает нужные ему изделия со значительно большими затратами труда и времени.

Реализация закона экономии времени применительно к системе прогнозов спроса означает:

- создание стройной, эффективной системы изучения и прогнозирования спроса населения в народном хозяйстве;
- ориентацию хозяйственных решений производства товаров с точки зрения эффективности этой деятельности для общества в целом. Развитие научно-технического прогресса в определенной мере ущемляет интересы производства товаров сегодня и значительно расширяет эти возможности в будущем;
- оптимальное распределение труда и средств производства по отраслям, обеспечение производства товаров в строгом соответствии со спросом населения.

Для более полной реализации требований закона экономии времени необходимо, чтобы планирование, основанное на многовариантных научных прогнозах, наиболее полно отражало потребности общества. "Во всей работе по совершенствованию управления должен в полной мере учитываться фактор времени, - подчеркнуто в Отчетном докладе ЦК КПСС XXV съезду партии. - В области планирования это значит ... выбор вариантов, которые дадут быструю отдачу" (8, с.61).

Подытоживая сказанное, можно сделать вывод, что место прогнозов спроса в системе народного хозяйства определяется важнейшими экономическими законами социализма, прежде всего основным законом, законом планомерного пропорционального развития, законом экономии времени.

Л и т е р а т у р а

1. Маркс К., Энгельс Ф. Немецкая идеология. - Соч. 2-е изд., т.3.
2. Маркс К. Капитал. - Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд., т.23.
3. Маркс К. Критика политической экономии. - Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд., т.46, ч.1.
4. Энгельс Ф. К жилищному вопросу. - Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд., т.18.
5. Энгельс Ф. Диалектика природы. - Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд., т.20.
6. Ленин В.И. Что такое "друзья народа" и как они воюют против социал-демократов? - Полн.собр.соч., т.1.
7. Основные направления развития народного хозяйства СССР на 1976-1980 годы. - В кн.: Материалы XXV съезда КПСС. М., 1976.
8. Отчет Центрального Комитета КПСС и очередные задачи партии в области внутренней и внешней политики. Доклад Генерального секретаря ЦК товарища Л.И.Брежнева XXV съезду Коммунистической партии Советского Союза. - В кн.: Материалы XXV съезда КПСС. М., 1976.
9. Бачурин А.В. Планово-экономические методы управления. Изд. 2-е, перераб. и доп. М., 1977.
10. Народное хозяйство СССР в 1977 г. Статистический ежегодник. М., 1978.

Роль изучения потребностей в формировании ассортимента товаров

На современном этапе экономического развития наша страна имеет все необходимые предпосылки для неуклонного повышения жизненного уровня советских людей и всестороннего развития личности. В связи с этим возрастает роль изучения потребностей населения, закономерностей их формирования и развития.

Изучение общественных потребностей и их изменений является объективной основой планирования и решающим условием определения пропорций в развитии народного хозяйства.

В самом общем значении потребности есть необходимость потребления. К. Маркс определял потребность как "побуждение к потреблению, самое способность потребления".¹

В советской экономической литературе имеются различные определения потребностей. Мнения большинства авторов (И. Мстиславского, В. Радаева, Б. Ракицкого) совпадают в том, что потребности являются объективной категорией, выражают исторически определенные условия материальной жизни общества и формируются под определяющим воздействием общественного производства.

Наиболее полным нам представляется определение Б. И. Мочалова, который потребности населения в самом общем виде определяет как "осознанную человеком и обществом необходимость в производстве, распределении, обмене и потреблении материальных, духовных и социальных ценностей".²

В развитии человеческого общества потребности выступают прежде всего как экономические потребности. Экономические потребности могут быть определены как экономические

¹ Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд., т. 12, с. 719.

² Торговля в развитом социалистическом обществе.
Под общ. ред. Ф. Д. Фесенко. М., 1977, с. 27.

отношения, регулирующие условия материальной жизни общества в данный исторический период развития. Они удовлетворяются воспроизводимыми природно-трудовыми благами, тем самым обеспечивая существование общества. Пути и закономерности развития экономических потребностей следует искать в способе производства; в производственных силах, специфических экономических отношениях, экономических законах и социально-бытовых условиях жизни данного общества.

В зависимости от характера потребности разделяются на три типа: материальные, духовные и социальные.

Экономическая наука рассматривает прежде всего материальные потребности, которые являются основой экономических потребностей и выражают взаимоотношения общества с объективными материальными условиями жизни. Главное значение материальных потребностей заключается в поддержании процесса жизни. К материальным потребностям относятся наиболее важные потребности - в продуктах питания, одежде, жилище.

С развитием человеческого общества все большую значимость приобретают духовные и социальные потребности: потребность в образовании, культуре, социальном обеспечении и др.

Развитие материальных, духовных и социальных потребностей находится в тесной взаимосвязи и в своих главных чертах определяется социально-экономическими условиями. Более полное удовлетворение материальных потребностей положительно влияет на развитие духовных и социальных потребностей, создает благоприятные условия для развития материальных потребностей.

В зависимости от роли потребностей в процессе расширенного воспроизводства и их качественного состава различают общие и частные потребности.

Общие потребности представляют собой абстрактную потребность людей в благах, обеспечивающих тот или иной жизненный процесс, например, потребность в пище, одежде и т.д.

Общие потребности нередко возникают задолго до создания производством конкретных предметов, всегда идут впереди производства, стимулируют его развитие и способствуют появлению новых товаров.

Созданием определенных предметов потребления производство конкретизирует давно осуществляющиеся общие потребности людей в частные потребности в конкретном продукте материального производства. Так, общая потребность в обуви конкретизируется в большом количестве частных потребностей в различных видах и моделях женской, мужской и детской обуви.

В настоящее время наибольшую роль в экономической жизни страны играет движение частных потребностей, которые осуществляют собой элемент товарной микроструктуры.

Если общие потребности мы рассматриваем как категорию абстрактную, то частные потребности являются конкретными и могут быть количественно измерены. Кроме того, важное значение имеет не только количественная но и качественная сторона удовлетворения частных потребностей. Например, общая потребность в обуви может полностью удовлетворяться, но в то же время частная потребность в утепленных женских сапогах может быть удовлетворена количественно (в парах), но не обеспечена качественно (разнообразие моделей и фасонов, вид подошвы и т.д.).

Сопоставляя потребности с достигнутым уровнем производства, различаем три вида потребности: абсолютные, действительные и платежеспособные.

Абсолютные потребности представляют идеальное выражение осознанного желания обладать определенными благами и выступают в форме способности человека к потреблению, учитывая перспективное развитие и обогащение потребностей. Они выражают абстрактный теоретически возможный уровень развития потребностей. Абсолютная потребность не ограничена возможностями производства отдельной страны на данном уровне развития. Они формируются на базе достижений мирового

производства и включают в свой состав и интернациональную часть потребностей.

Действительные потребности учитывают существующие возможности производства и имеющиеся социальные условия той или иной страны. Они выражают способность людей к потреблению продуктов, произведенных при данном уровне развития производства. Динамика развития действительных потребностей обусловлена общим уровнем развития производительных сил и характером производственных отношений общества. Они различны так же для разных классов, социальных групп и отдельных людей.

На базе постоянно развивающегося социалистического производства противоречие между действительными и абсолютными потребностями разрешается. При социализме динамика развития действительных потребностей находится в прямой зависимости от возвышения и объема абсолютных потребностей. Разрыв между действительными и абсолютными потребностями значительно уменьшается также в результате интеграции стран социалистического содружества и интенсивных международных связей.

Платежеспособные потребности являются специфической формой выражения действительной общественной потребности в условиях товарно-денежных отношений. Платежеспособная потребность отличается от действительности тем, что ограничена рамками платежеспособной возможности потребителей и служит рыночным выражением потребности, выступая на рынке в виде спроса. Указывая на различие между спросом (платежеспособной потребностью) и действительной общественной потребностью К.Маркс писал: "Пределы в которых представленная на рынке потребность в товарах - спрос - количественно отклоняется от действительной общественной потребности, конечно, очень различны для различных товаров, я имею в виду разницы между количеством товаров, на которое фактически предъявлен спрос, и тем количеством их, на которое был бы предъявлен спрос при иных денежных ценах товаров

или при иных денежных, соответственно жизненных условиях покупателей".¹

Платежеспособная потребность не всегда является фактически удовлетворяемой потребностью. Это связано с особенностями движения развития производства и потребления.

Классифицируя потребности по показателю их соотношения с уровнем производства, нам представляется необходимым в классе платежеспособных потребностей выделить два уровня: потребности удовлетворяемые и неудовлетворяемые.

Удовлетворяемые потребности характеризуются объемом и структурой розничного товарооборота.

Неудовлетворяемые потребности составляют ту часть платежеспособных потребностей, которую современное производство оказывается не в состоянии обеспечить выпуском необходимых товаров. Они выражаются как нарушение рыночного равновесия между денежными доходами и товарным предложением. Неудовлетворенные потребности по отдельным товарам имеют место в настоящее время не только вследствие ограниченных объемов производства, но и по причинам субъективного характера: допущенным ошибкам в практической деятельности торговых и промышленных предприятий, а также из-за недостаточного эффективного изучения и определения уровня удовлетворения и развития потребностей населения.

Развитие потребностей человека осуществляется как объективный закономерный процесс. С развитием общества у людей расширяется круг потребностей, повышается их качественный уровень, изменяется структура потребностей.

Потребности изменяются под воздействием достигнутого уровня производственных сил, существующих производственных отношений, технического прогресса и общей культуры населения.

Между производством и потребностями возникают сложные взаимодействия, которые характеризуют важнейший внутренний

¹ Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд., т.25, ч.1, с.207.

механизм развития общественного воспроизводства на любой его ступени.

К.Маркс, анализируя взаимосвязь потребностей с производством, подчеркивая значение потребностей как исходного мотива, побуждающего деятельность людей, указывал, что потребности возникают не сами по себе, а являются продуктом производства. "Потребности рождаются прямо из производства или из положения вещей, основанного на производстве".¹ Потребности не могут появиться в отрыве от материальных условий. К.Маркс отмечал, что "человечество ставит себе всегда только такие задачи, которые оно может разрешить, так как при ближайшем рассмотрении всегда оказывается, что сама задача возникает лишь тогда, когда материальные условия ее решения уже имеются налицо или, по крайней мере, находятся в процессе становления".²

Реализация взаимосвязи потребностей с производством в социалистическом обществе происходит на основе разрешения постоянно возникающих неантагонистических противоречий между производством и потребностями, которые выражаются в несовпадении на каждом данном этапе уровня и структуры производства с уровнем и структурой потребностей. Нарушение структуры производства и потребностей проявляется как диспропорциональность в народном хозяйстве и связано с дефицитом отдельных продуктов.

Как бы быстро не развивалось производство, потребности будут развиваться еще быстрее, так как процесс развития социалистического производства есть также процесс еще более ускоренного на этой основе развития и повышения потребностей обусловленное действием закона возвышения потребностей.

¹ Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд., т.4, с.80.

² Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд., т.13, с.7.

Мы разделяем точку зрения В.В.Радаева, который определяет противоречие между производством и потребностями следующим образом: "Противоречие между производством и потребностями есть противоречие между исходными условиями материального производства, выражаемыми потребностями, которые должны быть воспроизведены, и реальным движением процесса удовлетворения потребностей, процесса производства, в котором эти условия не воспроизводятся в ранее существующем виде".^I

Диалектическое противоречие между новыми, постоянно возникающими в ходе развития производства потребностями и производственными возможностями является движущей силой социалистического воспроизводства.

В условиях насыщения рынка отдельными продуктами воздействие потребностей на производство меняется с количественной стороны на качественную.

Вместо необходимости быстрого роста объема производства на первый план выступает необходимость совершенствования выпуска продукции, повышается требование к ассортименту, качеству, эстетическому оформлению.

Формирование потребностей развивается под воздействием множества факторов как экономических, так неэкономических (демографических, социальных, эстетических и др.)

Непрерывный рост производства товаров, увеличение денежных доходов населения и общественных фондов потребления оказывает значительное влияние на возможности удовлетворения личных потребностей населения. Одновременно меняется степень воздействия различных факторов на развитие потребностей.

На нынешнем этапе повышения уровня жизни населения меньшее значение приобретают факторы, характеризующие платежеспособную сторону потребности. При выборе товара

^I Радаев В.В. Потребности как экономическая категория социализма. М., 1970, с.175.

(особенно изделий легкой промышленности) определяющими являются социально-психологические и эстетические факторы (добротность, внешний вид изделия, соответствие моде и т.д.)

Поэтому при планировании и формировании товарного ассортимента наряду с анализом и учетом всех экономических факторов наибольшее значение необходимо уделять всестороннему исследованию субъективных факторов развития потребностей.

Планирование производственного ассортимента товаров на перспективу должно основываться на действительных потребностях, а также учитывать сложившиеся абсолютные потребности советских людей.

Рассматривая развитие потребностей, следует иметь в виду, что потребности образуют сложную систему, в которой множество видов потребностей взаимосвязано между собой. Изменение уровня удовлетворения одной группы или конкретного вида потребностей вызывает изменение в других группах или видах. Так, например, повышение уровня удовлетворения потребности населения в высококачественной готовой одежде, сокращает потребность в тканях, выпуск сапог из заменителей кожи, сокращает потребность в кожаных сапогах и т.п.

Высокие темпы развития социалистического производства, действие закона возвышения потребностей, влечет за собой ускоренное расширение круга других потребностей. Однако объем личного потребления объективно ограничен, поэтому в настоящее время личные потребности меньше растут вширь, а больше вглубь. Происходит ускоренное возвышение потребностей, которое проявляется в систематическом улучшении структуры потребления. Прогрессивные изменения структуры потребления проявляются в более быстром росте потребления непродовольственных товаров и повышение их доли в общем объеме потребления. Эта закономерность объективно обусловлена характером потребностей. Потребности в непродовольственных товарах охватывают более широкий круг (разнообразнее), имеют практически неограниченные возможности расширения и развиваются более интенсивно, чем потребности в

продовольственных товарах, расширение которых ограничено физиологическими возможностями человеческого организма.

В группе непродовольственных товаров опережающими темпами растет потребление товаров длительного пользования, что отражает опережающий рост социальных и интеллектуальных потребностей.

Структурные улучшения происходят также в пределах каждой ассортиментной группы товаров. Так, в группах одежды и обуви ускоренно растет потребность в высококачественных, более добротных изделиях хорошего покроя и модного фасона. Качественные изменения в структуре потребления в разрезе детализированного товарного ассортимента товаров легкой промышленности связаны в основном с влиянием ускоренного научно-технического прогресса. Повышение уровня технической оснащенности, химизации сырьевой базы легкой промышленности способствует появлению новых товаров, ускоряет процесс обновления ассортимента и вызывает глубокие изменения в структуре потребностей.

Изучение общественных потребностей и их изменений является объективной основой планирования и решающим условием определения пропорций в развитии народного хозяйства. Сейчас, когда ведется работа по совершенствованию планирования и управления народным хозяйством, вопросы изучения потребностей в товарах народного потребления встали со всей остротой.

Проблемы изучения и удовлетворения спроса населения на швейные изделия

Изучение и прогнозирование покупательского спроса является одной из составных частей процесса управления производством и реализацией товаров народного потребления, к которому можно определить как деятельность, направленную на получение информации, содержащей количественную и качественную характеристику процессов формирования, развития и удовлетворения спроса населения на конкретные товары народного потребления, дающую обоснованные управленческие решения по вопросам планирования розничного товарооборота и его товарного обеспечения, составления заявок и заказов на производство и поставку товаров, распределения ресурсов товаров по районам и другим вопросам. Однако для принятия обоснованного решения указанная информация должна представлять собой совокупность оценок, правильно отражающих текущее состояние и перспективы развития спроса на товары, реализуемые в отдельных торгорганизациях, районах и в целом по отрасли. Кроме того, информация должна дать возможность объективно оценить и предвидеть весь комплекс условий формирования, развития и удовлетворения спроса по цепочке "поставщик - продавец - потребитель".

Достигнутый высокий уровень потребления товаров швейной промышленности в Латвийской ССР вызывает необходимость качественных сдвигов в структуре товарного ассортимента этих изделий. В целом по Латвийской ССР рынок швейными изделиями обеспечивается более чем на 3/4 продукцией, выпускаемой в республике. Это позволяет при планировании производства одежды полнее учитывать спрос населения. Несмотря на такие благоприятные условия наряду с перевыполнением плана поставок швейных изделий по общему объему в республике из года в год имеют место недопоставки их по ассортименту.

Торговля недополучает ряд заказанных товаров, как правило, повышенного спроса. Это происходит из-за того, что промышленные

предприятия не всегда выполняют планы производства и поставок изделий более трудоемких в изготовлении, нарушают согласованные спецификации по моделям, ростам, расцветкам. Так, например, в 1978 году объединение "Латвия" из заказанных базой 502 моделей, фактически поставила 49I, недопоставила II моделей, а объединение "Ригас Апгербс" из 475 моделей фактически поставило 43I, т.е. недопоставила 44 моделей. Кроме того, из года в год не полностью принимаются заказы торговли на ряд товаров. Так, на 1978 год остались неудовлетворенными заказы торговли на швейные изделия на 8,2 млн.руб., в т.ч. на 3,3 млн.руб. товаров детского ассортимента.

Это обуславливает необходимость более тщательного изучения требований рынка на швейные изделия с учетом действительно сложившихся тенденций спроса. Достижение этой цели невозможно без дальнейшего совершенствования механизма изучения спроса населения.

Изучение спроса призвано обеспечивать интересы планирования производства, а также реализации товаров с таким расчетом, чтобы достигалось возможно более полное удовлетворение потребностей населения при максимальной эффективности использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов общества. При этом необходимо учитывать возросшую динамичность спроса и то обстоятельство, что обеспеченность людей непродовольственными товарами достигла высокого уровня. Таким образом, перед торговлей стоят следующие главные задачи - всесторонне изучать покупательский спрос, уметь определять его не только на короткие, но и на более длительные сроки, т.е. знать закономерности развития потребности населения и представлять промышленности глубоко проанализированные, обоснованные заказы на производство товаров.

Выполнение этого требования немислимо без постоянного хорошо налаженного изучения спроса населения на швейные товары как в торговле, так и в промышленности. Отечественный и зарубежный опыт убедительно свидетельствует о том, что по мере углубления специализации производства, расширения номенклатуры производимых изделий происходит насыщение рынка разнообраз-

ными предметами потребления и динамично изменяется спрос, поэтому изучение спроса не только в торговле, но и в производственной сфере становится объективной необходимостью.

В настоящее время во всех союзно-республиканских и республиканских министерствах, предприятия которых производят предметы потребления, созданы советы, а при ведомственных конструкторских бюро - специальные подразделения по изучению спроса.

Совет Министерства легкой промышленности Латвийской ССР по изучению спроса на товары народного потребления действует с 1976 г.¹ Он является совещательным органом, на который возлагается осуществление координации работы предприятий по изучению спроса и организация рекламных мероприятий.

Советы по изучению спроса созданы на многих предприятиях; в частности на фирмах "Ругас Апгерс", "Латвия" и других. Так фирмой "Латвия" проведен анализ по художественно-эстетическим и эксплуатационным качествам тканей, используемых в производстве фирмы; работники торговли принимают участие в проведении дней качества в этой фирме.

Новым перспективным направлением в работе промышленности в области изучения потребительского спроса является организация сети хозрасчетных фирменных магазинов. Создание фирменных магазинов способствует решению проблемы удовлетворения спроса, поскольку позволяет более обоснованно формировать заказы торговли, своевременно включать их в производственный план с учетом потребностей населения. Однако создание таких магазинов не может полностью решить проблему изучения спроса.

Несмотря на то, что торговля и производство выполняют две различные функции общественного производства, они, как писал Ф.Энгельс: "... обуславливают друг друга и в такой степени друг на друга воздействуют, что их можно было бы и звать абсциссой и ординатой экономической кривой".¹

Это только подчеркивает, что для научно-обоснованного определения как текущего, так и перспективного потребительского спроса важное значение в современных условиях приобретает ком-

¹ Маркс К., Энгельс Ф. Соч., 2-е изд. т.2, с.23-25.

плексная организация изучения спроса населения, включающая службы изучения спроса государственной торговли, потребительской кооперации и промышленности.

В общей системе изучения спроса населения исключительно важная роль принадлежит оптовым базам. Они аккумулируют в себе как бы итог всей работы, проведенной в розничных торговых организациях. Экономическая осведомленность оптовых баз значительно шире, чем в розничном звене, так как в их распоряжении имеется более обширная информация. Оптовые базы Латвийской ССР определяют потребность в товарах для отдельных торговых систем и республики в целом, на основе изучения возникающих сдвигов в спросе на конкретные изделия и группы товаров, осуществления постоянного наблюдения за конъюнктурой торговли и координацией работы по изучению спроса со службами промышленности.

Изучение спроса на оптовой базе проводится на основе обобщения и анализа прежде всего тех материалов, которыми располагает сама база. Оптовые базы призваны аккумулировать все материалы о емкости рынка, среди которых должны быть данные о фактической продаже в развернутом ассортименте, и степени удовлетворения спросом на отдельные виды изделий. В своей деятельности оптовые базы не контактируют непосредственно с потребителями товаров. Отсюда, изучение спроса в оптовой торговле ведется прежде всего на основе данных, представленных розничными торговыми организациями. Вместе с тем, оптовые базы изучают спрос через разъездных товароведов. Чаше это осуществляется совместно с розничной торговлей. Разъездные товароведы имеют специальный план-задание, в который включены вопросы по изучению спроса. Учитывая эту специфику вся работа по изучению спроса в оптовой торговле ведется в двух направлениях. Во-первых, как изучение спроса оптовых покупателей, и, во-вторых, как изучение спроса населения.

Изучение спроса оптовых покупателей проводится при помощи следующих методов:

- учет оптовой продажи товаров;
- анализ заказов розничной торговли;
- проведение выставок-просмотров;
- проведение оптовых ярмарок;
- проведение ассортиментных и конъюнктурных совещаний.

В наиболее обобщенном виде спрос оптовых покупателей находит свое выражение в заказах торговых организаций и предприятий на производство и поставку швейных изделий. Товароведы швейных оптовых баз в процессе анализа заказов выявляют требования розничной торговли к ассортименту вырабатываемой промышленностью одежды по различным признакам.

Выставки-просмотры проводятся оптовыми базами совместно с домами моделей и швейными фабриками и объединениями. На них экспонируются образцы новых моделей и видов швейных изделий, планируемых к производству. В процессе проведения выставок оптовые базы организуют сбор отзывов представителей магазинов и торгов, специалистов швейной промышленности, художников, модельеров, обобщения которых дает возможность принять правильные решения о внедрении в производство новых изделий и прекращении выпуска устаревших.

Разновидностью выставок-просмотров являются выставки швейных изделий, устраиваемых оптовыми базами совместно с промышленными предприятиями на ярмарках по оптовой продаже одежды. Результаты оптовых ярмарок позволяют определить, по каким товарам заказы будут удовлетворены, а по каким нет. Поэтому материалы оптовых ярмарок дают возможность заранее судить о складывающейся конъюнктуре на рынке швейных изделий в предстоящем году.

Однако еще часто заключенные на оптовых ярмарках коммерческие сделки носят не очень прочный характер, поскольку нередки те случаи, когда поставщик, подписав на ярмарке договор, потом его нарушает. На швейных предприятиях еще часто допускаются неравноценные замены применяемых тканей и фурнитуры, упрощение моделей одежды в части отделочных строчек, вышивок и других видов отделки. Так, например, фирмами "Латвия" и "Ритас Аптербс" за 1978 год было произведено 140 замен заказанного ассортимента на общую сумму 7,5 млн. руб., что привело к сокращению ассортимента в розничной торговле.

В то же время спрос населения на различные виды модной высококачественной одежды, а также на детскую одежду массового спроса продолжает оставаться высоким. Повсеместно наблюдается недостаток одежды из х/б тканей: верхних мужских и детских сорочек, белья для детей дошкольного и дошкольного возраста, костюмов и других изделий.

Для дальнейшего улучшения работы межреспубликанских ярмарок необходимо добиться такого положения, чтобы к началу работы ярмарок все промышленные предприятия имели согласованные планы производства. Иными словами, необходимо, чтобы процессы планирования производства и продажи швейных изделий на ярмарках развивались и представляли собой не два самостоятельных процесса, а одно целое. Тогда даже при ограниченных сырьевых и материальных ресурсах и при тех же производственных мощностях можно будет более полно удовлетворять потребности населения.

Отдельные промышленные министерства вносят изменения в планы предприятий без согласования с руководящими органами торговли. Следует, видимо, категорически запретить перенос планового задания с одного квартала на другой, а в тех случаях, когда квартальные планы производства уменьшаются, соответствующие министерства и ведомства должны восполнять в данном квартале сумму уменьшения поставки выпуском других товаров нужных населению.

Конкретные формы, методы и особенности изучения спроса во многом зависят от того, где он изучается - в розничной торговой сети или на оптовых базах.

Спрос можно изучать в нескольких аспектах:

1. Определением общего объема спроса.
2. Изучением структуры спроса по укрупненным группам товаров.
3. Изучением требований покупателей и внутригрупповому ассортименту и потребительским свойствам товаров - их качеству, внешнему оформлению, рисунку, расцветке, фасону и т.д.

Эти три аспекта тесно связаны между собой. Так, соответствие общего объема товарных ресурсов общему объему платежеспособного спроса еще недостаточно. Необходимо соответствие спроса и структуры товарных ресурсов, в противном случае спрос не будет удовлетворен.

При изучении спроса населения на швейные изделия необходимо учитывать особенности его формирования и развития. Одежда является предметом первой необходимости, ее потребление строго индивидуализировано, что определяет чрезвычайно большое разнообразие ассортимента выпускаемых изделий. Объем спроса на швейные изделия прежде всего зависит от уровня производства, доходов населения и уровня розничных цен на товары.

Ассортимент швейных изделий характеризуется большой динамичностью и постоянно обновляется, что в значительной мере происходит под влиянием изменения моды. Определенные модели одежды в большей степени чем другие товары, подвержены моральному износу. Вместе с тем отдельные швейные изделия имеют достаточно продолжительный срок физического износа.

Важной особенностью спроса на швейные изделия является сезонность. Знание сезонных колебаний способствует экономическому обоснованию планов продажи и лучшему обеспечению покупателей. При изучении спроса на швейные товары необходимо также учитывать климатические условия различных географических районов, национальные традиции и обычаи, уровень культуры населения, а также темпы распределения швейных изделий новых моделей.

На примере объединения "Ригас Аптербо" можно подробно рассмотреть как изучается покупательский спрос и каков уровень его удовлетворения на швейные изделия в Латвийской ССР. Основой изучения покупательского спроса объединением является систематический анализ покупательских оценок на продукцию объединения и на его основе разработка предложений по обновлению ассортимента, по улучшению качества пошива, по лучшему использованию основных материалов с целью максимального удовлетворения потребностей населения в республике и за ее пределами.

Сбор и оценка информации базой "Латторгодежда" проводится по материалам ежемесячных конъюнктурных справок фирменного магазина "Лотос" и ежеквартальных отчетов опорных магазинов г. Риги и республики.

Для укрепления связей торговли с промышленностью необходимо более активно проводить совместные выставки-продажи, сопровождающиеся покупательскими конференциями, торговско-производственными совещаниями, демонстрациями моделей, опросами покупателей. Кроме того, специалистами филиалов целесообразно регулярно проводить дежурства в различных магазинах с целью изучения претензий покупателей.

Обследования показывают, что удовлетворенность населения в необходимых швейных изделиях значительно снижается за счет неправильного заказа торгующими организациями изделий по размерам.

Одной из нерешенных проблем на протяжении ряда лет остается длительное неразмещение плана производства швейных изделий. Для улучшения удовлетворения спроса населения на швейные товары целесообразно:

1. Расширить и обновить ассортимент тканей, используемых в швейной промышленности.
2. Ускоренно развивать производство швейных изделий массового спроса.
3. Обеспечить накопление сезонных товаров в оптовом звене.
4. Пересмотреть нормы запасов в оптовом и розничном торговле.

Рынок непродовольственных товаров подвержен динамичным конъюнктурным изменениям, так как на покупку товаров народного потребления влияют мимолетные и быстродействующие факторы. Поэтому актуальное значение приобретает оперативность в решении вопросов об исключении изделий, которые становятся недостаточными, из списка товаров, распределяемых в централизованном порядке. Практика показывает, что распределение товаров ведет к сужению коммерческой деятельности и к стремлению получить побольше товаров, пользующихся повышенным спросом. При этом не проявляется должного внимания к товарам, имеющимся в достаточном количестве, что приводит к установлению неправильных пропорций между заказами торговли и производственными планами промышленности.

Совершенствование системы изучения спроса населения позволит сбалансировать покупательские фонды и товарные ресурсы, а главное, даст возможность предложить потребителям более разнообразие швейные изделия, отвечающие их постоянно растущему спросу.

А.Калная,
канд. экон. наук
ЛГУ им. П. Стучки

Основные направления изучения покупательского спроса в промышленности

Повышение эффективности торговой деятельности неразрывно связано с проблемами изучения спроса населения на товары народного потребления. От того, как четко налажена эта служба, насколько достоверной является информация о спросе, зависит расширение производства, формирование производственной программы, изменение и обновление ассортимента, а в конечном итоге, удовлетворение потребностей населения, предъявляемых торговле.

С целью координации и совершенствования изучения спроса, разрабатывается система комплексного изучения покупательского спроса (СКИПС). Работа над проблемами СКИПС торговли должна иметь тесную увязку с изучением спроса на товары народного потребления организуемой промышленностью. Поэтому предприятиям промышленности, органам планирования, а также торговле необходимо создать совместно используемую информационную систему.

Для обоснования и организации изучения спроса в промышленности Межведомственный Совет по изучению спроса населения на товары народного потребления при Министерстве торговли СССР 24 июня 1977 года утвердил "Типовое положение о службах изучения спроса в промышленности", которое определяет в общем виде структуру, организационные формы, задачи, права и обязанности служб изучения спроса промышленности в отраслевых и территориальных органах управления, производственных объединениях и предприятиях промышленности, производящих товары народного потребления. Этим положением право определения конкретных организационных форм и типовых штатов этих служб оставлено за каждым соответствующим министерствами, ведомствами союзных республик. Это является, в какой-то мере, препятствием в

создании единой системы комплексного изучения спроса торговли и промышленности.

Положением не установлена единая форма прохождения, накопления и обмена информацией между промышленностью и торговлей.

Главная цель изучения спроса в промышленности это получение информации:

- о текущих и перспективных потребностях общества в товарах народного потребления;
- о степени соответствия ассортимента и качества товаров запросам населения;
- об оптимальных - функционально потребительских характеристиках изделий;

Задачами служб изучения спроса промышленных объединений являются:

- организация и проведение постоянных наблюдений за рынками сбыта соответствующих товаров народного потребления;
- определение потребностей народного хозяйства в товарах своей производственной номенклатуры на предстоящую перспективу;
- выявление основных направлений рационального расширения и обновления ассортимента производимых товаров с учетом меняющихся запросов населения;
- разработки обоснованных производственных программ на предстоящий период с учетом колебаний конъюнктуры рынка;
- своевременного изменения ассортимента или частичной корректировки объема выпуска отдельных видов продукции в соответствии со сдвигами в спросе, изменением моды, а также учетом сырьевых и других производственных возможностей;
- организация всех видов рекламы;
- организационное и методическое руководство работой по изучению спроса в подведомственных организациях.

Для достижения поставленной цели и выполнения выдвигаемых задач, предприятия промышленности организуют взаимную связь, увязку планов и обмен информацией с торгующими организациями следующего порядка:

- участие в подготовке и проведении ярмарок по оптовой продаже товаров народного потребления;
- анкетный опрос оптовых покупателей;
- анкетный опрос населения;
- покупательские конференции в розничной торговле;
- выставки-показы в розничной торговле;
- просмотры новых моделей в розничной торговле;
- разработка программ опросов потребительских панелей;
- разработка перспективного ассортимента обновления продукции;
- изменение производственных программ;
- участие в составлении программ рекламных мероприятий и анализе их результатов;
- разовые, совместные наблюдения в магазинах по определенным изделиям;
- совместное проведение художественных советов и т.п.

При выборе объектов торговли по организации контактов, кроме фирменных магазинов и крупных универсамов, должен предусматриваться наибольший охват оптовых покупателей. При выборе, следует учесть основные принципы:

- специализация торгового предприятия;
- территориальное расположение;
- объем выделяемых фондов.

Таким образом осуществляется выбор опорных пунктов, которые ежеквартально представляют Рижскому производственному объединению "Ригас апгерс"

- конъюнктурные обзоры, а ежемесячно информируют о
- ритмичности поставок
- движении запасов товаров;

Изучение отношения покупателей к определенному ассортименту, например, отношение к детскому ассортименту, направляемому объединением "Рига апгерс" в универсам "Детский мир", позволяет промышленному предприятию установить целесообразность производства изделий в соответствии с действующим соотношением шкалы размеров и ростов.

В результате изменений моды в спросе меняется и соотношение утвержденной шкалы размеров и ростов. Так, например, установлено, что по некоторым тканям необходимо сократить производство детских платьев, увеличить производство юбок. Торговля, в данном случае универсам "Детский мир" этого не предусмотрел, в результате при обратной связи промышленности с торговлей выяснилась необоснованность заказа торговли.

Устный обмен информацией происходит на художественных советах, где представители торговли выражают свои наблюдения, здесь решаются вопросы изменения ассортимента на перспективу. Из практики производственного объединения "Рига апгерс", художественные советы организуются с расчетом предоставления слова представителю каждой торговой организации (предприятия) не реже трех раз в год. Эта информация накапливается в протоколах заседания.

Для уточнения выполнения заказов промышленными предприятиями делаются периодические опросы по анкетам, рассылаемым торговым предприятиям (опорным пунктам) для заполнения о наличии запасов по размерам, ростам определенного товара.

Обратная связь должна осуществляться в информировании торговли о принятых решениях производственным предприятием по предложениям и замечаниям торговли, а также в результате собственных наблюдений промышленности по следующим основным вопросам:

- о готовности к снабжению в соответствии с заказом;
- о достоверности заказа;

- об изменении структуры шкалы размеров;
- о снятии с производства или увеличения производства той или иной модели;
- об обновлении ассортимента.

Предприятиями легкой промышленности Латвии начата работа по изучению спроса на товары народного потребления. Сравнительно хорошо эта работа организована на Рижском производственном швейном объединении "Ригас апгербс" Министерства легкой промышленности Латвийской ССР, на котором разработан стандарт предприятия "Комплексная система управления качеством продукции, организация изучения спроса населения на швейные изделия". (стандарт 27-194-76). Этот стандарт регламентирует изучение спроса в объединении и фирменном магазине.

Однако, в этот стандарт не включена ни одна форма по сбору информации от других покупателей оптовых и розничных предприятий торговли, а также не предусмотрен порядок и форма предоставления информации торговле.

В предприятиях Министерства местной, а также других министерствах промышленности Латвийской ССР накоплен определенный опыт по изучению спроса и обновлению ассортимента. Так, министерствами составляются координационные планы с включением основных участников-исполнителей, например, Латвияс керамика", фабрика "Юрмала" и др. с одной стороны, и с другой — крупные оптовые предприятия, оптовые базы государственной торговли, Рижская оптовая торговая кооператива Центросоюза и Латпотребсоюза и др. Координационные планы утверждаются заместителями министров торговли, местной промышленности и заместителем председателя правления Латпотребсоюза.

Обмен информацией осуществляется выпускаемым Министерством местной промышленности ежегодно "Обзор информации о состоянии спроса на изделия предприятий Министерства местной промышленности Латвийской ССР".

Для обновления ассортимента и установления периодичности этой работы необходима дополнительная информация, которая поступает от торговых организаций и ВБЛКСа республики. На сегодня нет четкой формы и установленной периодичности обмена информацией с торговлей.

Нам представляется целесообразным предприятиям промышленности централизованно печатать форму ежеквартальной (месячной, декадной) отчетности по реализации продукции предприятия магазинами опорных пунктов по приведенному образцу (табл. I).

По неудовлетворенному спросу торговыми предприятиями рекомендуется представлять оптовому и одновременно промышленному предприятию отчетности следующего вида:

Информация по неудовлетворенному спросу на товары выпускаемые предприятие промышленности
за месяц / квартал 19...г.
.....
(магазин, универмаг, его название, ведомство)

№ п/п	Наименование товара	Характеристика товара					Цена	Другие признаки	Количество	Примечания
		шифр	модель	ткань, артикул или цвет	размер/рост					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

В этих формах содержатся данные, необходимые предприятиям промышленности, органам планирования, а так же розничным и оптовым торговым предприятиям при составлении заказов. Информация, по мере необходимости, может быть расширена. При организации централизованного выпуска этих форм представится возможность механизированной обработки данных, а совместного использования этой информации или

СКИПС торговли и промышленности.

За последние годы изучение спроса в фирменных магазинах предприятий легкой промышленности страны приобретает все большую значимость. Получаемая здесь информация должна использоваться как промышленностью, так и СКИПСом торговли. Эти магазины при изучении спроса на товары народного потребления включают информацию:

- потребительскую оценку на продукцию, вырабатываемую предприятиями-поставщиками;
- формирование спроса на новую продукцию;
- оценка спроса в разрезе ассортимента промышленного предприятия.

Изучение спроса в этих магазинах осуществляется по широкой программе, детализованному ассортименту, а также основным качественным признакам товара.

Программы и детализованные планы по изучению спроса разрабатываются совместно со службами изучения спроса предприятий - поставщиков на год с разбивкой по кварталам. В них содержатся:

- перечни товаров, подлежащих изучению;
- рекомендуемые методы изучения;
- рекомендуемые методы анализа;
- основные этапы проведения работы;
- сроки и формы представления информации.

Для решения задач по изучению спроса могут использоваться экономико-статистические методы (группировка, индексный метод, графический метод, построение и анализ динамических рядов и др.), а также метод экспертной оценки.

Реализованный спрос в фирменных магазинах изучается:

- выборкой данных из счетов-фактур;
- подсчетом кассовых чеков за день;
- по данным инвентаризационных ведомостей.

Данные этой информации характеризуют фактическое состояние спроса на товары, вырабатываемые поставщиком фирменного магазина.

Неудовлетворенный спрос изучается путем специальных наблюдений:

- организацией дней учета неудовлетворенного спроса (на реке одного раза в месяц);
- анкетным опросом покупателей; В анкете указывается название изделия, размер, рост, цвет, расцветка, примерная цена на отсутствующий товар;
- учетом неудовлетворенного спроса по книге учета.

Формирующийся спрос на новые изделия, опытные партии вырабатываемые предприятием-поставщиком изучается:

- организацией выставок-продаж и показов;
- демонстрацией моделей с раздачей опросных листов для отзыва о последующим их анализом;
- организацией покупательских конференций с участием представителей поставщика;
- организацией рекламы;
- выездной демонстрацией моделей на предприятиях;

Информация производственным предприятиям представляется ежемесячно в виде справки по изучению спроса, где определяется:

- изделия, пользующееся повышенным спросом (причина);
- изделие, пользующееся пониженным спросом;
- неудовлетворенный спрос покупателей с указанием всех проведенных мероприятий по изучению спроса;
- оцениваются потребительские свойства и качества новых, в том числе перспективных изделий.

Аналогично представляется квартальный отчет в виде конъюнктурного обзора. В конъюнктурном обзоре дается характеристика спроса на основные виды товара номенклатуры

магазина.

Для дальнейшего использования данной информации в процессе обновления ассортимента, нам представляется целесообразным в конъюнктурных обзорах присваивать товару определенный шифр, что дает возможность сопоставления и выявления основных тенденций изменения спроса на товары одного назначения.

Для обоснованного определения внутригрупповой структуры неудовлетворенного спроса населения на изделия легкой промышленности автором предлагается следующая форма учета в виде карточки, направляемой промышленным предприятием в магазин вместе с новой партией изделия.

Карточка изучения спроса	Модель	Зари-	Шифр
	наименова-	совка	товара
Поставщик	ниие товара	ткань	изде-
производитель	лия
	магазин	цвет	

Дата поступления в магазин	Размер 46					Размер 48 и т.д.	Примечания
	I	II	III	IV	V		
I	2	3	4	5	6	7	8
							1. 2. 3. и т.д.
Поступило на I.06.197..							
Остаток на I.06.197..							
Реализация за							

По горизонтали данной карточки видно поступление по всей шкале размеров и ростов изделия, по вертикали — количество поступившего изделия, реализация и остаток на любой период. Примечания могут быть кодированными (напри-

мер, несоответствие цвета - 5, высокая цена - 7 и т.д.)

По данной карточке можно вести учет продажи опытных партий, установить реальное соотношение размеров и ростов. Однако учет приобретает смысл, если в фирменный магазин поступают одновременно все размеры и роста изделия данной модели. Такой учет, совместно с ведением книги неудовлетворенного спроса, позволит более точно обосновать потребность в каждом конкретном изделии и послужит достоверной информацией для обоснования заказов промышленности.

Содержащиеся в карточке данные расширяют круг первичной информации, отпадает необходимость многократного сбора одной и той же информации различными уровнями. Унифицированная карточка может быть использована при механизированной обработке данных в СКМПС торговли.

Информация обобщенных результатов магазина по изучению спроса предприятию промышленности может представляться в виде отрыва на товар следующей формы:

Результаты изучения спроса на опытную партию обуви фабрики "Рексид"

Наименование товара	Замечания по цвету, виду, модели	Количество изделия	Другие примечания
Заполняется поставщиком			1.) 2.) } коди- 3.) } роаны

Директор магазина

Ответственный за изучение спроса

В период организации выставок-продаж целесообразно вести учет реализации по следующему образцу:

Учет ежедневной реализации

Наименование товара	Артикул	Модель	Поступило (по ростам и размерам)	Реализация по ростам и размерам	В том числе по дням				Примечания 1) код 2) для 3) ро- ва- ны
					01.05.78	02.05.78	03.05.78	и т.д.	
1	2	3	4	5					

С целью повышения эффективности информации о спросе предлагается внедрять в практику вышеизложенные формы, что даст возможность совместного использования этой информации и распределения функций по накоплению информации, в результате чего повысится экономическая эффективность мероприятий СКПС торговли и СКПС промышленности.

М. Римша,
канд. экон. наук
ЛГУ им. П. Стучки

Демографическая статистика для комплексного изучения спроса населения

Для комплексного изучения спроса населения на товары народного потребления широко должна использоваться статистическая информация о численности и составе населения, о его движении.

Численность и состав являются основными параметрами, характеризующими народонаселение, и поэтому в статистике населения они сравнительно более разработаны, чем другие параметры населения.

Если численность характеризует количественную сторону населения, то состав - качественную. Реально обе эти стороны взаимосвязаны, взаимообусловлены. По своему существу показатели численности и состава населения очень обширны и поэтому учитываются при изучении любых состояний и процессов, протекающих среди населения.

В известной мере численность и качественный состав населения определяют все стороны общественной жизни населения: объем и функциональный профиль общественного производства, развитие отдельных отраслей, распределение основных фондов для развития сферы обслуживания, структуру спроса на товары народного потребления и т.д.

Известно, что потребности населения различны по отдельным половозрастным группам населения, по группам лиц, взаимно различающихся по уровню образования, семейному положению и т.п. При этом и состав и потребности населения непрерывно развиваются. Цель общественного производства - удовлетворить потребности людей. В этой связи получение информации о численности и составе населения как в настоящем, так и в будущем является необходимым условием развития общественного производства и производительных сил, совершенствования общественных (в первую очередь - производст-

венных) отношений, удовлетворения потребностей людей.

Наиболее обширная информация по численности и составу населения республики содержится в материалах Госстатистики. По материалам переписи населения и текущего учета в принципе можно получать всю необходимую для изучения спроса на товары народного потребления информацию по численности и половозрастному составу населения в территориальном разрезе республики. Однако, органы Госстатистики свою выходящую информацию, как правило, группируют в основном по пятилетним возрастным группам (0-4 лет, 5-9 лет, 10-15 лет и т.д.)

При этом явно недостаточно информация разрабатывается по отдельным отраслям народного хозяйства.

В нашем случае требуются более детальные разработки по населению в возрасте до 20 лет и населению, занятому в общественном производстве. В этой связи необходимо выделить следующие возрастные группы населения обоего пола:

- дети дошкольного возраста 0 - 6 года
- дети дошкольного возраста 3 - 6 лет
- дети младшего школьного возраста 7 - 11 лет
- дети старшего школьного возраста 12 - 15 лет
- подростки 16 - 17 лет.

Для дальнейшего деления населения по возрастным группам может использоваться деление, принятое в органах Госстатистики.

При разработке информации по занятому населению, также должна учитываться половозрастная структура.

Только на основе полной информации можно достаточно детально изучить спрос населения на товары народного потребления. Здесь создается реальная возможность разработки обоснованных рекомендаций для планирования различных видов изделий в зависимости от их спроса со стороны населения.

Для тщательного изучения спроса населения на отдельные виды товаров необходимы данные также о социально-экономической структуре населения. Такие разработки в настоящее время в госстатистике отсутствуют, что препятствует разработке физиологических норм потребления продуктов питания для различных групп населения, различающихся по выполняемым социальным и производственным функциям, по характеру выполняемой работы.

Социально-экономическое движение обеспечивает качественно воспроизводство населения и трудовых ресурсов. В нынешних условиях именно этот вид воспроизводства приобретает значение не только для народного хозяйства в целом, но также для глубокого изучения отдельных отраслевых вопросов, в том числе и для изучения спроса населения, ибо качественное изменение состава населения имеет прямое влияние на структуру спроса.

В условиях роста производительности труда, всестороннего вторжения научно-технической революции во все сферы человеческой деятельности, значительно повышаются требования к общеобразовательной и профессиональной подготовке населения. Это — основное направление социально-экономического движения населения, которое влияет на структуру его спроса. Несмотря на большое значение отмеченного вида воспроизводства населения, органы госстатистики его учету не уделяют должного внимания. Отдельные проводимые разработки не позволяют комплексно рассматривать социально-экономический рост населения по группам, образованным по территориальному, отраслевому или какому-либо другому признаку, что препятствует комплексному изучению спроса населения на товары народного потребления.

На основе материалов госстатистики невозможно достаточно детально раскрыть причины и закономерности отдельных видов движения населения, не говоря даже об их взаимном, количественном анализе. Этому есть ряд объективных причин, в основном обусловленных используемой в госстатисти-

ре технологий сбора данных.

Новые информационные потребности требуют изменить сам принцип сбора данных. Это достигается с внедрением автоматизированной системы комплексного учета населения. При этом обеспечивается взаимодействие между автоматизированными банками данных различных систем, чем создаются необходимые предпосылки для комплексного решения сложных статистических и аналитических задач, охватывающих различные стороны человеческой деятельности.

В настоящее время, когда в Латвийской ССР уже проводится работа по разработке системы комплексного учета населения, весьма важно, чтобы на стадии ее проектирования в поле зрения разработчиков находились и те проблемы, которые должны решаться при комплексном изучении спроса населения на товары народного потребления.

Согласно проекту новой системы, после полного внедрения данная система в любом территориальном разрезе республики сможет выдать следующие данные:

- по численности, составу и занятости населения;
- о естественном движении населения;
- о механическом движении населения (в разрезе половозрастных признаков и занятости);
- социально-экономическом движении населения.

Важно, что новая система позволит комплексно анализировать и изучать все отмеченные группы данных. В этих условиях будут созданы обширные информационные возможности для изучения спроса населения на товары народного потребления.

Сбор данных для системы комплексного учета населения (как указывают разработчики данной системы для Латвийской ССР) базируется на сохранении индивидуальности собранной информации. В результате этого практически полностью устраняется несовместимость данных, полученных из разных источников и обеспечивается их разработка в любых разрезах

в пределах накопленной информации.

Помимо всего этого, особое внимание следует обратить на то, что в республике разрабатываются и другие автоматизированные системы сбора и разработки данных по населению, в том числе система комплексного изучения спроса населения на товары народного потребления, как для государственной, так и для потребительской кооперации.

Система комплексного учета населения в перспективе будет способствовать разработке плановых расчетов по спросу населения на товары народного потребления, ибо усовершенствование методики изучения спроса прямо зависит от расширения используемой информационной базы и ее достоверности.

Наличие АБД по населению позволит все статистические разработки осуществлять на любом территориальном уровне (республиканском, районном и даже на уровне отдельных городских поселений или сельсоветов), что так необходимо при учете и прогнозировании спроса населения на товары народного потребления. Подобные информационные возможности являются прочной базой планирования потребностей населения в зависимости от демографической и социально-экономической структуры населения, в зависимости от процессов и тенденций формирования, движения и воспроизводства различных контингентов населения.

Таким образом, в условиях функционирования автоматизированных систем учета и разработки данных по населению на более высокий уровень поднимается демографическая статистика и соответствующим образом расширятся возможности более детального изучения спроса различных контингентов населения на товары народного потребления.

Э.Еремина,
канд. экон. наук
ЛГУ им. П. Стучки

Методологическая основа
определения покупательных фондов населения
по территории республики .

Региональное планирование в современных условиях приобретает всё большую актуальность. Вопросы совершенствования планирования розничного товарооборота по территории республики должны рассматриваться в органическом единстве с региональной проблемой построения баланса денежных доходов и расходов населения и с формированием структуры его платежеспособного спроса.

В настоящее время плановые органы располагают обширной исходной информацией для обоснованного планирования розничного товарооборота в целом по республике. Поэтому назрела необходимость совершенствования планирования розничного товарооборота в масштабе региона.

Поскольку розничный товарооборот является заключительной стадией реализации процесса распределения по труду в форме удовлетворения платежеспособного спроса населения, то задача определения последнего приобретает исключительно большое значение.

Основным источником определения покупательной способности населения является территориальный баланс денежных доходов и расходов населения. Посредством баланса могут быть более конкретно отражены такие важнейшие внутрирегиональные пропорции, как соответствие величины товарооборота спросу населения каждого региона, что позволит достичь более рационального распределения товаров народного потребления между районами.

Оценка различных источников информационного обеспечения территориального планового баланса денежных доходов

и расходов населения позволяет сделать вывод о том, что в настоящее время отсутствует единый источник необходимых данных для его составления. Сложность получения всех необходимых данных информационного обеспечения планового территориального баланса денежных доходов и расходов населения диктует необходимость исходить из предпосылки многовариантности его построения. Для того, чтобы свести к минимуму трудовые затраты и повысить оперативность составления балансов, плановые региональные балансы денежных доходов и расходов населения должны составляться на основе возможно меньшего числа информации и по единой методологии. В качестве источников информационного обеспечения большинства статей баланса предлагается использовать плановые данные развития городов и районов республики и данные госбанка. Для формирования отдельных статей баланса необходимо использовать и некоторые другие источники и материалы выборочного обследования. Целесообразно, чтобы статьи планового территориального баланса носили укрупненный характер, а две из них (прочие доходы и расходы населения) являлись балансирующими и корректировались с учетом сальдо-кассового оборота отделений госбанка.

Построение баланса денежных доходов и расходов населения в разрезе "города" даёт возможность определить размеры покупательного фонда населения отдельно по городской и сельской местности. Это позволит более правильно осуществлять распределение товарных фондов между городом и сельской местностью, а также планировать соответствующим образом развитие товарооборота в таком разрезе.

Построение баланса денежных доходов и расходов населения в городе затруднено отсутствием необходимой прямой информации. Это вызывает необходимость построения баланса расчётным путем. В основу расчёта следует положить отчетный баланс денежных доходов и расходов населения административного района, на базе которого можно провести оценку удельного веса доходов городского насе-

ления в общем объеме баланса денежных доходов и расходов населения административного района. При построении баланса денежных доходов городского населения из доходной части баланса административного района следует полностью исключить денежные доходы колхозников, а также основную часть поступлений от продажи продуктов сельского хозяйства. Эти доходы следует включить в статьи доходов населения сельской местности, поскольку подавляющая их часть приходится на жителей села. Полученную таким образом величину доходной части баланса населения района (за вычетом вышеуказанных доходов) следует отнести к соответствующей численности населения. Умножением полученной средней величины на число жителей города условно можно найти доходную часть баланса городского населения.

Кроме того, денежные доходы городского и сельского населения можно определить путем использования сведений бюджетной статистики о структуре денежных доходов по социальным группам населения. На основе данных бюджетной статистики предварительно устанавливается среднедушевой доход по каждой социальной группе, используемый как совокупная величина в целом по республике среднедушевого дохода городского и сельского населения с учетом местных условий.

Удельный вес доходов городского населения можно также определить, располагая данными кассовых планов предприятий, организаций и учреждений, находящихся на территории города, которые представляются отделениям Госбанка за 50 дней до начала каждого квартала. Пользуясь этим источником, суммируя доходы рабочих и служащих предприятий, организаций и учреждений, находящихся на территории данного города, можно более достоверно выявить информационное обеспечение доходной части баланса городского населения.

Следовательно, удельный вес доходов городского населения таким образом учитывается по месту нахождения предприятий, организаций и учреждений. Между тем часть

рабочих и служащих может проживать в сельской местности но работать в городе, и наоборот. Поэтому отождествление величины доходов лиц, проживающих в городе, с доходом, выявленным по месту работы в городе, содержит определенную условность.

Несмотря на некоторую условность, допускаемую при использовании вышеизложенного метода определения доходов городского населения, этот способ все же является одним из более достоверных и оперативных при построении доходной части баланса городского населения.

Применение того или иного способа определения доходной части баланса городского населения обусловлено доступностью соответствующего информационного обеспечения. Вариантность сопоставления данных позволит более точно выявить доходную часть баланса городского населения.

Более сложно определению поддается расходная часть баланса городского населения. Во-первых, ее можно определить приравнением соотношения доходов и расходов общего баланса денежных доходов и расходов населения административного района и городского. Однако, используя этот способ определения расходной части баланса городского населения, не получит отражения структура потребления городского и сельского населения, поскольку соотношение зависимости расходов от доходов берется общее исходя из районного баланса.

Поэтому целесообразно использовать и другой более достоверный способ определения расходной части баланса городского населения, в основу которого положено выделение расходов населения по торгово-бытовым центрам обслуживания. Помимо основного вопроса, этот способ установления расходной части баланса городского населения будет способствовать выявлению и решению очень важной проблемы выравнивания региональных уровней развития сферы обслуживания, где в настоящее время имеются весьма существенные различия.

Удовлетворение личных потребностей населения, как правило, производится через государственную, кооперативную

торговли и колхозный рынок. Большинство потребляемых товаров население получает от сети розничной торговли и общественного питания. Этот источник товарного обеспечения населения в настоящее время составляет примерно четыре пятых фонда личного потребления и для него характерна тенденция постоянного увеличения. Таким образом, основной статьёй расходной части регионального баланса населения являются расходы на покупку товаров в государственной и кооперативной торговле. При этом общая величина покупательных фондов населения, которая может быть предъявлена на покупку товаров в государственной и кооперативной торговле, будет зависеть от общего объема денежных доходов населения, за исключением нетоварных расходов, имеющих сравнительно незначительное колебание.

Следовательно, размеры покупательного фонда населения будут складываться с учетом доходов населения и неудовлетворенного спроса, скрывающегося в сбережениях населения за вычетом нетоварных расходов, и определяться по следующей формуле:

$$Q = (d_0 + d_1 D + d_2 Q_t) - (\varepsilon D + P_n) , \text{ где}$$

Q - покупка товаров населением на плановый период;

D - доходы населения;

d_0, d_1, d_2 - параметры значимости;

Q_t - темпы роста розничного товарооборота пред-
планового периода;

εD - величина отклонения в виде сбережений;

P_n - нетоварные расходы.

Установленный данным способом размер денежных средств населения региона на покупку товаров будет являться основой определения объема розничного товарооборота.

В.Прауде,
канд. экон. наук
ЛГУ им. П. Стучки

Воздействие торговли на качество продукции

В сфере товарного обращения наблюдается не только смена форм стоимости, но и концентрация всего потребительского спроса. Поэтому планомерно организуемый товарный рынок может дать ответ на вопрос о том, насколько объем, ассортимент и качество произведенной продукции соответствуют общественной потребности в них. Поскольку удовлетворение потребности в потребительной стоимости поставлено в зависимость от предварительной реализации товаров как стоимости, постольку рынок призван играть активную роль в социалистическом воспроизводстве.

Роль планомерно организованного рынка двоякая. С одной стороны, он способствует превращению товарной формы продукта в денежную, содействует удовлетворению личных потребностей, экономии времени потребителей. С другой стороны, он призван через хозяйственный механизм обеспечить возмещение издержек производства и получение чистого дохода производителям продукции. Это произойдет только в том случае, если в сфере обращения будет "удостоверено" общественное признание количества и качества произведенного продукта.

Таким образом, рынок при социализме представляет собой экономическую категорию, выражающую экономические отношения между производителями и потребителями по поводу реализации общественного продукта по стоимости и натуральной форме.

Представляется неверным имеющий место методологический подход к торговле как выполняющий две функции: доведение товаров до потребителей и осуществление смены форм стоимости. Думается, что торговля как отрасль народного хозяйства выполняет следующие функции:

- воздействие на разработку народнохозяйственного плана путем изучения спроса населения и составления заказов

на производство товаров;

- воздействие на выполнение производственных планов посредством экономических рычагов: штрафных санкций за невыполнение договоров и др.;

- продолжение производственных процессов в сфере обращения (транспортировка, хранение и др.);

- реализация товаров потребителям с обеспечением оптимального качества обслуживания и экономии их внерабочего времени;

- смена товарной формы стоимости на денежную.

Путем выполнения всех указанных функций торговля призвана оказать существенное воздействие на основные элементы системы управления качеством продукции: стандартизацией, аттестацией, планированием и стимулированием.

Современная стандартизация - это важное условие улучшения качества продукции. Государственная система стандартизации охватывает все отрасли народного хозяйства, регламентирует хозяйственную деятельность на всех уровнях управления экономикой: государственном, отраслевом, республиканском объединений (предприятий). В настоящее время осуществляется переход от разрозненных ГОСТов на важнейшие виды продукции к созданию и внедрению комплексной стандартизации, в том числе на ряд товаров народного потребления. Так, Госстандартом СССР и Министерством легкой промышленности СССР утверждена комплексная программа по различным видам тканей - хлопчатобумажным, шерстяным, шелковым, льняным; по швейным трикотажным изделиям, обуви. В них сведены воедино и взаимосвязаны все нормативно-технические документы, от которых так или иначе зависит качество готовых изделий. Программы охватывают 80% всей продукции, которую выпускает легкая промышленность. Они устанавливают согласованные требования на сырье, фурнитуру, оборудование, технологию, т.е. к количеству и качеству промежуточных и конечных продуктов. Например, конечные результаты программы "Ткани"

вытекают из требований программы "Швейные изделия", в свою очередь нормативы программы "Ткани" определяют задачи программы "Хлопок" и т.д.

Однако встречаются стандарты на товары народного потребления, которые "узаконивают" пониженные требования к качеству товаров. Например, в ГОСТе "Холодильники бытовые электрические" есть специальный пункт о вероятности безотказной работы аппарата. Ссылаясь на него, заводы обосновывают "законность" выпуска холодильников с дефектами. В модельной обуви первого сорта ГОСТ допускает до 39 дефектов по материалам верха, низа и отделке, во втором сорте - до 50 дефектов (перекос носков, задников и др.).¹ Другой недостаток стандартов: на готовую продукцию они зачастую бывают жестче, чем на сырье, из которого она изготовлена. Это ставит в затруднительное положение производителей готовой продукции, в то время как поставщикам сырья гарантирована "легкая жизнь". В частности, наблюдаются противоречия между ГОСТом на ткани и ГОСТом на готовые изделия. Стандарт на ткани допускает, например, такие дефекты, как штопка, разряженность, тогда как в готовых изделиях это, естественно, не допускается. Устаревшие ГОСТы до сих пор существуют на хромовые кожи, хлопчатобумажную пряжу и некоторые другие виды сырья и полуфабрикатов. К сожалению, производители зачастую не спешат с устранением недостатков и, ссылаясь на "преждевременность этой меры", на "неподготовленность производства к работе в жестких рамках", навязывают Госстандарту СССР удовлетворение своих интересов, не считаясь с интересами потребителей.

Устранить указанные недостатки возможно и необходимо при условии расширения воздействия и участия торговли в осуществлении комплексной стандартизации. Стандарты должны не только отражать современные научно-технические требования, но все более учитывать перспективы развития производства и потребления, побуждая тем самым к поиску и внедрению новых, более прогрессивных научно-технических решений. Необходимо

¹ Орлов Я.Л. Торговля и производство: экономические связи. М., 1977, с.144, 161.

расширять сферу действия, так называемых, опережающих стандартов, в которых отражается передовой опыт трудовых коллективов, включаются прогрессивные показатели международных стандартов, устанавливаются нормы в виде ступеней качества с дифференцированными сроками их введения. Их цель — ориентировать производство на неуклонное повышение качества товаров. В такие стандарты закладываются перспективные показатели качества, которые должны быть достигнуты производителем через определенные промежутки времени — год, два и более. Участие торговли в разработке опережающих, ступенчатых стандартов повышает ее ответственность в изучении и прогнозировании спроса населения на товары народного потребления.

Вместе с тем было бы ошибочно полагать, что стандартизация — это единственное эффективное средство решения проблемы качества продукции. В действительности эта проблема не исчерпывается внедрением стандартов. Так, в систему стандартизации не могут быть заложены показатели качества, не поддающиеся прямому измерению и контролю (вкус, цвет и т.п.), учитывающие моральный износ потребительских изделий, их соответствие моде и другие разнообразные запросы потребителей.

Другим направлением деятельности по повышению качества продукции является ее аттестация. Формы и методы аттестации промышленной продукции меняются и совершенствуются с учетом накопленного опыта, изменения условий развития производительных сил и производственных отношений. На основе обобщения опыта работы по аттестации в 1974 году утверждены новые Основные положения о порядке аттестации продукции машиностроения и других отраслей промышленности. В соответствии с ними аттестации подлежит вся постоянно выпускаемая объединениями (предприятиями) продукция, определяющая их профиль. Вновь созданная продукция аттестуется только с начала серийного производства.

Срок действия решения об отнесении продукции к высшей

или первой категории качества установлен для товаров народного потребления - до двух лет. При этом сроки действия категории качества не могут превышать сроки действия стандартов (технических условий), по которым будет изготовляться аттестуемая промышленная продукция. Однако сущность аттестации не в том, чтобы распределить производимую предприятием продукцию на две-три группы, зафиксировав тем самым существующее положение, а в том, чтобы установить новый, более высокий уровень технико-экономических параметров, которыми должны характеризоваться вновь создаваемые или выпускаемые, но подлежащие модернизации изделия. Одновременно следует предъявить необходимые требования к сырью, материалам, комплектующим изделиям, получаемым от других предприятий. Очень важно, чтобы аттестацию по всем трем категориям было поручено проводить межведомственным государственным комиссиям, которые возглавляют не представители министерства, предприятия которого выпускают продукцию, а специалисты министерства - заказчика или Госстандарта СССР, при участии представителей торговли.

Наряду с положительными моментами аттестации в результате накопленного опыта на практике выявились некоторые недостатки. Во-первых, неоправданно сужена сфера действия аттестации. Например, по Министерству местной промышленности Латвийской ССР ежегодно не аттестуется по разным причинам до 50% номенклатуры и 25% объема выпускаемой продукции. Во-вторых, в соответствии с действующим порядком аттестации ко второй категории относится продукция, подлежащая снятию с производства или модернизации. Однако модернизация может подвергаться и продукция первой категории с целью перевода ее в высшую. В то же время устаревшие изделия снимаются с производства еще до наступления сроков аттестации. Поэтому по промышленности Латвийской ССР в среднем продукция второй категории качества составляет лишь 0,3%, что никак не определяет действительную долю устаревающей продукции, подлежащей обновлению. В-третьих, хотя Госстандарт СССР - этот главный контролер качества - отказыва-

ет в аттестации по высшей категории, лишает предприятия Знака качества, все же он не всегда применяет строгие экономические санкции к тем, кто выпускает морально устаревшую продукцию. Кроме того, на оценку качества продукции по соответствующим категориям еще недостаточно воздействуют потребители. Практически продукция аттестуется еще до выявления реакции потребителей на ее способность удовлетворять спрос на внутреннем рынке и доказательства конкурентоспособности на внешнем рынке.

В-четвертых, пока имеется много претензий к качеству изделий со знаком. Одна из причин такова. Решив аттестовать продукцию по высшей категории, предприятие готовит для показа комиссии несколько действительно добротных образцов. Но когда цель достигнута и дело — за серийным выпуском новой модели, то обнаруживается, что оно коллективу не под силу: устарела организация производства, низка культура труда, слаба технологическая дисциплина, формален технический контроль. Отсюда и невысокие конечные результаты. Актуальность этой проблемы подтверждается на примере производственного объединения "Пирмайо майс", на котором было лишено Знака качества 9 моделей обуви, так как не было оперативно организовано их производство, вследствие чего изделия вышли из моды еще до их освоения.

С целью совершенствования механизма аттестации продукции, на наш взгляд, целесообразно расширить перечень товаров с индексом "Н" (новинка). Всем действительно новым, перспективным (с точки зрения удовлетворения спроса населения), а также направленным на расширение ассортимента товарам с момента постановки на серийное производство следует присваивать индекс "Н". Далее, через определенное время (например 1 год), когда будет обнаружена реакция потребителей на внутреннем и, во многих случаях, конкурентоспособность этих товаров на внешних рынках, станет возможным аттестовать эти товары в установленном порядке.

Назрела необходимость также в реализации неоднократно выдвигаемых предложений о создании вместо заводских межведомственных служб технического контроля (включая представителей Государственной инспекции по торговле и качеству товаров), подчиненных органам Госстандарта СССР.

Важнейшим элементом системы управления качеством продукции является планирование качества как составной части народнохозяйственного планирования. Чтобы обеспечить централизованное управление экономикой, пропорциональность в развитии и удовлетворении общественных потребностей, необходимо учитывать соотношение качества производимых средств производства и предметов потребления. Поэтому план повышения качества продукции представляет собой целый комплекс взаимосвязанных заданий и мероприятий, осуществляемых на всех стадиях производства и реализации изделий, включая научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы.

Основной формой планирования повышения качества продукции на различных уровнях управления являются пятилетние планы. В текущей пятилетке систематическое повышение качества продукции призваны обеспечить плановые задания по решению основных научно-технических проблем, по освоению новых видов промышленной продукции, по улучшению показателей качества продукции.

Впервые в пятилетнем плане всем министерствам и производственным объединениям (предприятиям) были установлены директивные задания по повышению удельного веса продукции высшей категории качества в товарной (валовой) продукции, и на каждый год пятилетки - в объеме реализации такой продукции. Кроме удельного веса, в плане предусматривается объем производства или реализации продукции высшей категории качества, а также задания по повышению технического уровня, улучшению параметров ведущих для данной отрасли видов продукции.

Указанные директивные задания являются основой для составления развернутого пятилетнего и годового планов повы-

шения качества продукции в техпромфинпланах объединений (предприятий). Типовой методикой разработки пятилетнего плана производственного объединения (комбината), предприятия на 1976-1988 гг.¹ рекомендуется в план освоения новых видов и повышения качества продукции включать мероприятия по восьми основным направлениям с учетом особенностей и конкретных задач производства. Эти рекомендации не вызывают возражений. Однако планирование множества показателей качества, как это рекомендуется в "Общих методических указаниях по планированию, повышению качества промышленной продукции", вряд ли экономически обоснованно. Действительно, как практически можно воплотить идею превращения в обязательные плановые показатели "конкретные технические характеристики" в условиях огромной номенклатуры выпускаемых предметов потребления и динамичного изменения спроса на них?

Опыт показывает, что используемые в настоящее время стоимостные показатели объема производства - реализуемая товарная (валовая) продукция - в качестве критериев оценки деятельности не в полной мере отвечают требованиям народнохозяйственной эффективности, а именно: удовлетворение общественных потребностей по общему объему, ассортименту, качеству, срокам поставки и достижение этого результата при наименьших затратах всех видов применяемых ресурсов.

Поэтому необходимо вместо половинчатого решения - учета заданий и обязательств по поставкам продукции в номенклатуре и ассортименте, предусмотренных договорами при исчислении фондов поощрения - перейти к оценке хозяйственной деятельности объединений (предприятий), свидетельствующей об удовлетворении конкретных общественных потребностей. Мы присоединяемся к мнению экономистов, которые считают, что одним из основных оценочных показателей должен быть объем выполнения заказов потребителей (в том числе - торгующих

¹ Экономическая газета, 1975, № 3.

организаций, предприятий) по конкретной, фиксируемой в договоре номенклатуре продукции, ее качеству, комплектности и срокам поставки.¹

Видимо, целесообразно запретить засчитывать в счет выполнения плана производства и реализации продукцию, не только изготовленную с отступлениями от стандартов, но также не соответствующую качественным показателям, предусмотренных в заключенных с потребителями договорах, выпущенную без заказа торговли и не нашедшую спроса. Целесообразно также установить, что из отчетов о выполнении плана объединениями, предприятиями, должна исключаться стоимость изделий, не выдержавших гарантийных сроков. Ведь производители — поставщики в конечном счете и существуют для того, чтобы создать потребителям — заказчикам все условия для нормальной работы — в нужных количествах, оптимальном качестве и в обусловленные сроки доставлять сырье, материалы, готовые изделия.

Следует отметить, что даже самый четко отлаженный механизм планирования качества продукции не принесет желаемых результатов, если он не будет подкреплён действенной системой экономического стимулирования.

Можно ли считать производство эффективным, а план выполненным, если продукция предприятия не нашла своего потребителя? Очевидно нет, так как затраты живого и овеществленного труда, потраченные на изготовление товаров, пропали зря. Как же найти выход из этого положения?

В настоящее время убытки от уценки неходовых, залежалых товаров несут торгующие организации и большая их часть покрывается государственным бюджетом. От участия в образовании фонда уценки товаров совершенно необоснованно устранены производственные объединения, предприятия. Имеются недостатки и в использовании фонда уценки: эти средства

¹ Правда, 1977, 17 марта

перечисляются в бюджет, перераспределяются, направляются на другие цели. В результате торгующие организации лишаются возможности оперативно маневрировать финансовыми средствами для реализации устаревших, потерявших первоначальный вид товаров? Видимо, целесообразности в этом нет, ибо, по подсчетам, прямые потери от затоваривания для общества больше, чем доходы бюджета за счет отчислений от фонда уценки товаров. Кроме того, имеются и косвенные потери, так как недостатки в образовании и использовании фонда уценки товаров существенно снижают заинтересованность и ответственность торговых коллективов в составлении обоснованных заказов, а промышленных предприятий (объединений) — в производстве товаров высокого качества, в широком ассортименте.

На наш взгляд целесообразно установить иной порядок образования и использования фонда уценки товаров. Он должен образовываться в торговых организациях и крупных предприятиях, состоящих на хозрасчете и в производственных объединениях (предприятиях) за счет отчислений от прибыли посредством заранее установленного норматива. Уценку следует осуществлять своевременно по мере выявления неходовых и залежалых товаров, которые не пользуются спросом (сумма уценки утверждается вышестоящими организациями), за счет поставщика (если он поставил незаказанную, некачественную продукцию) или заказчика (если он ошибся в заказах) или в равной мере — в зависимости от степени вины того или другого в том, что товары не нашли сбыта.

Пополнение из бюджета и изъятие в бюджет, также как и внутриотраслевое перераспределение фонда уценки товаров, как правило, должны исключаться. Специальный фонд уценки необходимо использовать по прямому назначению. В случае недостатка средств для уценки можно использовать кредитные ресурсы или же средства централизованного фонда уценки, который может быть создан за счет отчислений от указанного фонда подведомственных организаций (предприятий) в Минис-

тереве торговли СССР и республиканских министерствах, республики.

Необходимо решить вопрос об использовании остатка фонда уценки. С экономической точки зрения уценка товаров представляет собой следствие непризнания обществом части фактических затрат на их производство. Для признания обществом всей совокупности затрат необходимо обеспечить соответствие цены и качества изделия общественным потребностям. Следовательно, чем более стимулируется выпуск новых, качественных изделий, пользующихся повышенным спросом, тем меньше возникает необходимость их уценки в дальнейшем. Отсюда вытекает, что уценка устаревших, неходовых товаров и финансирование освоения производства новинок — это две стороны одного и того же экономического процесса и в силу своего единства призваны иметь единый источник. Этим источником может служить общий фонд освоения производства новых и уценки устаревших и залежалых товаров. Хозрасчетный характер указанного фонда проявляется в том, что коллективы (промышленные и торговые), которые лучше хозяйничали и имеют экономию по фонду, могут его использовать для освоения производства и реализации в розничной сети новых изделий, получая вследствие этого дополнительные доходы.

Предлагаемые меры по совершенствованию управления качеством продукции будут способствовать выполнению положения новой Конституции СССР, в которой сказано: "Руководство экономикой осуществляется на основе государственных планов экономического и социального развития, с учетом отраслевого и территориального принципов, при сочетании централизованного управления с хозяйственной самостоятельностью и инициативой предприятий, объединений и других организаций. При этом активно используются хозяйственный расчет, прибыль, себестоимость, другие экономические рычаги и стимулы".¹

¹ Конституция (Основной Закон) СССР. Статья 16.

Р. Лиепина
ЛГУ им. П. Стучки

Некоторые пути повышения эффективности
капитальных вложений в торговле

В 10-й пятилетке на развитие торгово-складской сети СССР в народнохозяйственном плане выделено около 8 млрд. руб. капиталовложений. Учитывая, что объем государственных капитальных вложений в 10-й пятилетке снижается по сравнению с объемом в 9-й пятилетке на 2,6%, задача максимального повышения эффективности капитальных вложений имеет большое народнохозяйственное значение.

В настоящее время для правильной оценки экономической эффективности капитальных вложений в торговле особое значение приобретает выявление и учет факторов, воздействующих на нее.

К таким факторам можно отнести: снижение удельных капитальных вложений на единицу введенной мощности, что достигается удешевлением строительства путем выбора наиболее прогрессивных проектных решений, внедрением индустриальных методов строительства торговых объектов на основе эффективных технологических и конструктивных решений.

Застройку городов и жилых массивов по указанию ЦК КПСС и Совета Министров СССР надлежит вести комплексно со всеми необходимыми культурно-бытовыми объектами, с учетом создания трудящимся надлежащих условий для труда, быта и отдыха, в соответствии с генеральными планами, проектами детальной планировки и застройки городов.

Создание таких центров обслуживания позволяет сократить площадь земельного участка под строительство и удешевить благоустройство территории, сокращает протяженность инженерных путей и вертикальных коммуникаций. Экономия средств при этом достигает 10-25% по сравнению со строительством отдельных стоящих зданий.¹

¹ Смолянинова И.И. Перспективные типы торговых зданий. Киев, Информация УкрНИИТИ Госплана УССР, 1976, с.5.

Создание центров обслуживания позволяет расширить ассортимент товаров и услуг, предлагаемых населению, обеспечить комплексное обслуживание и, главное, намного сократить издержки потребления населения.

По нашим подсчетам, розничные торговые предприятия г. Риги достигают наибольшей эффективности (при прочих равных условиях хозяйствования), если они размещены в составе общественных центров. Такие предприятия находятся в жилых массивах: "Кечгарагс", "Иманта", "Пурыцемс", "Три-вас", "Ильгуцемс". В них выше товарооборот и прибыль на 1 кв.м торговой площади и на одного работника, по сравнению с аналогичными предприятиями, размещенными вне общественных центров.

Однако строительство таких центров развивается крайне медленно. Этому препятствуют причины организационного характера.

Во-первых, средства на финансирование капитального строительства министерств и ведомств сферы обслуживания населения учитываются раздельно и не концентрированы в руках одного заказчика.

Во-вторых, на территории города одновременно функционирует множество строительных организаций разных министерств и ведомств, которые осуществляют строительство культурно-бытовых и торговых объектов (порой небольших мощностей из-за ограниченности финансовых и трудовых ресурсов), имеют свои парки строительной техники, склады и т.д. Материальные и трудовые ресурсы этих строительных организаций в большинстве случаев используются неэффективно и далеко не полностью. Это является главной причиной задержки строительства торговых объектов и ввода в действие основных фондов. Л.И. Брежнев в докладе на XXV съезде КПСС особо отметил важное народнохозяйственное значение мероприятий по сокращению сроков строительства, так как их сокращение в целом по стране на один год дает народному хозяйству

экономии свыше 4 млрд. руб. капитальных вложений.¹

На срок строительства отрицательно влияет распыление выделяемых средств на большое количество одновременно строящихся объектов. Например, в розничной торговле системы Министерства торговли Латвийской ССР за период с 1965-1977 гг. ежегодно не выполняются нормативные сроки строительства переходящих объектов, однако каждый год в план нового строительства включается большое количество объектов и строек, которые трудно обеспечить полностью трудовыми и финансовыми ресурсами.

Значительным резервом повышения эффективности капитальных вложений является совершенствование технологической структуры за счет увеличения доли затрат на оборудование, инструменты, инвентарь и уменьшения затрат на строительномонтажные работы. Результаты расчета показали, что удельный вес строительномонтажных работ за период с 1965-1977 гг. составил по объектам торговли г. Риги, которые построены за счет пятипроцентных отчислений от жилищного строительства, около 85%. При таком большом удельном весе строительномонтажных работ в общем объеме капитальных вложений трудно добиться высокой их эффективности.

Важным фактором роста эффективности капиталовложений является улучшение структуры площадей магазинов на основе рациональных соотношений между торговой площадью и площадью для хранения товаров, улучшения технологической планировки торговых помещений с учетом развития прогрессивных форм обслуживания и механизации погрузочно-разгрузочных работ.

В наших проектах магазинов соотношение между торговыми и складскими площадями равно от 1 к двум или трем, а в

¹ Середенко М.Н. Пути повышения эффективности основных фондов и капитальных вложений в народное хозяйство. Киев, 1976, с.28.

зарубежной практике оно не превышает одного к 0,5.¹

Например, данные обследований различных типов магазинов г.Рида показали, что удельный вес торговой площади в общей площади магазинов составляет только 23-50%.

В среднем по республике торговая площадь в общей площади магазинов занимает 45%. Совершенствуя технологическую структуру процесса доведения товаров от производства до потребителей, возможно увеличить удельный вес торговой площади на 15-20%. По нашим подсчетам, это равнозначно строительству 121 магазина типа "Универсам" (торговая площадь - 1200 кв.м) общей торговой площадью 145,6 тыс.кв.м, что позволило бы сэкономить (с учетом затрат на реконструкцию) по республике около 45 млн. капиталовложений.²

Повышение эффективности использования капитальных вложений в торговых предприятиях предполагает проведение следующих мероприятий:

- объединение многочисленных строительных организаций министерств сферы обслуживания населения в одной строительной организации по осуществлению строительства культурно-бытовых и торговых объектов;

- сосредоточение средств на капитальное строительство (министерств и ведомств сферы обслуживания населения) в руках одного заказчика - Управления капитального строительства (УКС) при исполкомах местных Советов депутатов трудящихся. Объединение средств многочисленных заказчиков и подрядных организаций в УКС позволит своевременно и оперативно маневрировать финансовыми и трудовыми ресурсами, что значительно улучшает организацию строительства культур-

¹ Варшавер А. Универсам в городе. - Строительство и архитектура Москвы, 1976, № 6, с.10.

² Рассчитано автором на основе: Нормативы удельных капитальных вложений в строительство предприятий торговли и общественного питания на 1976-1980 гг. Утверждено приказом Министерства торговли СССР от 12 октября 1976г., № 183.

но-бытовых и торговых объектов, сократит продолжительность строительного цикла, снизит капитальные вложения на единицу мощности и ускорит освоение вновь вводимых основных фондов. Такая возможность объективно вытекает из планового управления экономикой и территориальной организации капитального строительства вышеуказанных объектов;

- совершенствование технологической структуры капитальных вложений, т.е. увеличение активной части основных фондов, что приводит к повышению фондотдачи и экономической эффективности использования капиталовложений;

- рациональная планировка структуры площадей магазина, соответствующая прогрессивной организации торгово-технологических операций и методам продажи товаров. Например, передача операций, носящих производственный характер - распаковка, сортировка, очистка, фасовка, упаковка и маркировка предприятиям промышленности и частично оптовым складам позволит эффективно использовать торговую площадь, трудовые и материальные ресурсы. Торговую площадь продовольственных магазинов можно увеличить также за счет поставки товаров в таре-оборудование небольшими партиями при оптимальном периоде завоза.

Для повышения эффективности капитальных вложений в торговле существует ряд других важных задач, однако успешное решение вышеуказанных проблем будет способствовать решению одной из главных задач, поставленных XXV съездом КПСС - повышению эффективности использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов народного хозяйства, в том числе и торговли.

А.Розе

ИИХ им.Г.В.Плеханова

Резервы повышения эффективности использования сети непродовольственных магазинов

Осуществление программы повышения благосостояния советского народа, сформулированной в решениях XXV съезда КПСС, неразрывно связано с дальнейшим развитием и совершенствованием торговли.

Успехи экономики нашей страны, рост материального и культурного уровня населения формируют новые требования к торговому оборудованию.

Основными факторами, обуславливающими новые требования к торговле, являются: рост населения, увеличение его денежных доходов и повышение культурного уровня народа; развитие производства товаров народного потребления, расширение их ассортимента и повышение качества; интенсивное жилищное строительство, благоустройство городов и сел, повышение спроса на товары длительного пользования, влияние эстетических свойств товаров и моды на спрос покупателей.

На современном этапе развитие торговли должно обеспечить повышение эффективности отрасли и всемерное улучшение качества работы во всех ее звеньях.

Систематический рост товарооборота вызывает необходимость расширения материально-технической базы торговли, наращивания торговых площадей, некоторого увеличения численности торговых работников.

Вместе с тем, в большой степени развитие торговли должно основываться на интенсивном использовании качественных факторов и повышении производительности труда работников с тем, чтобы достичь наилучших результатов с наименьшими затратами материальных и трудовых ресурсов.

В целях повышения эффективности торговли в целом, в первую очередь, необходимо обращать внимание на решение проблем, связанных со значительными капитальными вложениями и их рациональным использованием. К числу таких проблем относятся достижение высокого уровня развития материально-технической базы торговли и, в частности, расширение и совершенствование розничной торговой сети. Более того, оптимизация состояния сети магазинов, выяснение рациональных пропорций в развитии товарооборота и торговой сети, правильное размещение магазинов в городах. Все это в конечном счете влияет на повышение благосостояния советских людей и имеет большое социальное и экономическое значение.

Большое внимание этому вопросу уделялось на XXV съезде КПСС. В "Основных направлениях развития народного хозяйства СССР на 1976-1980 годы" предусмотрено "...расширить сеть современных универсальных и специализированных магазинов, в том числе фирменных, организуемых промышленными министерствами". (I. с.219).

За годы девятой и двух лет десятой пятилетки в Латвийской ССР торговая площадь магазинов увеличилась на 71 тыс. кв.метров. Одновременно произошло качественное улучшение состояния розничной сети за счет укрупнения магазинов, правильного выбора их типов, а также более рационального размещения.

Таблица I

Развитие розничной торговой сети в Латвийской ССР за 1970-1977 гг. (7, с.287,288)

	Единица измере- ния	1970г.	1971г.	1975г.	1977г.
Розничная торговая сеть - всего		6846	6875	7067	7047
в том числе:					
магазины		5569	5624	5718	5708
торговая площадь	тыс.кв.м.	375,1	400,9	431,1	446,0

Все таки достигнутые темпы роста розничной сети в течение последних лет отстают от темпов роста розничного товарооборота. Разрыв особенно значителен в развитии сети непродовольственных магазинов города Фиги.

Таблица 2

Розничный товарооборот и торговая площадь продовольственных магазинов гор. Фиги за 1971-1976 гг.

Годы	Розничный т/оборот тыс.руб.	Наличие торговой площади тыс.кв.м	Необходимая торговая площадь (по нормативам)	Отклонение от норматива тыс.кв.м
1971	425680	44,8	84,4	-39,5
1972	461689	45,1	86,1	-41,0
1973	474327	45,9	87,9	-42,0
1974	491663	46,4	89,7	-43,3
1975	525001	49,7	91,6	-42,2
1976	539429	49,5	92,7	-43,2

Из приведенных данных видно, что за 1971-1976 гг. розничный товарооборот по непродовольственным товарам увеличился на 26,7%, а торговая площадь магазинов - на 10,5%. По состоянию на I.01.1977 года необеспеченность населения города торговой площадью для реализации непродовольственных товаров составила 43,2 тыс.кв.м (по нормативу - 115 кв.м на 1000 жителей). Более того, дефицит торговых площадей из года в год увеличивается, что создает значительные трудности в реализации непродовольственных товаров, приводит к снижению культуры торгового обслуживания и к затруднениям по удовлетворению покупательского спроса. Следовательно, возникает острая необходимость в новом торговом строительстве непродовольственных магазинов в городе. Однако в десятой пятилетке общий объем капитальных вложений в торговлю снижается против уровня достиг-

нутаго в девятой пятилетке. С учетом этого, достичь оптимальных пропорций между ростом розничного товарооборота по непродовольственным товарам и развитием торговой сети за годы текущего пятилетия только путем нового строительства магазинов не представляется возможным.

Поэтому на современном этапе особое значение приобретает задача максимального повышения эффективности использования имеющейся сети непродовольственных магазинов в городах республики, и в первую очередь, в Риге.

Современная торговая практика и наука определили основные пути повышения эффективности использования основных и оборотных фондов в розничной торговле. Так, например, важнейшим резервом повышения эффективности торговли является комплексная рационализация деятельности магазинов за счет улучшения использования их площадей, успешного внедрения прогрессивных форм продажи товаров, реконструкции магазинов и улучшения режима их работы, использования передовой технологии и техники.

Следует отметить, что продажа непродовольственных товаров населению в Риге производится, в основном, в небольших по размерам торговой площади магазинах. Средняя торговая площадь специализированных магазинов, реализующих швейные изделия, составляет 197 кв.м, а трикотажные изделия - 95 кв.м. В специализированных магазинах, реализующих непродовольственные товары различных товарных групп, средний размер секций колеблется от 20 кв.м до 40 кв.м. Наличие большого числа небольших магазинов и мелких секций приводит к распылению товарных масс, не создает условий для широкого выбора товаров, что отрицательно сказывается на культуру торгового обслуживания населения, затрудняет внедрение прогрессивных форм продажи товаров, создает определенные трудности в их реализации.

В то же время, как показало исследование состояния сети непродовольственных магазинов гор. Риги, имеются определенные резервы для улучшения создавшегося положения.

Одним из них может явиться увеличение доли торговой площади в общих площадях действующих непродовольственных магазинов.

О недостаточной эффективности использования торговых площадей непродовольственных магазинов города Риги свидетельствуют большие различия в величине товарооборота на один кв.м торговой площади и на один кв.м всей площади магазинов. Это подтверждают приведенные данные в таблице 3.

Таблица 3

Товарооборот непродовольственных магазинов торговых организаций г.Риги на 1 кв.м торговой и общей площади за 1975 г. в тыс.руб.

	Общая площадь магазинов кв.м	В т.ч. площадь торго- вых за- лов	Уд.вес торг. залов к об- щей пло- щади (%)	Факт. това- ро- обо- рот тыс. руб.	Това- ро- обо- рот на кв.м торг. зала	Товаро- оборот на кв.м всей площа- ди
Торг.предпр. "Сакта"	1147	616	53,7	14678	23,8	12,8
Торг.предпр. "Старт"	1070	517	48,3	48560	93,9	45,4
Рижский I горпромторг	12080	6198	51,2	70257	11,4	5,8
Рижский II горпромторг	14676	7394	50,3	65916	8,1	4,5
Рижский центр. универмаг	8424	6452	76,3	112352	17,4	13,3
Универмаг "Детский мир"	7239	3759	51,9	48855	13,0	6,8
Рижский "Текстиль- швейобувьторг"	14312	7906	55,2	97499	12,3	6,8
Рижский горхозторг	16808	6906	41,8	64250	9,3	3,8
Фабрика "Балтияс модес"	150	100	55,5	2640	26,4	17,6
Итого	75906	39839	52,4	525001	13,2	6,92

Фактическое состояние действующей сети непродовольственных магазинов города и нормативных показателей необходимой торговой площади на 1000 человек населения по группам непродовольственных товаров свидетельствует о нарушениях пропорционального соотношения торговой площади по отдельным группам товаров с нормативами (ткани, швейные изделия и др.) Такое положение отрицательно сказывается на культуре торгового обслуживания населения и правильном формировании товарного ассортимента.

Одной из причин создавшегося положения является отсутствие точного учета о наличии в городе торговой площади в разрезе товарных групп, что в конечном итоге создает большие трудности рациональной организации и управления системой торгового обслуживания населения, а также дальнейшего планирования развития розничной торговой сети.

В связи с этим представляется целесообразным введение паспортизации всей продовольственной и непродовольственной сети города, что позволит сделать подробный анализ состояния и влияния возможного упорядочения специализации магазинов и их размещения с учетом потребностей населения и задач, поставленных перед торговлей по дальнейшему совершенствованию и повышению эффективности использования ее материально-технической базы.

Как показывают данные таблицы 3, для торговых площадей в общей площади непродовольственных магазинов г.Риги в целом составляет 52%. Кроме того, размер товарооборота на один кв.м увеличивается по мере возрастания доли торговых площадей.

По материалам обследования нами подсчитано, что увеличение торговых площадей в непродовольственных магазинах государственной торговли г.Риги всего лишь на 2% может дать условную экономию капиталовложений на сумму 533,4 тыс. рублей.

Вместе с тем, повышение удельного веса торговой площади в общей площади магазинов позволяет увеличить това-

оборот без привлечения дополнительных капиталовложений. При этом обеспечивается не только экономия на капитальных вложениях, но и на текущих затратах.

Вторым из резервов совершенствования непродовольственной сети может быть упорядочение специализации и размещения непродовольственных магазинов в городе в разрезе товарных групп.

Товарные площади могут быть увеличены в результате внедрения прогрессивных методов продажи, совершенствования системы товароснабжения, общего улучшения эксплуатации площадей действующих магазинов, увеличения коэффициента использования установочной площади, сокращения или более рационального использования площади для хранения товаров.

Исходным началом для повышения эффективности использования площадей магазинов, в частности площадей хранения, является правильное распределение товарных запасов в оптовом и розничном звене.

Анализ состояния запасов непродовольственных товаров в розничной торговой сети г.Риги и Латвийской ССР в целом показывает, что в течение ряда лет их абсолютная сумма систематически увеличивается: с 402 млн.руб. на I.ОI. 1970 г. до 495 млн.руб. на I.ОI.1975 г. и 513 млн.руб. на I.ОI.1977 г. В то же время в днях товарооборота запасы снизились с 68 дней в 1970 году до 65 дней в 1975 году и 62 дней в 1977 году. Одновременно в оптовом звене товарные запасы увеличились незначительно: 93 млн.руб. на I.ОI.1970 г. до 103 млн.руб. на I.ОI.1975 г. и 113 млн.руб. на I.ОI.1977 г. и в днях товарооборота составили 16 дней в 1970 году, 13 дней в 1975 году и 14 дней в 1977 году (3, с.282).

Несмотря на снижение товарных запасов в розничном звене в днях товарооборота, их уровень все еще остается очень высоким. В настоящее время создается такое положение, при котором более 70% товарных запасов размещается

в розничной торговле. Это затрудняет маневрирование товарными запасами, усложняет формирование ассортимента в соответствии со спросом покупателей, создает положение, когда товары, находящиеся длительное время на складах одного предприятия, не могут быть использованы для удовлетворения имеющегося на них в других предприятиях. Решение задачи повышения эффективности торговли требует внесения существенных поправок в распределение товарных запасов между розничным и оптовым звеном.

Основной функцией оптовой торговли является накопление, хранение и подсортировка товаров, обеспечение бесперебойного, ритмичного снабжения товарами розничной сети. Поэтому целесообразно более значительную часть товарных запасов сосредоточить в оптовом звене, где имеются оптимальные условия хранения товаров, повышается их мобильность, создаются условия для ускорения оборачиваемости всей торговой массы. Подсчитано, что в оптовом звене затраты на хранение товаров в расчете на один рубль товарооборота в 2,6 раза меньше, чем в розничных предприятиях (2, с.109). Решение проблемы сосредоточения основной массы товарных запасов в оптовом звене связано с совершенствованием материально - технической базы оптовой торговли наращиванием их основных фондов. Располагает ли оптовая торговля Латвийской ССР такими возможностями? Проведенные нами выборочные обследования общетоварных складов оптовой торговли Министерства торговли Латвийской ССР выявили, что емкость складских помещений для хранения товаров используется недостаточно. Рациональное использование имеющихся емкостей уже в настоящее время дадут возможность для сосредоточения больших товарных запасов на складах оптовых предприятий.

Расчеты советских экономистов показывают, что необходимо увеличить запасы в оптовой торговле в целом в 1,3 раза по сравнению с существующим объемом, чтобы в совокупных запасах их удельный вес составлял 40% (2, с.109).

В дальнейшем, по мере нового строительства складов и усиления функций оптовых предприятий, доля запасов в оптовой торговле может увеличиться и достичь более значительных размеров. Концентрация основной массы товарных запасов в оптовом звене будет способствовать обеспечению рационального снабжения розничной сети товарами, достаточно подготовленными к более быстрой реализации за счет их подсортировки в соответствии с покупательским спросом и конкретными условиями работы каждого магазина. В связи с этим, а также с внедрением прогрессивных методов продажи, в непродовольственных магазинах создаются предпосылки для увеличения торговых залов за счет уменьшения площадей для хранения и подготовки товаров к продаже. Все это позволит повысить эффективность использования розничной торговой сети, капитальных вложений и торговли в целом.

Л и т е р а т у р а

1. Материалы XXV съезда КПСС. М., 1977.
2. Огородник М.А. Фонды торговли и их оптимизация. М., 1977.
3. Народное хозяйство Латвийской ССР. Рига, 1978.
4. Постановление Совета Министров Латвийской ССР о государственном пятигоднем плане развития народного хозяйства Латвийской ССР на 1976-1980 гг. № 500 от 9 ноября 1976 г.

Внешнеэкономические связи и их проблемы
на современном этапе

Современная эпоха характеризуется неуклонным повышением роли международного разделения труда в хозяйственном развитии всех стран современного мира.

Это новое явление в мировой экономике возникло в связи с изменениями в развитии производительных сил. Вызванное в жизни научно-технической революцией международное разделение труда стало рядовым явлением в мировом экономическом хозяйстве и одним из условий развития современной экономики. Разнообразные формы интернационализации экономической жизни дают новые возможности для дальнейшего повышения эффективности общественного производства: понижение затрат живого и овеществленного труда на единицу продукции, рациональное производство чужих изделий путем объединения усилий ученых и инженеров ряда стран, а также лучшее использование производственных мощностей и финансовых ресурсов.

Разделение труда в мировом масштабе и соответственно участие стран социализма в решении вопросов мировых хозяйственных связей представляет собой объективную реальность. "Идти в ногу со временем, выйти на уровень требований и возможностей научно-технической революции можно лишь опираясь на широкое распределение труда" (3, с.24).

При анализе вопроса интернационализации экономики, необходимо опираться на ленинскую мысль, что эта экономика не является исключительной привилегией капитализма, а представляет собой составную часть развития более высокой общественной формации: "...Вся хозяйственная, политическая и духовная жизнь человека все более интернационализируется уже при капитализме. Социализм целиком интернационализирует ее" (1, с.318).

Современный мир характеризуется существованием двух различных социальных систем, находящихся, с одной стороны, в состоянии противоборства, а с другой стороны, на основе разрывающегося процесса вступающих в экономические взаимоотношения. Сущность этого явления коренится в потребностях развития всемирного хозяйства, которое представляет собой специфическую форму взаимодействия двух мировых хозяйств — социалистического и капиталистического, двух противоположных типов производственных отношений.

Тенденция политической разрядки и развития сотрудничества прослеживалась в течение ряда последних лет и под давлением интернационализации экономики, становясь с каждым годом сильнее, нашла свое выражение в Заключительном акте Совещания по безопасности и сотрудничеству в Европе. Решения по "второй корзине" — составной части Заключительного акта — являются важными для судеб Европы. Развитие международных экономических связей рассматривается в Заключительном акте как опорный пункт мирного сосуществования государств с различным социальным строем и принадлежностью к различным политическим и военным союзам (4).

Потепление политического климата в мире вызвало рост внешнеэкономических связей между социалистическими и капиталистическими странами.

Внешнеэкономические интересы стран определили формы их реализации: торговля, промышленная кооперация, учреждение совместных коммерческих обществ, участие в сооружениях отдельных объектов для других стран, научно-техническое сотрудничество, а также сотрудничество в сфере валютно-кредитных отношений.

Но основной формой в экономических связях Востока и Запада остается торговля (5;6). Это объясняется тем, что, во-первых, несмотря на возникшие новые формы экономического сотрудничества между социалистическими и развитыми капиталистическими странами движение товаров между ними будет неуклонно возрастать, во-вторых, внешняя торговля органичес-

ки связана с другими областями экономических связей, особенно с их новыми формами, такими, как, например, кооперация. Через торговлю оформляются поставки товаров, которые производятся в процессе кооперации, а также других форм промышленного и финансового сотрудничества.

Таким образом торговля перестает быть одним из самостоятельных видов внешнеэкономических связей, а становится основной и наиболее характерной формой интернационализации производства и обмена. Ее материальную основу составляет специализация и кооперирование производства в разных странах (7, с.16; 8, с.27; 9, с.254).

Какова же перспектива внешнеэкономических связей между Востоком и Западом? Достиженные успехи в расширении экономического обмена не означают того, что в этой области в основном решены все проблемы и не существует никаких препятствий для дальнейшего развития.

Проблемы остались, они многообразны и специфичны. Представляется справедливым выделить три основные группы.

Первая - проблемы, рожденные "холодной войной", длительной конфронтацией двух общественных систем. В это время искусственно ограничивался как общий обмен торговли со странами социализма, так и в особенности торговля машинами, оборудованием, обмен технологией. В результате технический прогресс в социалистических и капиталистических странах развивался в большой мере обособленно, разными путями. Отсутствие "диффузии технологии" привело к определенной технологической несовместимости многих отраслей и производств (8, с.142). Это не могло не сказаться на реальных возможностях сотрудничества, на товарной структуре торгового обмена.

Ибо как бы ни был прогрессивен и экономичен тот или иной вид оборудования, он не обязательно будет пользоваться спросом в других странах. Единичная машина не во всех случаях может быть использована в производственном процессе,

рассчитанном на эксплуатацию другой техники. Кроме того, существует определенная несовместимость промышленных структур, что наиболее видно на примере контактов между Востоком и Западом. С одной стороны, страны Запада располагают в целом менее комплексной экономикой, чем социалистические, нуждающиеся в результате этого во многих видах такого оборудования, которое Западные страны не производят. То же наблюдается и в обратном направлении.

Для решения этой проблемы интересы общемировых хозяйственных связей потребуют усилий обеих сторон. Что касается социалистических стран, то свое отношение они определяли в материалах съездов братских партий, в частности, на XXV съезде КПСС, было сказано: "Мы видим во внешнеэкономических связях эффективное средство, способствующее решению и политических, и экономических задач... экономические и научно-технические связи с капиталистическими государствами упрочивают и расширяют материальную базу политике мирного сосуществования" (2. с. 56).

Нам представляется, что данная проблема, вызванная к жизни двумя существующими противоположными социально-экономическими системами, двумя принципиально отличными типами межгосударственных экономических отношений, может послужить объективной границей развития и совершенствования экономических связей между Западом и Востоком.

Другая группа проблем связана с комплексом явлений субъективного и объективного - политического и экономического - характера, свойственных развитым капиталистическим странам.

В качестве общей, определяющей характеристики этих проблем можно отнести положение, что в последнее время связь между политикой и экономикой проявляется как никогда ясно (10.).

Стремясь завуалировать действие объективных законов интернационализации экономических связей, вынуждающих страны Запада встать на путь сотрудничества с Востоком, западная

пресса на самых различных уровнях рассматривает их с точки зрения безопасности от "агрессивности Востока" (II, с.8). Некоторые из политиков стремятся выторговать политические и экономические уступки в обмен на сотрудничество с социалистическими странами. Тут уже записывается "восточная опасность", а подчеркивается "слабость и зависимость социалистических стран от Запада". С различными оговорками, под давлением объективной реальности, но все же признается, что внешнеэкономические связи могут послужить материальным закреплением разрядки, являясь противовесом идеологической и военной конфронтации (12, с.30).

При детальном анализе и взвешивании всех "за" и "против" выгод от связей Восток-Запад представителям последнего приходится делать вывод, что в будущей торговой политике с Востоком политические аспекты должны отступить перед экономическими соображениями (II, с.12). Эта же тенденция проявляется при трезвом подходе к нагнетавшей "задолженности" социалистических стран Западом: "С экономической точки зрения задолженность Востока является нормальным бизнесом западных кредиторов, так как проценты и оплата производятся в срок. Для экспортной промышленности и с точки зрения обеспеченности рабочих мест восточная задолженность в сегодняшней конъюнктурной ситуации также имеет только положительную сторону..." (12, с.35).

На примере Западной Германии, страны экономически наиболее могущественной среди стран Западной Европы и имеющей самый большой товарооборот с СССР - 1971 г., 667 млн. руб.; 1975 г., 3 млрд. руб.; 1980 г. предполагается 6 млрд. руб. (13, с.80). Видно, что несмотря на стремление реакционных кругов развитых капиталистических стран использовать внешнеэкономические связи для получения уступок политического и экономического характера от стран социалистического лагеря, противоречия развития капиталистической экономики, рост конкурентной борьбы, кризисы перепроизводства, безработица, поиски новых рынков сбыта, потребность в сырье настоятельно требуют интенсифицировать экономические контакты с социалис-

тическими странами и тем самым получать конкретную выгоду от разделения труда. Это находит свое выражение в высказывании министра экономики ФРГ Ламбсдорфа: "Одна из наших важнейших международных задач заключается в устранении протекционизма и препятствий, лежащих на пути к использованию новых рынков" (14, с.23).

Эти препятствия являются по сути дела порождением самой капиталистической системы хозяйствования: стремление рассматривать партнера как объект эксплуатации и источник дополнительного дохода, а не как равноправного коллегу в обоюднвыгодных экономических отношениях. Развитые промышленные страны Запада в своей торговой политике стремятся подходить к социалистическим государствам как к источникам сырья и рынка сбыта товаров, охраняя при этом свой рынки целой системой дискриминационных барьеров. Целью этой политики является ухудшение структуры внешнеэкономических связей социалистических стран.

Обострение кризиса капиталистической экономики, ухудшение политического климата сводят на нет достигнутые успехи во внешнеэкономической политике и служат питательной почвой для возникновения новых препятствий. Развитые страны Запада под предлогом национальной безопасности увеличивают списки товаров "стратегического характера", запрещенных к продаже социалистическим странам.

Другой дискриминационной формой, фактически исключающей равнодолевое участие в товарном обмене, является количественная квота ввозимых товаров, а также ее модификация - "добровольное" ограничение объема экспорта. Среди прочих форм ограничений нежелательного импорта можно назвать выдачу лицензий на импорт и таможенные пошлины, достигавшие, например, в торговле социалистических стран со странами "Общего рынка" в 1972 году в среднем 9 процентов. Таможенные пошлины растут по мере вложенного в импортируемый товар труда: на машины и оборудование таможенные пошлины достигают 14 и на товары потребления почти 16 процентов (15, с.27).

Приведенные цифры свидетельствуют о том, что таможенная политика Европейского экономического сообщества направлена против улучшения структуры экспорта социалистических стран.

Анализируя объективную - экономическую - и субъективную - политическую - стороны второй группы проблем, являющихся производными капиталистической системы производства, приходим к выводу, что оба фактора являются диалектическим единством, в котором на определенном историческом этапе один из факторов играет доминирующую роль. В настоящее время ослабление международной напряженности дало возможность развиваться традиционным и возникнуть качественно новым формам экономических связей между Востоком и Западом, которые в свою очередь позволяют придать процессу политической разрядки определенную стабильность и создадут условия для оздоровления международной политической обстановки, нормализации межгосударственных отношений.

На XXV съезде КПСС отмечалось: "Во внешнеполитических связях переплетаются воедино политика и экономика, дипломатия и коммерция, промышленное производство и торговля. Следовательно, и подход к ним, управление ими должны быть комплексными, увязывающими в один узел усилия всех ведомств, наши политические и хозяйственные вопросы" (2, с.58). Данная съездом характеристика экономических связей действительно для взаимоотношений развитых капиталистических и социалистических стран.

Приведенное высказывание содержит в себе установку для решения третьей группы проблем внешнеэкономических связей, стоящих перед социалистической системой хозяйствования, что позволит мобилизовать дополнительные возможности для успешного решения хозяйственных задач и выигрыша времени, для повышения эффективности производства и ускорения прогресса науки и техники.

В настоящее время настоятельно необходимым является создание такого правового и организационного механизма внешне-

экономического сотрудничества, который соответствовал бы настоящему уровню связей и регулировал бы в будущем притязания, неизбежно возникающие в процессе экономических контактов двух различных социальных систем. Это особенно важно для развития новых перспективных форм экономического сотрудничества, таких как создание совместных коммерческих обществ по развитию и совершенствованию сети сбыта и сервиса, создание совместных предприятий по производству продукции /промышленное кооперирование, охватывающее исследования и разработки, производство и сбыт продукции/. Подобные смешанные предприятия в развитых капиталистических странах открывают для социалистических стран новые рынки и улучшают структуру внешней торговли.

В осуществлении данных форм экономического сотрудничества, особенно при создании совместных предприятий на территории социалистических стран, главную организующую роль играют, по нашему мнению, правовые нормы. Опыт подобных предприятий, заслуживает пристальное внимание юристов и политэкономов для определения взвешенной оценки и эффективного действия в системе внешнеэкономических связей развитых капиталистических и социалистических стран.

Роль права в охране социалистической системы хозяйствования особенно возрастает в периоды кризисов капиталистической экономики. Одним из средств исключения влияния негативных факторов развития могут являться долгосрочные договоры об экономическом, техническом, промышленном и научном сотрудничестве, которые способны внести стабильность в экономические связи Востока и Запада и будут надежными гарантами успешного развития таких форм сотрудничества как кредитное, компенсационное, претворение крупномасштабных проектов по сооружению предприятий и созданию производств в таких важных отраслях, как химия, металлургия, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная, добыча угля и газа.

Частично правовые предпосылки для сотрудничества с капиталистическими странами созданы в ОФРЮ, а также в стра-

нах-членах СЭВ (Румыния и Венгрия), но в целом вопросы права как инструмента управления и регулирования внешне-экономических связей двух социальных систем рассмотрены на наш взгляд пока недостаточно.

Для успешного использования в социалистической экономике преимуществ международного разделения труда необходимо решить проблему управления, включающую в себя, по нашему мнению, такой круг вопросов, как: организационные меры по улучшению структуры экспорта, использование элементов маркетинга, а также совершенствование аппарата управления внешними связями.

Улучшение структуры экспорта социалистических стран диктуется потребностями повышения эффективности внешнеэкономических связей, что создает повышение в нем доли машин, оборудования и других готовых изделий. Решение этой проблемы возможно только при наличии развитой экспортной базы, создание которой, на наш взгляд, возможно двумя путями: создание усилиями стран-членов СЭВ специализированных предприятий для экспорта их продукции и широкое использование промышленной кооперации с капиталистическими странами. Необходимым представляется использование обоих путей, творчески объединяя преимущества каждого из них. Причем второй путь совершенствования экспорта предполагает наличие границ его использования, которые обуславливаются объективными различиями двух социально-экономических систем.

Основным способом изучения и позже использования элементов маркетинга является создание коммерческих обществ по развитию и совершенствованию сети сбыта и сервиса с фирмами капиталистических стран. Конечно, маркетинг как теория современного бизнеса неприемлем в условиях социалистической системы хозяйствования. Однако маркетинг как совокупность сложившихся в мировой практике методов анализа рынков, выявления идей, потребностей покупателей, а также как инструмент организации рекламы несомненно важен для

совершенствования внешних экономических связей социалистических стран.

Эффективность аппарата управления экономических контактов с зарубежными партнерами во многом зависит от организационных форм гибкого взаимодействия внешнеторговых организаций и производства. На XXV съезде КПСС было отмечено, что современное управление экономикой означает: "... в области организации: устранение лишних звеньев и бюрократических процедур, обеспечение оперативного принятия решений ..." (2, с.61). Одним из возможных решений этого вопроса является привлечение отраслевых министерств к более активному участию во внешнеэкономической деятельности.

Л и т е р а т у р а

1. Ленин В.И. Полн. собр. соч., т.23.
2. "Материалы XXV съезда КПСС". М., 1976.
3. Брежнев Л.И. За справедливый демократический мир, за безопасность народов и международное сотрудничество. Речь на Всемирном конгрессе миролюбивых сил. Москва, 26 октября 1973 г. М., 1973, с.24.
4. Во имя мира, безопасности и сотрудничества. Заключительный акт Совещания по безопасности и сотрудничеству в Европе. М., 1975.
5. "Экономические связи между Востоком и Западом. Проблемы и возможности". М., 1976.
6. Овчинников К.О. Экономическое сотрудничество: эффективность и перспективы. М., 1977.
7. Слободкина Ю.А. Экономическая интеграция в условиях двух систем. М., 1976.
8. Шарлев Ю.С. Международное социалистическое разделение труда. М., 1977.

9. Квонник П.И. Международная капиталистическая торговля. М., 1977.
10. Drittes deutsch-polnisches Juristen Kolloquium. Baden-Baden, Hrsg. von R. Bernhardt, 1977.
11. Bethlen Stefan Graf. Neue Perspektiven für den Osthandel. Hans-Seidel-Stiftung, -Informationen, 1976, 3/4.
12. Muller F. Sicherheitpolitische Aspekte der Ost-West Wirtschaftsbeziehungen. Aus: politik und seitgeschichte, Beilage zu: das parlament. Bonn, 1977, Bd.37.
13. Inosemzew.N. Mit den besten Vorsätzen versehen. - In: Wirtschaftswoche, 1977, H.15.
14. Lamsdorff O. Es ballt sich einiges zusammen. - In: Wirtschaftswoche, 1977, H.1/2.
15. Nicolai W. Nitz J. Imperialistische Handelshemmnisse behindern Ost-West-Wirtschaftsbeziehungen. - In: IPW-Berichte. Berlin, 1978, H.2.

Ф.Кристиан,
канд.экон.наук
Институт торговли г.Лейпцига

О вопросах территориальной дифференциации розничной торговой сети

В Лейпцигском институте торговли с некоторых пор существует в рамках секция торговли (народн.хозяйства) кафедры географии внутренней торговли. Работники этой кафедры занимаются, в частности, взаимоотношениями между территориальным устройством народного хозяйства, в особенности, системой населенных мест, и территориальным устройством торговли. Они исследуют влияние территориальных факторов на ассортимент, товароборот, размещение розничных и оптовых предприятий, а также работают над вопросами основ и закономерностей месторасположения торговли.

В центре внимания находятся планомерное оформление и развитие торговой сети. При этом, конечно, должны учитываться торгово-экономические и технологические аспекты, но торговая география, в качестве новой научной дисциплины, вносит свой вклад, связывая географический аспект с этой проблематикой. География внутренней торговли исходит из того, что предприятия торговли являются и частью материально-технической базы отрасли, и одновременно составной частью инфраструктуры населенных пунктов. Исследование торговой сети как элемента территориальной инфраструктуры открывает существенные резервы повышения эффективности деятельности торговли.

Относительно территориального расположения сети магазинов, в том числе, дифференциации нормативов торговой площади на 1000 ж. по группам населенных пунктов исходят из следующей основной теоретической концепции.

В разрезе территориального распределения создание постоянно улучшающихся условий удовлетворения потребностей

потребителей во всех подразделениях страны, для всех граждан в городах и на селе может быть достигнуто не на основе отдельно взятых поселений, не их изолированного развития и проектирования, а только на основе пространственных, общерайонных решений. Каждый населенный пункт не может быть наделен всеми учреждениями и организациями для удовлетворения потребностей населения. Задача же, которую можно решить, заключается в том, что в рамках определенного района создаются предпосылки для того, чтобы каждый гражданин находил на подходящем, возможном ему расстоянии от своего местожительства комплексное предложение услуг инфраструктуры. Этим требованиям отвечает планомерно развиваемая сеть населенных пунктов, в которой отдельные населенные пункты исполняют функции в зоне их влияния для населения других поселков. В зависимости от характера функции - степень концентрации и радиус влияния различны, так что получается ступенчатая, так называемая, иерархическая система центров расселения.

Эта модель в основном основывается на теории центральных населенных мест, которую развил географ Кристофлер в 1933 г. Эта теория с тех пор изучена многими исследователями, в т.ч. рядом советских географов. Так, например, в книге "Система расселения в СССР" пишут: "В условиях развитого социализма создаются объективные предпосылки... планомерного сближения на общей социальной основе городских и сельских поселений и объединения их в систему расселения на базе общественного и территориального разделения труда... В конечном итоге система населенных мест Советского Союза понимается как сложный иерархически организованный комплекс..."¹

Торговля со своими предприятиями - составная часть этой системы. И функция "Снабжения товарами" должна регулироваться между населенными пунктами в лице разделения

¹ Ходжаев Д.Г., Кочетков А.В., Листенбург С.М. Система расселения в СССР. М., 1977, с. 8, 52.

деятельности так, чтобы для граждан каждого населенного пункта определенного района было комплексное предложение товаров на возможно достижимом расстоянии от их местожительства. При этом также развивается, в частности в зависимости от частоты спроса, различная степень концентрации. Между общими функциями населенных мест и их торговыми функциями существуют взаимные отношения, наряду с этим наблюдается некоторая самостоятельность классификации населенных пунктов в отношении их торговой функции.

Касаясь вопроса дифференциации необходимой торговой площади на 1000 ж. следует отметить:

Во-первых: При дифференциации этого показателя в большинстве исходят из дифференциации товарооборота на душу населения. Известно исчисление так называемых "коэффициентов притяжения". Они исчислены различным образом, но по содержанию всегда выражают отношение товарооборота на душу населения определенного населенного пункта и товарооборота на душу населения определенной территории. При этом исходя из того, что больший товарооборот на душу населения требует пропорционально прироста торговой площади на душу населения. Это отношение же не пропорционально. Торговая площадь на 1000 ж. действительно зависит от двух величин, от среднедушевого товарооборота и от среднего товарооборота на 1 м² торговой площади. Существует соотношение

$$\frac{П}{1000 \text{ ж}} = \frac{T}{ж} : \frac{T}{П}$$

где: П - торговая площадь в м²
ж - жители

T, T - товарооборот в руб., в 1000 руб.

Отсюда следует вывод: при сравнении населенных пунктов в различной численности населения и торговой площади на 1000 ж. развывается пропорционально к среднедушевому товарообороту только в тех случаях, когда не изменяется товарооборот на 1 м² торговой площади.

В действительности же товарооборот на 1 м² торговой площади повышается, если увеличивается численность населения населенных пунктов, иными словами: чем больше по численности населенный пункт, тем больше пропускная способность магазинов, и эта растущая пропускная способность в тенденции понижающе влияет на потребность в торговой площади.

Во-вторых: При анализе среднедушевых товарооборотов по группам населенных пунктов выясняется, что максимум среднедушевого товарооборота наблюдается в средних городах (20000-30000 ж.), а не в крупных (больше 50000ж.) Это явление, по нашему мнению, закономерно: среднедушевой товарооборот - это относительная величина, определяемая прежде всего отношением численности населения определенного города и численности иногородних покупателей. Получается, что в крупных городах количество иногородних покупателей абсолютно гораздо выше, чем в средних городах, но относительно к живущему населению ниже. В ГДР, как показали исследования, 96% населения всей страны (включительно городское население) может попасть общественными средствами сообщения в какой-то районный административный город в течение часа.¹ Значит, эти города могут быть стабильными торговыми центрами районов, в которых сосредоточено предложение товаров периодического и редкого спроса. Крупные города в принципе не имеют такой функции, исключая то, насколько они сами центры непосредственного окружающего района, покупательские потоки в них более или менее случайны и сосредоточены на определенные специальные товары.

На основе изложенных теоретических исходных положений и существующих фактических материалов была сделана автором первая разработка по территориальной дифференциации обеспеченности населения торговой сетью. Она исходит

¹ Grimm-F. Die Kreisstädte der DDR und ihre Rolle im Siedlungssystem Geographische Berichte VEB Hermann Naech Götthal Leipzig, 1974, N.4, Nr 73, S.229.

из 5 ступеней снабжения (минимальное, основное, расширенное основное, комплексное, комплексное снабжение). По названным ступеням были дифференцированы численность населения ГПР, среднедушевой товарооборот и товарооборот на 1 м² торговой площади, кроме того, были учтены покупательские потоки в выстоявших торговых центрах. В результате была разработана дифференциация торговой площади на 1000 ж. в квадратных метрах. Таблица коэффициентов показывает градацию дифференциации.

Таблица

Дифференциация торговой площади на 1000 ж. по группам населенных пунктов, ГПР в 1980г. (коэффициенты)

Населенные группы (типы)	Товары повседневного спроса	Остальные непродовольственные товары
Деревни	1,10	-
Села	1,07	-
Маленькие города	1,05	1,43
Средние города	0,96	1,71
Большые города	0,86	1,43
Всего (ГПР)	1,00	1,00

Эти результаты имеют еще относительно высокую степень абстракции. Поэтому для разработки обязательных нормативов необходимо осуществить более широкую их спецификацию, которая соответствует различным сложившимся условиям. Сейчас проводятся исследования в различных типичных районах нашей республики. Кроме того, предусматривается, что итоги статистического учета розничной торговой сети с помощью вычислительной техники будут разработаны дополнительно по населенным пунктам. Цель состоит в том, чтобы выработать каталог новых долгосрочных нормативов обеспеченности населения торговой площадью, который бы соответствовал типичным населенным пунктам нашей страны.

О г л а в л е н и е

1. Р. Лоос, Я. Бельчиков. Проблемы эффективной работы руководители в социалистической торговле.....	3
2. в. Мейер. К роли политической организации в социалис- тическом предприятии.....	18
3. м. Виксиньял. Роль потребительской кооперации в социалистическом обществе.....	24
4. Д. Биллинска. Информационная модель розничной торговли....	31
5. Р. Гарлея. Показатели социально-экономической эффективности торговли.....	42
6. Б. Мюллер. Показатели контроля цен в торговле потреби- тельскими товарами.....	49
7. Х. Шольц, У. Хельмунд. Возможности практического измере- ния и оценки готовности к снабжению.....	57
8. и. Рудуша. Теоретические аспекты прогнозирования спроса населения на товары.....	73
9. М. Крампе. Роль изучения потребностей в формировании ассортимента товаров.....	94
10. Я. Пресняков. Проблемы изучения и удовлетворения спроса населения на швейные изделия.....	103
11. А. Калная. Основные направления изучения покупательского спроса в промышленности.....	III
12. М. Римша. Демографическая статистика для комплексного изучения спроса населения.....	124
13. Э. Еремина. Методологическая основа определения покупательных фондов населения по территории республики..	129
14. В. Прауде. Воздействие торговли на качество продукции....	134
15. Р. Лиеняня. Некоторые пути повышения эффективности капитальных вложений в торговле.....	145
16. А. Розе. Резервы повышения эффективности использования сети непродовольственных магазинов.....	150
17. м. Кухаренюк. Внешнеэкономические связи и их проблемы на современном этапе.....	159