

## О НЕКОТОРЫХ ПРОБЛЕМАХ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Формирование ассортимента товаров народного потребления в соответствии с запросами покупателей — одна из наиболее важных задач во взаимоотношениях торговли с промышленностью. Предполагалось, что использование натуральных показателей производства продукции в процессе планирования будет способствовать ее решению. Однако необоснованный рост плановых заданий, не учитывающий реальные возможности предприятий, не позволяет в полной мере достичь желаемых результатов. Предприятия промышленности, чтобы выполнить план, стремятся не допустить роста удельной трудоемкости изделий и увеличение объемов производства пытаются осуществить преимущественно за счет выпуска менее трудоемких групп товаров. Здесь скрывается одна из причин отклонения производственных программ от заказов торговли, ведущая к структурной несбалансированности спроса и предложения по ряду признаков.

Одновременно предприятия сдерживают увеличение удельной трудоемкости уже выпускавшихся товаров, связанное с улучшением их качества. Например, Гродненское производственное объединение "Неман", несмотря на рекомендации отраслевого художественно-технического совета, отказывается применять обработку канта в отдельных видах обуви методом "загибка", так как резко возрастает трудоемкость по сравнению с методом "окантовка". Если же предприятия идут навстречу требованиям моды и покупателей, то производственные задания оказываются под угрозой срыва. Примером может служить Минское производственное швейное объединение (МПШО) "Комсомолка", просившее вместе с торговлей уменьшить план производства в связи с тем, что на 1988 г. разработана усложненная коллекция моделей.

Предприятия, для того чтобы увеличить объем выпуска в рублях и в том числе снизить потери от производства менее трудоемких изделий, по-прежнему заинтересованы в использовании дорогого сырья и материалов, применении надбавок к ценам, что ведет к "вымыванию" дешевого ассортимента. Все это в совокупности с другими причинами приводит к тому, что заказы торговли не являются основой производственных программ. Так, на 1988 г. заказы МТ БССР не были удовлетворены МЛП БССР по ряду наименований обуви на 487 тыс. пар, трикотажных изделий — на 6105 тыс. шт., швейных изделий — на 3777,2 тыс. шт. Причем преобладают среди них товары детского ассортимента. Вместо них торговля республики вынуждена была закупить иные изделия.

В качестве примера рассмотрим удовлетворение заказа торговли по обуви девичьей II подгруппы с верхом из натуральных и синтетических кож (табл.1) Из десяти рассмотренных позиций заказа частично удовлетворены только две, остальные вообще не включены в планы производства на начало года.

Также не удастся обеспечить полное удовлетворение заказа по возрастным и ценовым группам для швейных и трикотажных изделий, кожаной обуви

Одной из причин этого является невыполнение требования постановления ЦК КПСС и Совета Министров СССР № 5489 от 24 апреля 1986 г. "Об улучшении планирования, экономического стимулирования и совершенствования управления производством товаров народного потребления в легкой промышленности" выделять в годовых планах МЛП союзных республик объемы выпуска товаров для детей, молодежи, лиц старшего возраста по основным ценовым группам (до 1989 г.).

Вместе с тем надо отметить, что планируемая мера не позволит окончательно сбалансировать спрос и предложение. При дефиците ряда товаров необходима более глубокая детализация структуры ассортимента, чтобы обеспечить формирование производственных программ в соответствии с потребностями населения по многим важнейшим товароведческим признакам. Но вряд ли будет целесообразно планирование структуры ассортимента вышестоящими органами, вполне можно использовать заказ торговли (оптовой базы) конкретному предприятию промышленности, составленный на основе ассортиментной концепции, причем экономически выгодный для исполнения. Для создания заинтересованности в заказах нужно как минимум обеспечить равновыгодность производства различных изделий. Но этого действительно мало,

Табл. 1. Удовлетворение заказа оптовых баз МТ БССР предприятиями МЛП БССР по обуви девичьей II подгруппы на 1988 г.

Обувь	Заказ		Сводный план производства	
	количество, тыс. пар	сумма, тыс.руб.	количество, тыс. пар	сумма, тыс.руб.
Сапожки:				
с меховой подкладкой на подошве из пористой резины	100	3400	100	3500
с меховой подкладкой на полиуретановой подошве	20	1125		
с трикотажной подкладкой на полиуретановой подошве	20	1125	—	—
Туфли:				
на подошве из пористой резины	15	144	—	—
на подошве из кожеподобной резины	30	540	—	—
на полиуретановой подошве	40	840	—	—
на кожаной подошве типа кроссовых	15	220	—	—
открытые на подошве из открытой или пористой резины	20	376	—	—
открытые на подошве из полиуретановой подошве	50	685	—	—
Итого	335	8855	100	3500

Примечание. Таблица составлена на основе данных МТ БССР.

так как предприятия в условиях массового производства не заинтересованы в разнообразии и расширении выпускаемого ассортимента. Если же при долевом участии промышленности и торговли в компенсации средств, затраченных на уценку всех товаров, основное бремя потерь от уценки изделий, выпущенных не по заказу торговли, будет возложено на промышленное предприятие, тогда возникнет реальный стимул для точного соблюдения заказов. В настоящее же время в планы производства включаются товары, которые отсутствуют в заказах, но закушены на ярмарках под давлением промышленности, так как это не противоречит принятым постановлениям.

Одной из причин невыполнения заказов торговли является и то, что промышленность не несет ответственности за свою продукцию после передачи ее торговле. Поэтому ценен опыт Оршанской швейной фабрики и других предприятий, работающих по ее методу, как попытки повысить взаимную ответственность партнеров. Однако представляется нерациональным устранение торговли от закупок моделей на ярмарках, потому что это препятствует формированию оптимального ассортимента в магазинах.

В условиях ненасыщенного рынка изготовители не испытывают острой необходимости в непрерывном и интенсивном улучшении качества своих изделий, а также во все более полном удовлетворении потребностей различных половозрастных групп населения по видам используемых материалов и ценовым группам. В связи с этим особое значение приобретает вопрос о том, чтобы обеспечить торговлю такими правовыми и экономическими возможностями, которые позволили бы добиваться от промышленных предприятий формирования производственных программ строго на основе ассортиментных цепочек.

Выдвижению нужд потребителя на первый план и созданию большей заинтересованности финансовых и плановых органов в активной позиции торговли способствовало бы изъятие налога с оборота только после реализации продукции покупателю в розничной сети. Ведь только в сфере реализации выясняется, станет ли конкретное изделие товаром или нет. Исходя из этого, представляется интересной мысль о том, что изъятие налога с оборота у промышленности несвоевременно [1, с. 39]. Общество должно получать действительный налог с оборота, а таковым он может быть только после реализации изделия потребителю.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. А р т е м ь е в А.С., Б а л а й Е.В. О путях совершенствования планирования производства и реализации товаров // Торговля. Вопросы экономики и организации. – Мн. 1987. – Вып. 14. – С. 35–40.