

обладать знаниями по организации торговли и производства товаров, методике изучения спроса. Все это требует совершенствования системы материального стимулирования работников фирменных магазинов как за счет повышения должностных окладов, так и за счет премиального поощрения.

А.Н. Шкляр, канд.эконом.наук

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ И ПОВЫШЕНИЕ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ

В плановом социалистическом хозяйстве в промышленности и торговле решается единая задача: систематически увеличивать объемы производства, расширять и обновлять ассортимент, повышать качество товаров в интересах наиболее полного обеспечения запросов потребителей. Одновременно встают вопросы формирования наиболее оптимальной структуры потребления, воспитания вкусов и наиболее полного обеспечения запросов трудящихся по рациональным нормам. И в этом отношении чрезвычайно важно обеспечить не только устойчивый рост производства, совершенствование его структуры, но и сокращение времени обращения.

Ф. Энгельс писал: "Производство является в последнем счете решающим. Но как только торговля продуктами обособляется от производства в собственном смысле слова, она следует своему собственному движению... Это движение имеет свои собственные фазы и, в свою очередь, оказывает обратное действие на движение производства".¹

Как известно, взаимоотношения торговых организаций и предприятий с производителями осуществляются путем заключения хозяйственных договоров; представления заявок и заказов на товары; участия торговых организаций в размещении ассортимента, их контроля за ценами, ассортиментом и качеством выпускаемой продукции и др. Огромную роль здесь играет система оптовой торговли, через каналы которой осуществляется доведение значительной части товаров от производства до потребителей.

В решениях XXV съезда КПСС указывается на необходимость повышения ответственности предприятий и организаций

¹ Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т.37, с. 415.

оптовой торговли за бесперебойное обеспечение магазинов товарами в необходимом количестве и ассортименте.²

Однако, как показывают исследования, около 80% товарных запасов сосредоточено не в опте, а в рознице, что не может не сказаться на маневренности товарных запасов и зачастую ведет к их омертвлению. В определенной степени такое положение обуславливается тем, что экономический механизм оптовой торговли еще не в достаточной степени стимулирует заинтересованность опта в накоплении и рациональном товародвижении продукции, поступающей от промышленности. Относительный уровень валовых доходов, получаемых ведущими специализированными оптовыми организациями республики, далеко не равнозначен, так же как и не равнозначен удельный вес видов оборота оптовых контор.

По сравнению с 1965 в 1975 г. по ряду баз наблюдалась тенденция к снижению удельного веса складского оборота. Особенно заметное снижение имело место по Белторгодежде с 67,3 до 44,6%; Белтекстильторгу – с 41,2 до 25,9%. Транзит же с участием в расчетах за этот период возрос. Так, по Белтекстильторгу наблюдалось его увеличение с 56,7 до 70,7%. Таким образом, удельный вес транзита остается высоким, а складской оборот снижается.

Капиталистическая система товародвижения характеризуется нерациональным расходом общественного труда, что приводит к потере времени и труда "на доставку готового продукта потребителям через бездну мелких посредников, которые не могут знать требований покупателей и делают массу не только лишних движений, но лишних закупок, поездок и так далее..."³ Социалистическая же система основана на плановых началах. Она более эффективна, обеспечивает доведение товаров до потребителей в кратчайшие сроки и с минимальными затратами живого и овеществленного труда.

Однако при еще недостаточном совершенстве нормативного хозяйства, отсутствии ряда товаров, пользующихся спросом у населения, недочетов в распределении товарной массы между оптом и розницей возникают условия для замедления реализации продукции. Поэтому наряду с плановыми методами, создающими наиболее оптимальные условия для товародвижения и

² См.: Материалы XXV съезда КПСС. М., 1976, с. 219.

³ Ленин В.И. Собр.соч., т.20.

реализации, экономические методы будут оказывать значительное влияние на совершенствование формирования ассортимента, маневрирование товарных ресурсов, выбор наиболее оптимальных путей товародвижения и использования транспорта, развитие рациональных транзитных перевозок. Это в конечном итоге скажется на повышении эффективности общественного производства.

Известно, что перемещение товара от производства к потребителю требует определенных затрат живого и овеществленного труда. Использование научно обоснованной системы экономических рычагов в оптовой торговле создает условия не только для возмещения издержек обращения и получения необходимой нормы прибыли, но и для оптимизации плановой экономики, укрепления хозяйственного расчета, дальнейшего развития розничного товарооборота.

Определяя значение товарного обмена для денежного обращения, В.И. Ленин писал, что "товарообмен есть проверка правильного взаимоотношения промышленности и земледелия, а равно фундамент всей работы по созданию сколько-нибудь правильно действующей денежной системы"⁴.

Оптивно-сбытовые скидки являются составным элементом розничной цены товара. Они включают издержки обращения и торговую прибыль и предназначаются для покрытия затрат оптовых организаций по осуществлению процесса товародвижения — получения чистого дохода для ведения нормальной оптовой торговли. По экономической сущности их можно сравнить с оптовыми ценами предприятий. Экономической базой оптивно-сбытовых скидок являются общественно необходимые затраты, определяемые реализацией продукции.

Система скидок призвана обеспечить хозрасчетную деятельность оптовых организаций и предприятий. Однако в ряде случаев уровень этих скидок недостаточен и при различных издержках обращения создаются условия для разнорентабельной работы оптовых организаций. Отсюда — различный уровень валовых доходов оптовых контор республики.

Существующие оценочные показатели и прежде всего прибыль недостаточно полно характеризуют непосредственную работу коллективов оптовых баз. Как составной элемент цены прибыль оказывает влияние на уровень розничных цен и совершенствование всей торгово-хозяйственной деятельности опто-

⁴ Ленин В.И. Полн.собр.соч., т. 43, с. 275-276.

вых организаций и предприятий. Ее величина обусловлена установленным уровнем скидок, структурой оптового оборота, используемой схемой товародвижения, производительностью труда и другими факторами. Издержки обращения зависят от уровня работы баз и складов: если сравнительно больше затрачивается труда и средств по доработке, хранению и движению товарной массы, — издержки увеличиваются. В то же время прибыль снижается. Изменяется и рентабельность. Поэтому при существующих методологических посылках формирования оптово-сбытовых скидок становится экономически выгодным уменьшение товарных запасов на базах.

Следовательно, необходимо попытаться учесть и выделить факторы, которые непосредственно связаны с работой коллективов и не зависят от нее. Целесообразны дифференцированные нормативы издержек обращения, учитывающие примерно одинаковые условия работы группы баз, т.е. расчетные затраты, которые следует иметь в виду при установлении скидок. Если колебания рентабельности оказываются значительно выше норматива, то необходимо часть прибыли изъять, используя систему фиксированных платежей.

Серьезного внимания заслуживает проблема территориальной дифференциации скидок. В настоящее время они устанавливаются в республиках в процентах к розничной цене. Например, по таким товарам, как обувь (кроме резиновой), установлен одинаковый уровень оптово-сбытовых скидок для Белорусской и Молдавской ССР — 0,7% к розничной цене, для Литовской и Эстонской ССР — 0,8%.

По трикотажным изделиям, включая чулочно-носочные, уровень скидок имеет шесть градаций. При этом по большинству республик он составляет 1% к розничной цене. По тканям всех видов одинаковый уровень (0,7%) установлен для Украинской, Белорусской и Литовской ССР.

Было бы целесообразным для создания относительно равноценных условий работы оптов (там, где этого требуют объективные условия) дифференцировать скидки. Там, где такие условия отсутствуют, следует устанавливать единый уровень скидок. Это будет способствовать рационализации товародвижения и товароснабжения в розничной торговле, тем самым — повышению эффективности оптов и их влияния на промышленность.

Правильное формирование оптово-сбытовых скидок связано с необходимостью сочетания их уровня с видами оборота, осуществляемого оптами.

Необходимо создать экономические условия, при которых, как правило, более выгодным оказывался бы не транзитный, а складской оборот. Это касается прежде всего товаров сложного ассортимента, требующих соответствующих складских операций.

С I квартала 1975 г. внесены изменения в систему премирования работников оптовой торговли. Теперь размер премий зависит не только от выполнения плана оптового оборота, но и от того, как выполняются заказы розничных торговых организаций и предприятий. Было бы целесообразным устанавливать более обоснованные соотношения между уровнем торговых и оптово-сбытовых скидок, с тем чтобы обеспечивать полную согласованность экономических интересов оптовой и розничной торговли. Это в конечном счете способствовало бы ускорению оборота товаров во всех звеньях торговли и тем самым обеспечивало повышение эффективности и улучшение качества работы как промышленных, так и торговых предприятий.

К.К. Генюв

СУЩНОСТЬ ОПТОВО-СБЫТОВЫХ СКИДОК И ИХ РОЛЬ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ

Осуществляя реализацию общественного продукта, торговля не только наиболее полно удовлетворяет потребности всех членов общества, но и создает условия для непрерывного социалистического воспроизводства.

К.Маркс указывал, что "время обращения капитала составляет необходимую часть времени его воспроизводства"¹.

Успешное решение главной задачи 10-й пятилетки будет во многом зависеть от дальнейшего развития и совершенствования сферы обращения и ее основной формы – торговли, более эффективного использования экономических рычагов.

Обоснованное установление оптово-сбытовых и торговых скидок в розничной цене товара позволит более эффективно осуществлять торговые функции и оказывать действенное влияние на производство, расширение ассортимента и улучшение качества товаров.

С экономической точки зрения скидки в торговле являются частью стоимости товара и выступают как составные элементы розничной цены.

¹ Маркс К., Энгельс Ф. Соч. т. 24, с. 147.