

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. Генов

## 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"<sup>1</sup>.

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.

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч. т. 24, с. 147.

Стоимость в торговле увеличивается только за счет производительного труда, затраченного при осуществлении дополнительных операций, и далеко не покрывает затрат, связанных с деятельностью торговых организаций и предприятий. Например, только затраты, связанные с хранением товаров, составляют в настоящее время около 20 коп. в год в расчете на 1 руб. хранимых товаров.<sup>2</sup> Это предполагает передачу торговле определенной части чистого дохода, созданного в промышленности за услуги по хранению, подработке и реализации продукции. Хотя экономическое содержание скидок в торговле идентично оптовой цене на предприятии, однако источники и характер их формирования имеют свои особенности.

Так, если в промышленности каждое предприятие располагает плановыми и фактическими калькуляциями почти по всем видам изделий, обуславливающих их себестоимость, то в торговле такие данные имеются по ограниченному кругу предприятий, что затрудняет определение общественно необходимых затрат. Поэтому в ряде случаев затруднены эквивалентные отношения, чем ослабляется экономическое значение скидок и эффективность хозрасчета в торговле.

Оптимальный уровень скидок связан с получением валового дохода для покрытия нормального уровня издержек обращения и обеспечения чистого дохода для расширенного воспроизводства отрасли. В оптовой торговле валовой доход от реализации товаров непосредственно выступает как сумма оптово-сбытовых скидок.

Через систему торговых и оптово-сбытовых скидок финансы оптовой торговли непосредственно связаны с государственным бюджетом, а также с финансами промышленных предприятий. Поэтому использование экономических методов в управлении народным хозяйством предполагает наличие системы скидок, эффективно воздействующих на торговлю и производство товаров народного потребления. Это может быть осуществлено за счет дифференциации скидок в зависимости от потребительной стоимости и спроса населения на товары. Расчеты показывают, что целесообразно на трудно реализуемые и морально устаревшие товары устанавливать повышенные оптово-сбытовые торговые скидки с целью ограничения их производства.

По аналогии необходимо иметь более низкие скидки (без изменения уровня розничных цен) на товары, пользующиеся по-

<sup>2</sup> "Коммунист", 1973, № 8, с. 98.

вышенным спросом у населения, что явится дополнительным стимулом расширения их производства и реализации продукции. Механизм скидок и их дифференциацию следует использовать для рационального размещения предприятий – поставщиков и прикрепления к ним покупателей, чтобы сократить чрезмерно дальние перевозки и стимулировать производство товаров из местного сырья.

Важна более глубокая потоварная дифференциация скидок, как необходимое условие хозрасчета, возможного при обеспечении покрытия издержек обращения и получения необходимой прибыли. Решение этой проблемы тесно связано с определенными трудностями в учете издержек обращения, отсутствием достаточно обоснованных нормативов рентабельности по отдельным группам и подгруппам товаров.

В определенной степени только затраты по узкоспециализированным оптовым и розничным предприятиям и организациям могут явиться исходной базой для определения потоварных издержек обращения, однако их нельзя принять для расчета среднеотраслевых затрат в силу незначительного удельного веса товарооборота в общем объеме реализации товаров.

Важным является установление обоснованной классификации товарных групп с целью нормирования издержек обращения по соответствующим статьям расходов. Сравнительно несложно установить ее в оптовой торговле, где специализация баз и складов по торговле отдельными товарами (одежда, обувь, ткани) дает возможность сравнительно достоверно определить издержки.

Однако при сложившейся практике планирования рентабельности в оптовой торговле эти условия недостаточно используются. Действующие оптово-сбытовые скидки являются чрезмерно укрупненными. Между тем в каждой товарной группе, по которой установлена скидка, можно выделить товары и товарные подгруппы, издержкостность которых значительно колеблется. Так, издержки оптовой реализации валяной и текстильной обуви в 1,5 – 2 раза превышают издержки по кожаной обуви.

Неравновыгодна реализация шерстяных, шелковых, хлопчатобумажных и льняных тканей. Средняя розничная цена шерстяных тканей составляет 15, а льняных – 5 руб. Очевидно, чтобы получить равную сумму оптово-сбытовых скидок от реализации шерстяных и льняных тканей, последних следует реализовать в 3 раза больше с соответствующими затратами.

Следовательно, рентабельность оптовой базы зависит от со-

отношения отдельных изделий в товарообороте по агрегированной товарной группе, имеющей общую оптово-сбытовую скидку.

Неоправданным является и то, что на товары, отгруженные на склады оптовых баз и транзитом иногородним розничным покупателям с участием баз, в расчетах предоставляется одинаковая оптово-сбытовая скидка. Затраты оптового звена, связанного с обеспечением складского товарооборота, значительно выше, чем транзитного, поскольку связаны с количественной и качественной приемкой товаров, погрузочно-разгрузочными работами, внутрискладскими операциями, организацией хранения, отборкой, подсортировкой и т.д.

При организации транзитного оборота с вложением средств оптовые организации несут только расходы, обусловленные затратами на содержание административно-управленческого аппарата и оплатой процента за кредит. Это приводит к тому, что сохраняется тенденция роста транзитного товарооборота за счет сокращения складского. В настоящее время до 80% всех запасов находится в магазинах и складах розничной сети, что создает трудности маневрирования ресурсами, замедляет время обращения товаров и увеличивает стоимость товарного обращения. Так, с увеличением товарных запасов на 1 млрд.руб. в розничной сети общая сумма издержек обращения в торговле возрастает на 430, а в оптовой торговле – на 166 млн.руб.<sup>3</sup>

Существующая система оценки деятельности оптовых предприятий по двум показателям – товарообороту и прибыли – не дает объективного представления о качестве и эффективности работы предприятия, поскольку величина прибыли определяется уровнем оптово-сбытовых скидок, структурой товарооборота, применяемой системой товародвижения.

Целесообразно исчислять валовой доход оптовой базы отдельно по складскому и транзитному товарообороту, соответственно доводить план прибыли и определять рентабельность по такому же принципу. Дифференциация оптово-сбытовых скидок по видам оборота позволит приблизить их к общественно необходимым затратам в оптовой торговле и заинтересовать базы в увеличении доли складского оборота. Это в конечном итоге приведет к улучшению снабжения розничных предприятий. Одним из факторов, тормозящих расширение оптового складского об-

---

<sup>3</sup> Соломатин А.К. Развитие оптовой торговли в современных условиях. – В кн.: Вопросы планирования и учета. Л., 1972.

рота, является медленное развитие складской сети оптовых организаций. В результате сложившегося нерационального размещения товарных запасов между звеньями торговли розничные организации вынуждены создать собственное складское хозяйство. Так, общая площадь складов розничных организаций страны на конец 1974 г. составила 14572,0 тыс. кв. м. против 5588,0 по оптовым организациям системы Министерства торговли СССР. За последние 15 лет (1960 - 1974) прирост площади общетоварных складов розничных организаций в 2,4 раза превысил этот показатель по оптовым складам. Промышленностью практикуется отгрузка товаров рознице большими партиями, что затрудняет подсортировку и разбраковку. Такой транзит повышает издержки обращения.

Недостаточно обоснована и территориальная дифференциация оптово-сбытовых скидок. Установленный уровень оптово-сбытовых скидок по союзным республикам не в полной мере учитывает особенности транспортных условий оптовых баз, размещение промышленных предприятий, объем товаров, завозимых из других районов, деятельности баз и т. д.

При этом, например, по головным уборам (кроме фетровых), швейным изделиям, готовым меховым и овчинно-шубным изделиям установлен одинаковый уровень оптово-сбытовых скидок (1,0% к розничной цене), а по обуви резиновой (2,0% к розничной цене) — по союзным республикам. В то же время по обуви кожаной, текстильной, комбинированной, фетровой и другой имеется шесть степеней градации уровней оптово-сбытовых скидок, в том числе (1,0% к розничной цене) установлены скидки для Белорусской, Украинской, Молдавской, Литовской ССР. В два раза выше установлены скидки на эти товары для Казахской, Грузинской, Таджикской, Армянской, Туркменской ССР.

Например, по трикотажным изделиям, включая чулочно-носочные, имеется семь степеней градации скидок; при этом одинаковый уровень (2,5% к розничной цене) установлен для Белорусской и Узбекской ССР. Он же более чем в 8 раз превышает уровень оптово-сбытовой скидки, установленной для Украинской ССР (0,3% к розничной цене). Необходимо более полно учесть условия производства, снабжения и реализации продукции.

Особенности производства и реализации товаров народного потребления требуют сезонного накопления и досрочного завоза товаров оптовыми базами, что связано со значительными

загратами труда и средств. В первую очередь сюда следует отнести расходы на хранение, доработку товаров, содержание помещений, уплату процентов за кредит.

Однако оптово-сбытовые скидки по товарам текущего хранения и товарам сезонного накопления установлены одинаковые, что не способствует заинтересованности оптовых баз в накоплении запасов сезонного хранения. Тем самым снижается возможность наиболее полного обеспечения запросов розничных организаций, а в конечном итоге — удовлетворения спроса населения.

Оптовые организации, которые вынуждены заниматься накоплением сезонных товаров, ставятся в менее выгодные условия по сравнению с остальными. Данное обстоятельство имеет особое значение в настоящее время, так как отчисления в фонды экономического стимулирования производятся только в плано-прибыльных кварталах. Следовало бы на товары сезонного накопления установить повышенные оптово-сбытовые скидки. Требуется пересмотр оптово-сбытовых скидок и при изменении уровня розничных цен. Изменение (снижение или повышение) уровня розничной цены на отдельные группы товаров при стабильной норме скидки приводит к автоматическому изменению абсолютной суммы скидок. При этом затраты по оптовой реализации единицы товара остаются примерно постоянными, а уровень рентабельности изменяется независимо от хозяйственной деятельности организации.

Неоправданным является отсутствие оптово-сбытовых скидок на ряд товаров культурно-бытового назначения, реализация которых осуществляется оптовыми организациями Министерства торговли союзных республик.

Отсутствие оптово-сбытовых скидок по ряду товаров не препятствует разворачиванию оптовой торговли и существенным образом осложняет взаимоотношения оптового звена с розничными организациями. Последние не получают полностью причитающиеся им торговые скидки по этим товарам. В результате имеют место неодинаковые источники дохода оптовых контор, специализированных по продаже культтоваров, галантереи и хозяйственных товаров. По одним товарам доходы этих организаций формируются за счет оптово-сбытовых скидок, по другим — за счет части торговых скидок, удерживаемой в форме наценки оптовых баз.

Взимание наценки (части торговой скидки) при отпуске товаров, по которым не установлены оптово-сбытовые скидки,

следует отменить, одновременно несколько уменьшив торговую скидку. Это позволит розничным организациям при любой форме поставки получать одинаковую торговую скидку и не допускать сокращения транзитных поставок.

Сложившийся в настоящее время порядок утверждения оптово-сбытовых и торговых скидок является излишне централизованным – скидки по всем без исключения товарам народного потребления утверждаются Государственным Комитетом цен СМ СССР. В то же время розничные цены утверждаются и союзными, и республиканскими, и даже местными ценообразующими органами. Налицо явная несогласованность: местным органам доверяют выполнение наиболее ответственной функции – утверждение уровня и структуры розничной цены в целом, тогда как отдельный элемент этой цены – уровень торговой скидки – заранее регламентирован вышестоящими органами и не подлежит рассмотрению на местах. Между тем местные органы ценообразования гораздо лучше знают специфические условия работы своих торгующих организаций, действительный уровень их издержек обращения и, следовательно, могут более правильно обосновать оптимальный размер торговой скидки на товары, цены на которые утверждаются на местах.

Осуществление рекомендуемых мероприятий позволит более эффективно решать проблему общественного воспроизводства.