

О ФОРМИРОВАНИИ ЗАКАЗОВ НА ТОВАРЫ С УЧЕТОМ  
СПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Как известно, длительное время многие ученые не признавали действие закона спроса и предложения при социализме. В связи с этим отрицалась возможность использования плановой цены для регулирования соотношения спроса и предложения. В последние годы ряд советских экономистов признают такую необходимость. Однако достаточной практической реализации многие предложения еще не получили, что свидетельствует о необходимости продолжения научных исследований. Фактическое состояние дел на многих рынках товаров вызывает необходимость более эффективного использования ценового механизма для управления соотношением спроса и предложения.

Это в особенности относится к использованию цены для совершенствования планового регулирования ассортиментной структуры производственной программы отраслей, изготавливающих товары народного потребления, с учетом спроса населения.

В настоящее время развитие рынка товаров народного потребления характеризуется рядом противоречивых тенденций. С ростом объемов производства и реализации продукции одновременно имеет место значительное увеличение суммы вкладов населения в сберегательные кассы. Скачкообразно изменяются товарные запасы, повышается в их составе доля "неходовых и залежалых"\*. Товарпроизводителями за поставку некачественной и не пользующейся спросом потребителя продукции уплачиваются большие суммы штрафов. При этом высок удельный вес неудовлетворенного спроса на ряд товаров, сравнительно возрастают затраты времени покупателей на поиск необходимой вещи.

Такое положение можно объяснить рядом причин, в том числе и недостатками в планировании заказа. Исходя из Постановления ЦК КПСС и Совета Министров СССР о совершенствовании хозяйственного механизма, оценка результатов деятельности промышленных предприятий будет производиться по итогам выполнения договорных обязательств перед торгов-

---

\* Только процентов за кредит в связи с наличием неходовых и залежалых товаров торговля платит Госбанку республики до 1 млн. руб. в год (Советская торговля, 1979, №8, с.25).

лей. В свою очередь с усилением роли договоров поставки существенно возрастает роль заказа торговли. Ведь непосредственная обязанность торговли, как указывал Л.И.Брежнев на ноябрьском (1979 г.) Пленуме ЦК КПСС, – оперативнее маневрировать ресурсами, добиваясь от промышленности тех товаров, которые необходимы потребителю.

Обоснованность заказа во многом зависит от того, насколько полно в нем учтены особенности спроса различных слоев населения, обусловленные их половозрастным составом, размером доходов, родом занятий и рядом других факторов.

Особое значение приобретает обеспечение рациональных пропорций между одноименными и взаимозаменяемыми товарами различной цены, что позволит учесть особенности спроса покупателей с разным уровнем доходов.

В социалистическом обществе источником получения доходов является труд его членов. Дифференциация труда по сложности приводит к неодинаковой его оплате, обуславливает разницу в спросе на товары народного потребления различных социально-экономических групп населения (табл. 1).

Таблица 1. Изменение доли денежных расходов на покупку товаров в 1970 г. в семьях рабочих промышленности ( в зависимости от уровня доходов), %\*

Среднедушевой доход, руб. в год**	Товары				
	непродовольственные	ткани	одежда и белье	трикотаж верхний	обувь – всего
480,1 – 600	105,2	77,1	67,5	110,0	111,7
600,1 – 720	129,3	96,5	136,0	136,5	141,3
720,1 – 900	162,0	105,1	168,0	162,1	170,7
900,1 – 1200	200,1	156,2	247,7	219,0	233,3
1200,1 и выше	776,6	322,4	423,5	246,9	258,8

\* Расчеты произведены на основе материалов бюджетной статистики.

\*\* За базу (100%) принята группа населения со среднедушевым доходом до 480 руб.

С ростом денежных доходов возрастает и сумма средств, выделяемых в семьях для приобретения важнейших товаров народного потребления.

Данные бюджетной статистики указывают на наличие спроса на товары разной стоимости. Так, стоимость всех тканей, приобретаемых рабочими и служащими, занятыми в народном хозяйстве, на 3% ниже стоимости тканей, потребляемых рабочими промышленности, и в 2,0 и 2,2 раза выше стоимости тканей, покупаемых работниками сельского хозяйства и колхозниками. Средняя розничная цена 1 м шерстяных тканей, купленных в семьях рабочих и служащих, выше на 3,4%; 49,8%; 32,1% средней цены, по которой приобретают одноименные ткани рабочие промышленности, работники сельского хозяйства, колхозники соответственно. Рабочие и служащие по сравнению с работниками сельского хозяйства, колхозниками всю обувь, в том числе и кожаную, покупают по более высоким ценам (соответственно на 20,7%; 24,1 и 10,1; 14,7%). В свою очередь рабочие промышленности приобретают обувь по более высоким ценам (на 4,9 и 3,5%), чем рабочие и служащие.

Динамика средних цен покупок важнейших товаров массового спроса за 1970 - 1975 гг. подтверждает наличие зависимости изменения спроса от доходов (табл. 2).

Таблица 2. Динамика средних цен покупок отдельных непродовольственных товаров (1975 в % к 1970г.)\*

Товары	Социально-экономические группы населения			
	Рабочие и служащие	Рабочие промышленности	Работники сельского хозяйства	Колхозники
Ткани - всего	222,3	208,9	165,9	152,1
В том числе:				
шерстяные	131,2	116,6	126,4	136,2
шелковые	158,9	129,1	100	100
Обувь - всего	115,6	125,5	119,3	114,1
В том числе:				
кожаная	118,1	130,4	126,2	124,2

\* Расчеты произведены нами по данным бюджетной статистики.

Таким образом, для наиболее полного удовлетворения спроса трудящихся на товары разной стоимости необходимо, чтобы их ассортимент соответствовал особенностям спроса различных социально-экономических групп населения.

Планирование выпуска товаров по одной средней цене для группы изделий, как это делается в настоящее время, действующие оценочные показатели деятельности и торговых, и промышленных предприятий, наоборот, стимулируют рост объемов производства и реализации в стоимостном выражении.

Безусловно, нельзя повышение стоимости производства товаров всегда считать отрицательным фактом. В ряде случаев оно связано с повышением качества выпускаемых изделий, появлением новых, модных товаров. Это - объективный процесс, в котором отражаются прогрессивные изменения в развитии потребностей населения, росте производства, благосостояния трудящихся. Однако экономически он оправдан только в том случае, если не противоречит интересам потребителей.

На практике же еще нередки случаи, когда в ущерб недорогим, но необходимым покупателям изделиям, изготавливаются дорогостоящие, имеющие ограниченный спрос. Это отрицательно сказывается на формировании качественно-стоимостной структуры производства, что в свою очередь приводит к повышению степени неудовлетворенности спроса населения. К началу 1980 г. Минлегпром БССР не разместил заказ торговых организаций республики, например, на пальто женское демисезонное из полушерстяных тканей (11,4%), пальто демисезонное для девочек школьного возраста из этой же ткани (28%) и т.д.

Кроме того, промышленность стремится к повышению цены своей продукции, в частности за счет дорогостоящих отделок. Так, Гродненская фабрика художественных изделий шьет платье женское арт. 42072511 - 001 и 42092521 - 001, стоимость отделок которых составляет соответственно 54,9 и 41,2% стоимости готового товара. Примеров, подтверждающих указанную тенденцию, можно привести немало. Такие изделия, как правило, пользуются ограниченным спросом и сразу же попадают в число неходовых и залежалых. Для их хранения требуются дополнительные средства.

Анализ данных выборочного учета продажи и запасов отдельных непродовольственных товаров в ассортименте в магазинах свидетельствует о том, что стоимость ряда хранящихся в запасах изделий превышает стоимость реализованных. Так, во II квартале 1979 г. средняя цена запасов 1 м хлоп-

чатобумажных тканей мебельно-декоративной группы превышала среднюю цену продажи в 2,1 раза; тканей из синтетических волокон – в 2,2 раза; пальто и полупальто мужского зимнего – на 59,9%; костюмов мужских стоимостью от 100 руб. и выше – на 23,1%; верхнего трикотажа для взрослых из синтетической и объемной пряжи – на 18,1% и т.д. Формирование заказа торговли по ценовым группам будет противодействовать тенденции роста средних розничных цен по некоторым товарам и содействовать обеспечению их стабильности. Такая перестройка работы промышленных предприятий позволит устранить противоречия, возникающие между торговлей и производством при формировании ассортимента продукции в натуральных и стоимостных единицах измерения.

Основой для планирования выпуска по ценовым группам должны послужить данные о спросе населения разных социально-экономических групп, скорости обращения товаров в зависимости от размера цены. Исходя из этого, исследования научных учреждений, работу органов, изучающих спрос, методику определения спроса целесообразно перестроить с учетом данного требования.

Используя опыт ГДР, УкрНИИТОП совместно с Государственным комитетом УССР по ценам в порядке эксперимента разработал ценовые группы и ассортиментную структуру производства детской одежды [1].

Однако внедрения в практику планирования в основном положительные результаты исследования еще не получили. Это станет возможным тогда, когда подобные работы будут проведены не только разово на примере одной республики и по одной группе товаров, но и на примере других республик, на союзном уровне и в основном по всей структуре товарооборота.

По нашему мнению; применять ценовые группы для планирования ассортиментной структуры товарооборота, а тем самым и для выпуска изделий целесообразнее только по товарам массового спроса.

Учитывая повышающуюся роль пятилетних планов, такие группы цен оправдано формировать не каждый год, как это предлагают украинские исследователи, а один раз в пять лет. При необходимости, вызванной объективными причинами, в этом промежутке времени можно сделать соответствующую корректировку.

Понятно, что для практической реализации указанных предложений необходимо учитывать не только интересы торговых

организаций, но и интересы производства. Промышленным предприятиям важно создать такие условия, которые стимулировали бы изготовление заказанной продукции; цены на нее должны возмещать затраты труда и обеспечивать нормальную рентабельность.

#### Л и т е р а т у р а

1. Нерославская Б., Спицина Т. Планирование ассортимента с помощью цен. - Советская торговля, 1979, №2, с. 32 - 35.