

тельно ведут розничную торговлю организации нескольких министерств и ведомств. Это мешает исполкому местного Совета народных депутатов данного города или области планомерно развивать торговлю.

Хозяйственное и административное подчинение предприятий и организаций розничной торговли местным органам государственной власти является одним из законов организационного построения торговой отрасли. Представители местных органов способны оперативнее решать вопросы торгового обслуживания, вовлекать в товарооборот дополнительные местные товарные ресурсы. Именно в силу этого закона и была проведена децентрализация управления розничной и оптовой торговлей в 1954 – 1958 гг. Сила этого организационного закона в настоящее время не ослабевает, а возрастает,

Опираясь на экономические законы развития, глубже вскрывая их действующие факторы, можно успешнее осуществлять деятельность по построению всех организационно-хозяйственных звеньев торговли.

Л и т е р а т у р а

1. Брежнев Л.И. Речь на ноябрьском (1979 г.) Пленуме ЦК КПСС. – Экономическая газета, 1979, №49. 2. Постановление ЦК КПСС и СМ СССР "О мерах по дальнейшему развитию торговли". – Правда, 1977, 19 июля.

А.С.Артемьев

ВОПРОСЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ ТОРГОВЛИ С ПРОМЫШЛЕННОСТЬЮ

В решении важнейших социально-экономических задач КПСС, связанных с ростом жизненного уровня советских людей, огромное значение приобретает укрепление экономических связей промышленности и торговли. Благодаря преимуществам социализма плановые хозяйственные связи между ними способствуют росту производства потребительских товаров, расширению и обновлению их ассортимента и улучшению качества изделий. По многим товарам народного потребления в настоящее время удовлетворяются растущие потребности советского народа, и круг этих изделий постоянно расширяется.

Между тем на советском внутреннем рынке из-за несбалансированного производства и потребительского спроса возникает немало случаев, когда по одним товарам образуются со-

лидные сверхнормативные запасы, а по другим – хронический дефицит. В последние годы рост культуры и покупательных фондов советского народа, крупные масштабы жилищного строительства в стране существенно изменили характер спроса населения на товары. Речь идет не только о возросшем требовании населения к ассортименту и качеству изделий, но и к комплектности покупок. Имеются в виду гарнитуры мебели, сервизы посуды, комплексные наборы для домашнего обихода и хозяйственного назначения и др. Однако промышленность пока не удовлетворяет растущие запросы населения по определенному кругу товаров. На ноябрьском (1979 г.) Пленуме ЦК КПСС товарищ Л.И.Брежнев говорил: "Объем производства товаров народного потребления, конечно, растет. Но требование к качеству и ассортименту явно обгоняет то, что предлагает промышленность... поступают письма и жалобы о переборах в торговле такими товарами, которые почему-то принято именовать "мелочами": простейшие медикаменты, мыло, стиральные порошки, зубные щетки и паста, иголки, нитки, детские пеленки, другие товары легкой промышленности" [1].

Изучение причин недостатков работы промышленных предприятий по выпуску товаров дает основание утверждать, что механизм хозяйственных связей промышленности и торговли все еще в должной мере не нацелен на достижение конечной цели – выпуск товаров в таком объеме, такого ассортимента и качества, которые соответствовали бы растущему спросу. Конечно, имеются объективные причины: недостаточная производственная мощность по изготовлению отдельных товаров, в ряде случаев устаревшее оборудование, срывы в обеспеченности сырьем, полуфабрикатами, комплектующими изделиями, фурнитурой. Однако многое объясняется просчетами в изучении потребительского спроса и формировании заказов и заявок промышленным предприятиям со стороны торговли. Это свидетельствует о слабом воздействии торговли на производство, недостатках в действующей системе планирования и экономического стимулирования как в промышленности, так и в торговле. Исследование показывает, а практика работы промышленных предприятий и организаций торговли подтверждает, что производство нужных советскому потребителю товаров нередко наталкивается на экономическую незаинтересованность товаропроизводителей в их выпуске.

Дело в том, что главные показатели деятельности промышленных предприятий – объем реализации товаров в денежном выражении и прибыли – заставляют фабрики, заводы, производ-

ственные объединения обращать основное внимание на выпуск материалоемких товаров из дорогих видов сырья и комплектующих изделий с упрощенной технологией изготовления. Это экономически выгодно товаропроизводителям при выполнении основного показателя плана – объема реализации продукции. По этой причине промышленные предприятия нередко не придерживаются согласованного с торговлей плана выпуска товаров по ассортименту, их видам, фасонам, моделям. Они максимально заинтересованы в производстве таких товаров, где стоимость затрат овеществленного труда была бы наиболее высокой, а живого – низкой.

В 1979 г., например, объем производства кожаной обуви в БССР вырос по сравнению с 1978 г. в сумме почти на 30 млн. руб., а в натуральном выражении снизился на 0,8 млн. пар. Только за 11 месяцев 1979 г. обувными предприятиями республики план выпуска обуви в стоимостном выражении был перевыполнен на 2,3%, а по количеству пар невыполнен на 1,7%, в том числе по детской обуви – на 389 тыс. пар.

Стремление промышленных предприятий использовать больше дорогостоящего сырья и комплектующих изделий позволяет им без особых хлопот выполнять и перевыполнять не только планы по реализации продукции, но и задания по накоплениям. При этом наибольшей "опале" подвергается дешевый ассортимент товаров, который систематически снижается в общем объеме производимых товаров. В 1979 г. заявки торговли БССР на женские платья из хлопчатобумажных тканей были удовлетворены швейниками на 58%, блузки женские из этих тканей – на 40,3, платья для девочек–дошкольниц – на 53,2%. Тем самым ущемляются интересы покупателей, так как деление промышленными предприятиями ассортимента выпускаемой продукции на "выгодный" и "невыгодный" приводит к сокращению, а зачастую и к прекращению выпуска нужных населению товаров.

Изучение показывает, что недостатки действующей системы планирования промышленного производства и низкая эффективность связей между торговлей и товаропроизводителями приводят в последнее время к сужению ассортимента производимых продовольственных товаров. Так, в 1979 г. в общем объеме произведенных в БССР безалкогольных напитков на долю напитка "Яблоко" пришлось 80%, в то же время при наличии необходимого сырья явно недостаточно выпущено напитков "Саяны", "Дюшес", "Буратино", напитков с применением на-

туральных соков, и спрос населения на них не удовлетворялся. В республике не выпускаются улучшенные сорта ржаного хлеба — "Рижский", заварного — "Бородинский", недостаточен объем производства и узок ассортимент промышленных полуфабрикатов из мяса, рыбы, овощей, картофеля.

Несмотря на расширение производства кондитерских изделий, их ассортимент не полностью соответствует спросу покупателей. Слабо удовлетворяется спрос населения на мармелад, зефир, халву, на кондитерские изделия на молочной основе — конфеты "Коровка", ирис "Золотой ключик" и др.

Сужение ассортимента производимых продовольственных товаров не может не отразиться и на торговом ассортименте изделий в магазинах. В Минске, например, даже в крупных продовольственных магазинах универсального профиля ассортимент продуктов составляет не более 250 — 300 наименований, хотя он мог быть в 2 — 3 раза шире, если бы промышленность в полном объеме выполняла заказы торговли. Несмотря на нарушение согласованных поставок товаров по ассортименту, торговые организации далеко не в полной мере используют предоставленные им права воздействия на поставщиков. Это объясняется просто: продовольственным торгам легче работать с суженным ассортиментом товаров, чем с широким.

Как известно, Положением о поставках товаров народного потребления, договорами предусмотрено применение серьезных штрафных санкций со стороны торговли к товаропроизводителям, не выполняющим своих обязательств по поставкам товаров. Но организации оптовой и розничной торговли весьма слабо используют эти меры материального воздействия на поставщиков. В чем же дело? Во-первых, в том, что большая часть полученных штрафов перечисляется в госбюджет и по этой причине торги не имеют соответствующей материальной заинтересованности в максимальном получении штрафов за нарушения условий поставок товаров. С другой стороны, организациям оптовой и розничной торговли экономически выгодно повышение средней цены на изделия, позволяющее торговле успешно выполнять один из главных показателей плана — товарооборот. Кроме того, это обстоятельство способствует выполнению и другого важнейшего планового показателя — прибыли. Дело в том, что при неизменной издержкостности, при реализации товаров более высокой цены торги получают больше накоплений.

Так, повышение средней розничной цены на пару кожаной обуви в БССР в 1979 г. по сравнению с 1978 г. на 10,1% и 1 кг кондитерских изделий на 15,2% за счет изменения структуры ассортимента товаров промышленностью не вызвало каких-либо возражений со стороны торговли республики. Да и как возражать, если при 9% розничной торговой скидки торгам было выгодно продавать кондитерские изделия средней цены за 1 кг в 1979 г. 2 р. 20 к., а не по 1 р. 91к., как это было в 1978 г.

Таким образом, трансформация в производстве товаров народного потребления, "вымывание" дешевого, но нужного населению ассортимента товаров экономически выгодно как товаропроизводителям, так и оптовой, и розничной торговле. Следовательно, в существующих условиях экономические интересы промышленности и торговли "сблокированы" и не полностью соответствуют возросшему покупательскому спросу населения.

В целях ликвидации недостатков в действующей системе планирования промышленного производства ЦК КПСС и Совет Министров СССР июльским (1979 г.) Постановлением разработали меры, направленные на более полное удовлетворение потребностей советского народа в различных товарах. Суть этих мер заключается в том, что при планировании производства товаров в основе закладываются не затраты овеществленного (сырье, полуфабрикаты, комплектующие изделия) и живого труда в своей совокупности, а только затраты живого труда, т.е. вводится показатель "чистой нормативной продукции". Тем самым у товаропроизводителей отпадет экономическая заинтересованность во всемерном использовании дорогих видов сырья с упрощенной технологией изготовления из него товаров. Заводы, фабрики, производственные объединения будут поставлены в равновыгодные условия в случае использования дорогих или дешевых видов сырья. Основные усилия направляются на расширение производства нужных советскому рынку товаров, совершенствование ассортимента и качества изделий.

В государственном плане экономического и социального развития СССР в 1980 г. предусмотрен перевод более 800 производственных объединений на работу по показателю "чистая продукция", включая все предприятия Минтяжмаша, Минэнергомаша, а также ввод лимитов численности рабочих и служащих, нормативов зарплаты в расчете на рубль продукции по 9 промышленным министерствам и т.д. [2]. Надо полагать, что в последующие годы новая система планирования промышленного производства распространится и на предприятия ми-

нистерств легкой, пищевой, местной, мясомолочной промышленности, промышленности промстройматериалов и др. Это позволит успешнее решать насущные вопросы производства потребительских товаров и лучше удовлетворить запросы советских людей.

Вместе с тем было бы целесообразным усилить роль централизованного планирования структуры промышленного производства, установить в государственных планах для промышленных предприятий развернутый ассортимент выпускаемых изделий. План по реализации продукции должен состоять не только из заданий по сумме, но и из развернутого ассортимента изделий в натуральном выражении. Этому способствует специализация промышленных предприятий, получившая большое развитие в производстве товаров народного потребления. Усиление роли централизованного планирования в выпуске ассортимента товаров даст возможность выделить рыночные фонды для торговли изделий не только в денежном выражении, но и в натуральных показателях, что в настоящее время по многим товарам не практикуется.

Кроме того, необходимо разработать меры, которые позволили бы и торговле с равным успехом продавать населению все нужные товары, не подразделяя их ассортимент на "выгодный" и "невыгодный". В настоящее время наличие такого деления товаров обуславливается главным показателем плана торговых организаций — товарооборотом. Один из возможных путей решения проблемы — установление планов не только по товарообороту, но и в разрезе ассортимента товаров в натуральном выражении. Этому способствуют специализация и укрупнение розничной сети, внедрение ЭВМ и АСУ. Наиболее благоприятные условия для этого созданы в розничной торговле непродовольственными товарами (по торговле одеждой, обувью, галантереей, хозяйственными товарами и др.). Кроме того, целесообразно пересмотреть и расширить обязательный ассортимент товаров в магазинах, обеспечить контроль за его соблюдением, материально стимулировать рост продажи дешевых видов товаров.

Все это вместе взятое будет способствовать укреплению хозяйственных связей промышленности с торговлей в интересах более полного удовлетворения растущих потребностей советских людей в различных товарах.

Л и т е р а т у р а

1. Экономическая газета, 1979, №49. 2. Правда, 1979, 29 ноября.