

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ЗАКАЗОВ
НА СТЕКЛЯННУЮ И ФАРФОРО-ФАЯНСОВУЮ ПОСУДУ

В условиях ускоренного роста производства и насыщения рынка всеми видами посуды из стекла и фарфоро-фаянса главным требованием для промышленных предприятий являются заказы оптовой торговли.

Заказ торговли – понятие емкое, включающее умение определять конъюнктуру рынка, способность так построить взаимодействие торговли и производства, при котором промышленность станет выпускать нужные потребителю изделия в требуемых количествах и только высокого качества. Отладить этот механизм взаимодействия промышленности и торговли, сделать его гибким и эффективным – значит, решить важные задачи, которые будут способствовать и успешному выполнению плана товарооборота, и повсеместному удовлетворению покупательского спроса.

Все это налагает особую ответственность на оптовую торговлю за своевременное и экономически обоснованное составление заявок и заказов промышленности. Практика работы убеждает, что оптовые базы еще недостаточно анализируют движение товаров в оптовой и розничной сети, не изучают происходящие изменения в ассортименте, не ведут расчеты текущего и перспективного спроса на эту группу товаров, в результате чего заявки оптовых баз не отражают фактической потребности в сортовой посуде. Так, в 1973 г. оптовые базы Белхозторга и Белкоопсоюза составляли заявки на посуду не на основании собственных расчетов, а на основании заказов розничных торговых организаций. Поэтому одновременно с усилением ответственности промышленности за принятие к исполнению заявок и заказов назрела необходимость повысить ответственность оптовой торговли за их экономическое обоснование, на что и указывается в материалах XXIV съезда КПСС.¹

Экономически обоснованные заявки и заказы торговли должны строиться на тщательном изучении спроса и конъюнктуры торговли.

Рост материального достатка трудящихся расширяет покупательский спрос и изменяет его структуру: потребители предъявляют повышенные требования к ассортименту изделий, их ка-

¹ Материалы XXIV съезда КПСС. М., 1971, с. 179.

честву, разделке, оформлению. И от того, насколько глубоко и всесторонне все это будет учтено, насколько точно будут определены потребности торговли и планы производства, зависит решение задачи более полного удовлетворения запросов советских людей.

Изучение спроса населения — одна из серьезных проблем, которая стоит сегодня перед промышленностью и торговлей. Рост запасов отдельных видов посуды свидетельствует о том, что главной задачей производства изделий из стекла и керамики является улучшение качества и ассортимента, выпуск товаров, соответствующих спросу.

В ближайшие годы будут реконструированы и построены вновь десятки заводов по выпуску изделий из стекла и фарфоро-фаянса, и им нужен будет конкретный ориентир не только по количеству, но и по качеству, чтобы не создавать перепроизводства отдельных видов изделий. Эти обстоятельства требуют от торговли и промышленности достижения правильных структурных, внутригрупповых пропорций между поступающими на рынок ресурсами посуды и спросом населения.

По новому порядку представления заявок оптовое звено обязано нести главную ответственность за своевременность и экономическую обоснованность их составления. Определение потребности в посуде на будущий год означает по существу не что иное, как краткосрочное прогнозирование спроса и представляет собой научно-аналитическую предпосылку плана. Такое прогнозирование предполагает изучение объективных тенденций экономического развития и определение возможных вариантов продажи тех или иных групп товаров в течение планируемого периода.

Необходимость краткосрочного прогнозирования спроса на уровне торговых предприятий и организаций обусловлено также и новым порядком планирования производства товаров народного потребления, принятым в соответствии с постановлением ЦК КПСС и Совета Министров от 15 сентября 1971 г. "О мерах по обеспечению дальнейшего развития производства товаров массового спроса".² Таким образом, важнейшей составной частью управления процессами обращения посуды смыслом работы служб спроса должно быть прогнозирование спроса, и только на этой основе составляются обоснованные заявки и заказы.

² КПСС в резолюциях и решениях съездов, конференций и пленумов ЦК. Т. 10. М., 1972, с. 506.

Учитывая, что ведущая роль в формировании торгового ассортимента принадлежит оптовым базам, они должны изучать спрос оптовых покупателей – розничных торговых организаций и предприятий и непосредственно населения. При этом следует иметь в виду, что если о спросе первых базы имеют более или менее достаточные сведения, то данные о спросе населения у них весьма ограничены. Между тем, экономически обоснованные заказы на посуду могут быть получены лишь в том случае, когда служба спроса оптовой базы будет располагать информацией не только об общей потребности, но и о степени удовлетворения спроса населения в детализированном ассортименте. При этом нельзя пользоваться общими данными торговой статистики о реализации и запасах посуды в сети государственной и кооперативной торговли, так как там не ведется учет розничной продажи и запасов посуды в подробном ассортименте. Повсеместное внедрение такого учета в настоящее время затруднено по целому ряду причин, поэтому на протяжении ряда лет практикуется выборочный учет поступления, продажи и запасов посуды по определенной форме в ассортиментном разрезе, насчитывающем 11 наименований стеклянной сортовой и 10 наименований фарфоро-фаянсовой посуды. Анализ этих данных позволяет выявить соотношение между спросом и предложением по конкретным видам, разновидностям и наименованиям изделий, определить количественные характеристики указанных соотношений и на их основе планировать производство, а также регулировать снабжение торговли посудой в соответствии со спросом населения.

Однако эти сведения еще не обеспечивают глубокое изучение спроса оптовыми базами, потому что выборочный учет по сортовой посуде ведется небольшим количеством магазинов, и многие базы лишены информации о структуре спроса населения. К тому же такой выборочный учет практически никем не контролируется, его данные не могут гарантировать объективной оценки информации; ведется он только в системе госторговли и не может быть использован для обеспечения изделиями всех торговых систем.

Нам представляется, что выборочный учет продажи и запасов посуды в сети опорных магазинов необходимо проводить повсеместно. При этом для выявления тенденций развития спроса, оценки его интенсивности и реального объема требуется проводить наблюдения не только за реализованным, но и за неудовлетворенным и формирующимся спросом, применяя про-

граммные методы изучения, что предусмотрено рядом методических указаний для оптовых и розничных торговых организаций, разрабатываемых ВНИИКСом.³

Большую помощь при этом может оказать отраслевая автоматизированная система управления, создаваемая в торговле. Технические средства сбора, регистрации и обработки информации позволят делать необходимые выводы о поступлении, реализации и запасах товаров в нужной ассортиментной номенклатуре.

Серьезным недостатком в совершенствовании системы заявок и заказов на посуду из стекла и фарфоро-фаянса является отсутствие необходимых требований по конкретной детализации заказываемых изделий. На наш взгляд, неправомерно, что заявки на сортовую посуду, где свыше сотни различных видов и разновидностей, в соответствии с утвержденной формой 2 Инструкции о порядке представления заявок представляются только по двум позициям: "стеклянная посуда", "фарфоро-фаянсовая посуда". Уже давно назрела необходимость более подробной детализации ассортимента этой сложной и многовидовой группы товаров с выделением основных видов пониженного (стаканы прессованные и выдувные, чашки с блюдами, кружки) и повышенного (хрусталь, тонкостенный фарфор, сервизы) спроса. При этом потребность в изделиях должна представляться в заявках не только на предстоящий год, но и на более длительную перспективу (до 5-10 лет), что позволит, с одной стороны, организовать более глубокое изучение и проведение расчета ожидаемого спроса, а с другой - более обоснованно планировать производство посуды на ряд лет. Кроме того, такая заявка должна быть для промышленности гарантией сбыта выпускаемых изделий.

В вопросах представления экономически обоснованных заявок и заказов особое значение имеет проблема учета неудовлетворенного спроса населения, недооценка которого может привести к существенным погрешностям в оценке действительных размеров спроса. Официальная же статистическая отчетность не предусматривает сбора таких данных ни в масштабе всей торговли, ни в рамках отдельных торговых систем. Учет неудовлетворенного спроса должен быть организован как по

³ Методические указания по изучению спроса населения в организациях и предприятиях розничной торговли. М., 1973.

линии статистики товарооборота государственной и кооперативной торговли, так и по линии выборочного обследования бюджетов семей трудящихся. В ряде предприятий розничной торговли неудовлетворенный спрос изучается путем регистрации заявок покупателей на отсутствующие в продаже виды посуды, которые затем анализируются и учитываются при составлении текущих заказов промышленным предприятиям и оптовым базам. Для успешного решения этой проблемы потребуются прежде всего наладить повсеместный и постоянный учет спроса в специализированных посудо-хозяйственных магазинах государственной и кооперативной торговли. Собранные данные направляются в торги и райпотребсоюзы, там они суммируются, корректируются и направляются вверх "по вертикали" в городское (областное) управление торговли. В конечном итоге данные о неудовлетворенном спросе должны собираться в Министерстве торговли СССР и Центрсоюзе и передаваться в Госплан и ЦСУ. По мере движения информации от низшего звена к высшему должно происходить постоянное ее агрегирование, чтобы в центральные органы управления государственной и кооперативной торговлей эта информация поступала в той товарной номенклатуре, которая выделяется действующей статистической отчетностью о структуре розничного товарооборота. В решении этой проблемы большая роль принадлежит АСУТ.

Для изучения неудовлетворенного спроса на посуду по линии бюджетной статистики достаточно в бланки обследования бюджетов семей внести специальную графу, где фиксировались бы факты неудовлетворенного спроса с указанием конкретного вида товара и основных его характеристик.

Кроме основных источников информации, для обоснованного прогнозирования спроса населения на посуду существует еще ряд дополнительных (денежные доходы населения, розничные цены на товары, степень обеспеченности населения посудой и т.д.), которые содержат информацию о воздействующих на спрос факторах, могут быть использованы службами спроса в оптовом звене и тем самым повысить обоснованность заявок промышленности.