

торга – поставщиками в первую очередь определяет возможность прикрепления оптовых баз системы ОПС, а также других торговых предприятий и кооперативных организаций непосредственно к предприятиям промышленности.

III этапом разработки схемы товародвижения является прикрепление предприятий розничной торговли к межрайбазе, базам РПС (райпо) системы ОПС. На этом этапе торговый аппарат МБР, баз РПС (райпо) по каждой товарной группе, а при необходимости по подгруппе или виду товаров определяют конкретных получателей товаров и объемы завоза по ним по своим зонам деятельности. Здесь указывается количество магазинов конкретного РПС (райпо) по товарам, в которые завоз производится непосредственно с базы.

Схемы завоза товаров необходимо ежегодно корректировать с учетом развития и размещения предприятий промышленности, оптовых баз, розничной сети и транспорта.

В них вносятся изменения, обеспечивающие прохождение товаров, как правило, не более чем через одно складское звено, значительное расширение централизованной доставки товаров, ускорение их оборачиваемости.

Таким образом, внедрение рациональной схемы товародвижения в системе Гродненского облпотребсоюза позволило упорядочить связи торгующих организаций с промышленными предприятиями–поставщиками и внедрить оптимальную систему снабжения непродовольственными товарами розничных торговых предприятий потребкооперации области.

Е.С.Моисеенко

РОЛЬ ЗАЯВОК И ЗАКАЗОВ В РАСШИРЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА И ПОСТАВКИ ТОВАРОВ

Важнейшей задачей оптовой торговли является усиление ее воздействия на промышленность в направлении производства нужных населению товаров, улучшения их ассортимента и качества, повышения ответственности за выполнение планов розничного товарооборота. В решении этой задачи велика роль заказов и заявок, которые призваны определять объем производства и ассортимент товаров, создавать условия для насыщения рынка добротными и нужными изделиями. Из всех рычагов взаимоотношений торговли с промышленностью важнейшим являются заказы торговли.

В настоящее время Министерство торговли СССР совместно с Центросоюзом через систему предварительных заявок ориентируют министерства-поставщиков на определение годовых объемов производства товаров с учетом сырьевых ресурсов и производственных мощностей.

По товарам хозяйственного обихода вся работа по представлению заявок на производство заканчивается до марта года, предшествующего планируемому.

Если по другим товарам после установления объемов производства по предприятиям и прикрепления покупателей к поставщикам разрабатываются и представляются заказы поставщикам на товары, подлежащие поставке в предстоящем году, то по хозяйственным товарам установился иной порядок, который принизил роль заказов. Это видно на примере областных баз хозторга.

В декабре-январе предшествующего года разрабатывается заказ-заявка на производство товаров, который представляется МТ БССР на следующий год.

В заказе предусмотрены позиции по стеклянной посуде (сортовая посуда, стеклобанки с крышками и без них, бутылки), фарфоро-фаянсовым и другим керамическим изделиям (фарфоро-фаянсовые, гончарные, керамические, жароустойчивые, майоликовые).

По сортовой стеклянной и фарфоро-фаянсовой посуде в заказах-заявках не предусматривается потребность в ассортименте по разновидности посуды, назначению, цене и другим признакам.

На этом определение потребностей по сортовой и керамической посуде заканчивается до предстоящей межреспубликанской ярмарки, которая ежегодно проводится в Москве в мае-июне.

И только незадолго до ярмарки, а чаще на самой ярмарке, базам сообщаются выделенные фонды и прикрепление к поставщикам.

Поставку фарфоро-фаянсовой посуды осуществляют 22 завода, из которых только 2 (Минский и Добрушский) расположены в республике. Из общего объема поставки на долю Минского фарфорового завода приходится 20,9, Добрушского - 20,3%. Остальные поставляют посуду в объеме до 100 тыс.руб. 1 - 2 раза в год.

По сортовой стеклянной посуде в 1979 г. Минской базе хозторга фонд выделен в сумме 4670 тыс.руб. Фактическая реализация в 1978 г. составила 4400, а потребность в заказе-заявке - 6200 тыс.руб.

Поставку сортовой стеклопосуды Минской базе хозторга в 1979 г. осуществляют 12 заводов-изготовителей, из которых 4

расположены в БССР (им. Дзержинского, "Неман", "Октябрь"), остальные в РСФСР, на Украине и в Прибалтике. На долю предприятий БССР приходится более 60% общего объема поставки сортовой стеклянной посуды.

Формирование ассортимента сортовой стеклянной посуды, фарфоро-фаянсовой и других изделий производится непосредственно на межреспубликанской ярмарке, где заключаются договоры при согласовании к ним спецификаций.

Отличительные особенности спецификаций по этим товарам состоят в том, что они согласуются на год не на общую сумму поставки каждым предприятием-изготовителем, а на партию товаров, отгружаемых вагонами (40-50 тыс.руб.) и контейнерами (3-4 тыс.руб.).

Эти спецификации предлагаются поставщиками после утверждения производственных программ. В редких случаях покупатель может внести в них существенные изменения с учетом спроса.

Анализ динамики спецификаций показывает, что из года в год снижается в поставках количество ставших дефицитными ряд изделий (глубокие тарелки, блюда, чайники, масленки, селедочницы, салатники, выдувные стаканы, фужеры, бакалы, кувшины).

Это наглядно видно на примере спецификаций повагонных отправок Коростенского завода и Камено-Бродского завода Житомирской области.

Ассортимент, не в полной степени удовлетворяющий заявки на сортовую стеклянную и фарфоро-фаянсовую посуду, из года в год "навязывается" оптовым базам, а производство отдельных изделий не соответствует спросу покупателей. Так, стеклозавод "Октябрь" в 1978 г. поставил до 45% стаканов из закаленного стекла, завод им. Дзержинского также поставляет до 30-40% чайных стаканов при заявке на них до 20% к фонду стеклопосуды.

В поставках Минского фарфорового завода вместо глубоких тарелок, чайников, блюд, обеденных сервизов свыше 60% составляет чайная посуда.

Среди чайной посуды преобладают кружки - 22,6% (при потребности 10%), чашки с блюдцами 25,8% (при потребности 15%). Недостаточно поставляется чайников заварных - 1,7% (потребность 5%), масленок 0,35% (потребность 5%), сухарниц 0,56% (потребность 5%).

Поставка столовой посуды складывается не в соответствии со спросом населения. В общем объеме поставок столовые сервизы занимают не более 6% (потребность 15%), тарелки мелкие до 43% (потребность 30%), салатники 3,2% (потребность до 10%).

Согласованные спецификации на 1980 г. не предусматривают увеличения объема поставки дефицитных товаров.

В вагонной поставке на сумму 45 тыс. руб. определен ассортимент: тарелок – 4%, из них глубоких – 2, чашек с блюдцем – 24,2, сервизов чайных – 33,4, кружек – 2%.

Такая же картина наблюдается и по сортовой стеклянной посуде. Например, Дятковским хрустальным заводом в спецификации на вагонную отправку в сумме 80 тыс. руб. предусмотрено 37,5% стаканов, ваз для цветов – 18,7, бокалов и фужеров – 4,6%.

Как видно из приведенных данных, заводы-изготовители диктуют свои условия оптовым базам, производство посуды не соответствует спросу населения. Это объясняется рядом причин. Прежде всего рентабельность производства различной посуды резко колеблется, что порождает "выгодные" и "невыгодные" изделия.

Невыполнение требований торговли не отражается на результатах деятельности предприятий, формировании фондов материального стимулирования.

Оптовые базы не предъявляют жестких требований за отклонение ассортимента от согласованных спецификаций, редко их предъявляют, ибо учет ведется на базе по общей сумме поставок, а не по количеству, как это определено спецификацией (за исключением учета поставок Минским фарфоровым заводом и заводом им. Дзержинского).

В производственных планах отдается предпочтение стоимостным показателям, а не натуральным.

Это обстоятельство создает условия для роста средней цены изделий не за счет повышения качества изделий, а за счет изменения структуры производства.

Кроме того, вся посуда (фарфоро-фаянсовая, стеклянная) указана одной строкой, хотя товароведная классификация предусматривает восемь групп. Для более полной характеристики структуры потребления этих товаров важно ввести в отчетность группы по материалу изготовления: фарфоровая, фаянсовая, гончарная, майоликовая, хрустальная посуда, хозяйственная посуда, посуда из обыкновенного стекла.

Более подробную информацию о назначении, комплектности, размерах необходимо получать от служб изучения спроса розничной и оптовой торговли, и особенно опорных пунктов на основе выборочного учета и анкетного опроса покупателей.

В заказы-заявки целесообразно ввести детальный ассортимент по назначению (тарелки глубокие и мелкие, чашки, кружки, ста-

каны, рюмки, фужеры, бокалы, графины, сервизы и т.д.). Это заставит торговые базы наладить учет по ассортименту на основе первичной отчетности и движения товаров с применением ЭВМ и, кроме того, даст подробную информацию для составления заявок и спецификации к договорам поставки.

В процессе согласования ассортимента с заводами-изготовителями велика роль оптовых ярмарок. Однако предприятия по производству сложного ассортимента разнообразной посуды не дают четкой характеристики своих изделий, не выполняют требований покупателей об изменении ассортимента. Им не определяются задания по освоению выпуска новых товаров, удельному весу сортности, превышены права поставщиков без согласия покупателей допускать отклонения от 5 до 15%. В особенности этим требованиям не отвечают спецификации по сортовой стеклянной посуде заводов-изготовителей других союзных республик. Здесь отсутствуют такие важные признаки, как форма, фасон, группа разделки.

Важным условием рационального формирования ассортимента для снабжения розничной сети является использование рациональных норм потребления посуды, разработанных ВНИИКСом при составлении заявок и заказов промышленности.

Анализ структуры производства и поставок стеклопосуды заводами показывает, что они далеко не соответствуют рекомендуемым нормам. Поскольку заказы по этим товарам не стали основой производственных программ и не имеют юридической силы, заводы производят прибыльные изделия. Все это в конечном итоге ведет к образованию сверхнормативных запасов одних товаров и дефициту других. Так, в октябре 1979 г. Минская база хозторга вынуждена была продать в другие республики из-за затруднений в реализации чайных и винных стаканов около 1 млн. шт., в то время как в продаже периодически отсутствуют фужеры, бокалы.

В целях улучшения работы с поставщиками по формированию ассортимента фарфоро-фаянсовой и стеклянной посуды необходимо решение следующих вопросов.

1. Заказы и заявки должны иметь четкое экономическое обоснование с учетом знания спроса населения и рекомендуемых рациональных норм потребления, производственных и сырьевых возможностей предприятий, прежде всего своей республики.

2. Заявки-заказы должны разрабатываться по более широкой номенклатуре изделий.

3. Необходимо упорядочить распределение фондов и прикрепление баз к поставщикам до начала оптовых ярмарок, чтобы создать условия для подготовки к заключению договоров поставки.

4. Базы должны накапливать необходимую информацию о структуре спроса населения, а также каталоги, списания предлагаемых к выпуску изделий предприятиями до начала заключения договоров и согласования спецификаций.

5. Важно совершенствовать учет поступления посуды в ассортименте согласно спецификациям, чтобы обеспечить возможность своевременного предъявления базами претензий за нарушение согласованного ассортимента.

М.К.Хвалей

ВОПРОСЫ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА ПОСУДЫ ИЗ СТЕКЛА, КЕРАМИКИ И МЕТАЛЛА

В настоящее время ассортимент товаров народного потребления в СССР насчитывает около 1 млн. разновидностей. В течение 1976–1980 гг. он удвоился. Поэтому разработка и применение наиболее рациональных методов формирования ассортимента, удовлетворяющих максимальные потребности населения и создающих оптимальные условия для экономической деятельности торговых предприятий, становится одной из важнейших задач дальнейшего развития торговли.

Ассортимент товаров – не простая их совокупность. Это перечень номенклатур товаров, их разновидностей, объединяющихся или сочетающихся по какому-либо признаку. Ассортимент любой группы товаров должен представлять набор изделий, наилучшим образом удовлетворяющий потребности общества. Это требование наиболее актуально для группы товаров культурно-бытового назначения и хозяйственного обихода. Прежде всего это относится к изделиям из стекла и керамики, металлической посуде.

В прогнозировании и планировании производства, продажи и потребления посуды одной из центральных проблем становится формирование ассортимента и улучшение качества выпускаемой продукции.

Состав и ассортимент посуды, выпускаемой промышленностью, должны находиться в строгом соответствии со складывающейся структурой потребления и совокупностью тех материальных и культурных благ, которыми располагает общество.