

в планируемом периоде. Большое внимание здесь должно быть уделено изменению численности населения, пользующегося услугами предприятий каждой торговой организации. Например, при прогнозировании товарооборота на 1985 г. по Октябрьскому райпищеторгу г. Минска описанными выше методами были получены следующие темпы его роста: по скользящей средней — 102,8 %, многофакторной модели — 105,2 %, с использованием коэффициента эластичности — 104 %. По произведенным расчетам оптимальным средним темпом роста на 1985 г. можно считать 103 %. Но следует учесть, что в 1984 г. ожидаемый темп роста товарооборота по сравнению с 1983 г. составил лишь 101,8 %. Одна из причин этого — выведение из Октябрьского района значительной части междугородных автобусных маршрутов, строительство аэропорта-2 за пределами г. Минска и снос частных домов на ряде улиц. Отрицательное влияние этих факторов сохранится и в 1985 г. Поэтому план товарооборота этому торгу целесообразно определить с более низким темпом роста.

Использование различных экономико-статистических и экономико-математических методов в процессе планирования розничного товарооборота торговых организаций, определение на этой основе оптимального варианта плана значительно повышают уровень его экономической обоснованности.

*А. Н. Шклярник*, канд. экон. наук  
(Ин-т экономики АН БССР)

### **АКТИВИЗАЦИЯ РОЛИ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЭКСПЕРИМЕНТА**

От эффективной организации и функционирования производства продукции, степени удовлетворения разнообразных потребностей населения в товарах зависят оценка работы промышленности и торговли, их взаимное влияние в интересах достижения этих целей.

В. И. Ленин указывал, что «нам нужны не старые бюрократические средства, а нужен учет торговых условий, нам нужно точное их знание, умение быстро всякие изменения учитывать» [1].

Успешное решение проблемы собрать и особенно создать новые товары — не простая задача. В этом направлении проводится работа, но ее эффективность еще недостаточно высока. Принимаемые меры по сбалансированию спроса и предложения путем увеличения производства новых товаров, повышения эффективности реализации всей товарной массы требуют совершенствования организационно-экономического механизма деятельности промышленности, которая производит товары народного потребления и торговли. Взаимная увязка функционирования этого механизма посредством более эффективного использования прежде всего экономических рычагов позволит более эффективно решать проблему производства и реализации товаров народного потребления.

Важную роль в решении данной проблемы призван сыграть экономический эксперимент, проводимый в легкой промышленности БССР. Основная задача эксперимента состоит в выработке механизма хозяйствования, который бы обеспечил условия для создания большего объема продукции лучшего качества с меньшими затратами труда. Эксперимент должен направлять работу предприятий в зависимости от запросов покупателей. Этого можно достигнуть, если заказы и заявки, которые торговля представляет промышленности, будут достаточно обоснованными, а договоры поставки в ассортименте станут одним из важнейших оценочных показателей хозяйственной деятельности предприятий. Следовательно, только благодаря более тесной взаимосвязи работы промышленности и торговли можно успешно решить эту проблему.

Опыт проведения эксперимента показывает, что если в 1982 г. план по договорам промышленные предприятия республики выполнили на 98,7 %, то в 1983 г. выполнение составило 99,2, а в 1984 г. — 99,6 %. Значительно улучшилось выполнение плана поставок в легкой промышленности республики. За 1984 г. все предприятия выполнили план реализации продукции с учетом договорных обязательств. Однако имеют место факты, когда договоры поставки не всегда выполняются. Это относится не к общему объему их выполнения, а непосредственно к ассортименту товаров. Подобные нарушения договорных отношений объясняются как несовершенством их организации, так и недостатками действующей системы ценообразования в промышленности и торговле.

Условиями эксперимента предусматривается, что для ускорения процесса утверждения цен предприятиям и министерству предоставлено право установления оптовых и розничных цен на первые опытные партии товаров. Так, предприятия легкой промышленности могут устанавливать цены на продукцию с объемом производства до 100 тыс. руб., а министерство — с объемом производства продукции до 500 тыс. руб. Предоставленные предприятиям и министерству права самостоятельного утверждения цен должны вызвать заинтересованность в поиске новых видов изделий, пользующихся повышенным спросом у населения, способствовать лучшему решению проблемы ликвидации отставания предложения от спроса.

В результате принятия таких мер сократилось время утверждения цен на товары, ускорилось их внедрение в производство.

Доля первых опытных партий товаров в общем объеме производства остается еще низкой, а экономическое стимулирование их производства и реализации еще недостаточно эффективно. Прежде всего это связано с тем, что механизм формирования оптовых и розничных цен на продукцию, производимую в условиях эксперимента, недостаточно увязан с действующей методикой ценообразования.

Наряду с постоянными оптовыми и розничными ценами, устанавливаемыми на продукцию легкой промышленности, для ее стимулирования используются временно повышенные оптовые и роз-

нические цены, скидки с цен, договорные цены и др. Наибольшее распространение в легкой промышленности получил метод установления цен с индексом «Н» (новинка). Так, например, на Минском производственном швейном объединении «Комсомолка» доля изделий с индексом «Н» достигла в 1984 г. 43,9 % в объеме товарной продукции. Значительное количество таких изделий имеет место в обувной промышленности. Это объясняется тем, что промышленные предприятия получают 45 % надбавки, из которых 15 % направляется в фонд поощрения. Следует отметить, что отчисления в указанных размерах производятся независимо от выполнения предприятием плана по другим мероприятиям, а также от суммы других премий. Роль надбавок возрастает в связи с тем, что размер получаемой прибыли не планируется, а прибавляется к общим итогам хозяйственной деятельности предприятий.

Достаточно хорошо стимулируется и выпуск опытных партий продукции в соответствии с договорными ценами. По существующему положению 50 % дополнительных денежных накоплений остается у предприятий. Из них 30 % отводится для работников, которые участвуют в создании и организации производства товаров на премирование, а 20 % направляется на социально-культурные нужды. Важным является то, что торговые скидки по соглашению между промышленностью и торговлей могут быть дифференцированы в пределах до 50 %. Такая дифференциация допускается, если товар имеет более высокие потребительские свойства и качество, соответствует спросу населения. Рассмотренный подход к решению проблемы повышения стимулирующей роли торговых скидок позволит лучше экономически заинтересовать работников торговли, занятых реализацией этой продукции. В таком случае отчетливо проявляются недостаточно эффективные по сравнению с действующим порядком стимулы производства и реализации первых опытных партий товаров. Подобное положение приводит к тому, что на рынок таких товаров поступает относительно небольшое количество, хотя эксперимент предусматривает увеличение их выпуска в результате более оперативного утверждения цен. Сокращение периода обращения товаров способствует повышению эффективности производства и более полному удовлетворению спроса населения.

Немаловажным фактором четкого взаимоотношения между промышленностью и торговлей является проблема определения спроса населения на товары. Ее решение зависит от двух факторов: совершенствования методологии и методики изучения спроса и выявления наиболее рационального звена. Как известно, в настоящее время спрос (в том числе и на первые опытные партии товаров) изучают в промышленности, в оптовой и розничной торговле.

Однако, на наш взгляд, решающее значение имеет изучение спроса, особенно его прогнозирование, в торговле. Торговля оперирует на ярмарках, изучает спрос в магазине, анкетирование население. Следовательно, она фактически определяет ассортимент и объемы

производимой продукции. Поэтому необходимо укреплять механизм изучения спроса в оптовой и розничной торговле для того, чтобы повысить объективность прогнозируемых данных. Это тем более важно в условиях проведения эксперимента, когда вопросы производства продукции и установления цен на нее решаются на художественно-технических советах предприятий и министерства, где сравнительно слабо представлена торговля. В связи с этим необходимо в состав советов ввести больше торговых работников, владеющих методами изучения спроса, а также представителей научно-исследовательских организаций, занимающихся изучением спроса и его прогнозированием.

Одним из условий эффективного выполнения договорных обязательств между промышленностью и торговлей является решение проблемы создания более рациональной системы стимулирования коллективов, производящих и реализующих продукцию. В условиях эксперимента за 100 %-ное выполнение договоров промышленные предприятия получают 15 % надбавки в фонд поощрения. Плановый фонд материального поощрения растет и при соответствующем увеличении прибыли. Предусмотрено также за 1 % сверхпланового роста производительности труда на 2 % увеличивать норматив отчисления денежных средств в фонд социально-культурных мероприятий.

Вместе с тем успешная реализация экономических связей в цепи производство — торговля — потребитель в значительной мере зависит от деятельности торговли. Договор о поставке продукции не должен нарушаться ни одной из сторон. Однако такие нарушения характерны как для промышленности, так и для торговли. Не отработан механизм стимулирования выполнения договоров в торговле. Следовало бы при необоснованном нарушении договорных отношений со стороны торговли производить вычет определенной суммы из фонда материального поощрения в доход государственного бюджета.

Для стимулирования реализации в торговле первых опытных партий товаров необходимо установить на них повышенный уровень торговых скидок, как это имеет место относительно изделий, производимых по договорным ценам. Такая форма повысит заинтересованность торговли в совершенствовании рекламы товаров и организации их продажи. Исходя из необходимости ускорения процесса реализации первых опытных партий товаров, было бы целесообразно сконцентрировать их продажу в фирменных магазинах промышленности, а также специализированных секциях крупных непродовольственных магазинов. Торговля должна обеспечивать сокращение сроков продажи первых опытных партий товаров, а работники торговых предприятий должны быть заинтересованы в этом. Для этого целесообразно установить им повышенный коэффициент трудового участия и материально стимулировать за совершенствование организации торговли, обеспечивающей сокращение времени обращения новых товаров.

В настоящее время установлено, что если произведенные опыт-

ные партии товаров не полностью соответствуют ГОСТу или техническим условиям, они снижаются в сортности и на них устанавливается более низкая цена. Ее реализация должна осуществляться в магазинах уцененных товаров.

Важное значение имеет соблюдение сроков поставки и реализации первых опытных партий товаров промышленностью и торговлей, которые оговорены в соглашении, являющемся неотъемлемой частью этого договора. При нарушении сроков поставки и реализации необходимо, в зависимости от степени вины каждого, установить штрафные санкции, возмещение которых должно осуществляться из фонда материального поощрения.

Опыт показывает, что произведенную продукцию зачастую трудно реализовать по различным причинам, влияющим на соотношение спроса и предложения. Поэтому важно на эту продукцию своевременно снижать оптовые и розничные цены, что требует со стороны торговли определенных затрат общественного труда. Следовательно, необходимо установить ответственность торговли и систему материального поощрения ее работников за отбор изделий и оформление документации на снижение цен. Если по истечении установленного срока продукция не будет реализована, следует произвести ее уценку до размеров возможной реализации в основном за счет промышленности.

О возможности повышения роли торговли в проведении экономического эксперимента свидетельствует опыт социалистических стран. Так, в Венгерской Народной Республике торговым предприятиям предоставлено право самостоятельно выбирать и приобретать товары на любом заводе, фабрике. Это позволило более целенаправленно воздействовать на производителей продукции, ускорило ее обращение в результате увязки принципов материальной заинтересованности работников с результатами труда.

Такой опыт было бы целесообразно опробовать в республике. Эксперимент показывает, что чем активнее взаимосвязь промышленности и торговли, тем лучше решаются задачи по увеличению объемов производства товаров, расширению и обновлению их ассортимента, повышению качества, росту выпуска новых модных изделий, тем полнее удовлетворяется спрос населения.

#### Л и т е р а т у р а

1. Ленин В. И. Речь на III Всероссийском продовольственном совещании. Полн. собр. соч., т. 43, с. 357.

*Р. П. Валевич, Л. А. Кондратова, канд-ты экон. наук,  
С. В. Рождественский (БГИНХ)*

### **ОБ ОЦЕНКЕ НАПРЯЖЕННОСТИ ПЛАНОВ**

Принятие напряженных планов, как отмечается в партийных документах последних лет, является одним из направлений, спо-