

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. Валевиц, 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-

способствующих повышению эффективности общественного производства. Напряженными считаются планы, в которых учтены все резервы роста, возможность добиваться максимально высоких конечных результатов при экономном использовании материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Введение в жизнь понятия «напряженность планов» поставило еще одну задачу: с помощью каких показателей можно определить напряженность плана.

В торговле проблема принятия напряженных планов стоит не менее, а даже более остро, чем в других отраслях народного хозяйства. Здесь еще не изжиты полностью практика принятия заниженных планов, их частой корректировки, как правило, в сторону снижения. Требуя от торговли работы по напряженным планам, следует все же помнить, что решение этой проблемы здесь значительно сложнее.

Как известно, торговля работает в менее стабильных условиях, ритмичность выполнения плана товарооборота часто сдерживается несбалансированностью спроса и предложения. Названные трудности не должны устранять необходимость разработки напряженных планов, а скорее ориентировать на их более глубокое и тщательное обоснование с учетом всех особенностей деятельности торговых предприятий и организаций.

В настоящее время известны три точки зрения на вопрос определения напряженности планов розничного товарооборота. Согласно первой показателем оценки напряженности может служить обобщенный коэффициент, рассчитанный на основе частных индексов, которые характеризуют рост товарооборота, уровень товарного обеспечения, увеличение производительности труда, торговой площади и нагрузки на 1 м<sup>2</sup> ее [1]. В результате такого расчета более напряженным будет тот план, который имеет самый высокий обобщенный показатель. На наш взгляд, такой подход не совсем правильный, ибо в выгодном положении окажутся предприятия, которые скрывали свои резервы и планирование производили от более низкой базы.

Вторая точка зрения, предложенная учеными Кишиневского университета им. В. И. Ленина, ориентирует не столько на расчет коэффициентов, сколько на усиление роли фонда заработной платы и фонда материального поощрения в деле принятия напряженных планов [2]. Не отрицая материальное стимулирование как фактор, способствующий повышению напряженности планов, все же следует отметить, что он далеко не единственный. Хотя имеется положительный опыт разработки шкал подвижных расценок оплаты труда в потребкооперации, тем не менее в условиях частых корректировок планов такие расценки более необходимы не на этапе составления напряженного плана, а на этапе его выполнения.

Сторонники третьей точки зрения ученые УкрНИИТОПа предлагают рассчитывать коэффициенты напряженности на базе среднегрупповых показателей и на их основе производить корректировки планов [3]. Данная точка зрения нашла свое воплощение во Вре-

менных методических указаниях о порядке определения напряженности планов товарооборота для предприятий и организаций розничной торговли. Предложение украинских экономистов о разработке планов розничного товарооборота с учетом показателей обеспеченности его торговой площадью, трудовыми и товарными ресурсами находится в полном соответствии с требованиями о повышении эффективности отраслей народного хозяйства на основе интенсификации и улучшения качества работы. Однако более детальное изучение Временных методических указаний показало, что практическое воплощение идеи недостаточно обосновано.

С целью проверки возможностей их использования на примере шести торгов БССР мы рассчитали коэффициенты напряженности планов. Анализ полученных результатов выявил ряд недостатков в методике. К основным из них следует прежде всего отнести ориентацию на средние значения, которые в данной редакции скорее способствуют усреднению показателей по группе, а не принятию напряженных планов. Во-первых, если говорить об усреднении показателей, то эту функцию с достаточной степенью условности можно выполнить с помощью корреляционного анализа. Во-вторых, важно не столько усреднять показатели, сколько ориентировать предприятия на достижение более высоких результатов. Эталон оптимального развития торговых предприятий должен стать не средним, а нормативным показателем. Поскольку в торговле самая слабая нормативная база, можно в виде исключения на этапе разработки нормативов использовать и средний показатель. Но при этом необходимо более четко обосновать группы предприятий, увеличить их численность. Временные методические указания в существующей редакции не дают ответа на вопрос, какой план считать напряженным.

По нашим расчетам, коэффициент напряженности колеблется от 0,7 до 2,0. Если показатель напряженности ниже единицы, необходимо откорректировать проект плана розничного товарооборота данного магазина в сторону увеличения. При значении показателя больше единицы план необходимо либо уменьшить (что в отдельных случаях даже абсурдно), либо принять другие меры, имеющие также низкую научную обоснованность.

На наш взгляд, данная методика недостаточно увязана с материальным стимулированием и с показателями использования трудовых ресурсов. Более того, согласно расчетам в большинстве магазинов, имеющих более низкие коэффициенты напряженности, показатели использования трудовых ресурсов выше. Так, в магазине № 5 Ленинского РПТ г. Минска при коэффициенте напряженности плана товарооборота 0,83 производительность труда составила 64,7 тыс. руб. при средней по данной группе магазинов производительности труда 40,5 тыс. руб. Следовательно, коэффициент использования трудовых ресурсов равен 1,597. Если эти данные использовать для принятия решения об изменении плана, можно сделать неправильные выводы или выводы, имеющие различную направленность: предложить увеличить товарооборот и

сократить численность или принять данный уровень производительности за эталон и т. д.

Указанная методика слабо ориентирует торговые предприятия на повышение эффективности использования материально-технической базы и не в полной мере увязана с обеспеченностью товарными ресурсами, качеством торгового обслуживания. При ее использовании возникают затруднения в выделении торговых площадей по группам товаров. На практике такого учета нет. Без предварительной паспортизации торговых предприятий проводить подобные расчеты затруднительно.

Имеется некоторая несогласованность и по другим разделам методики, особенно при сравнении разделов определения напряженности планов с помощью ЭВМ и без нее. Во Временных методических указаниях четко не определено соотношение понятий «основной план» и «дополнительное задание». Может ли иметь место дополнительное задание при напряженном плане? По нашему мнению, если будет достигнута полная сбалансированность напряженных планов, дополнительное задание устанавливать не придется.

Таким образом, данная редакция Временных методических указаний, по которым предлагается определять напряженность планов, скорее направлена не на создание условий их принятия, а на искусственное выравнивание. Несмотря на ряд недостатков этой методики, в качестве положительного явления следует отметить попытку рассчитать показатель напряженности.

Методика расчетов коэффициента напряженности крайне необходима практике. Поэтому требуется продолжение работы по ее совершенствованию. Она должна быть построена таким образом, чтобы способствовать обеспечению дальнейшего роста товарооборота, эффективности отрасли, качества торгового обслуживания, выполнению заданий пятилетних планов, приближению планов к нормативным требованиям, выявлению резервов роста, учету уровня напряженности при определении фондов экономического стимулирования, размеров премий.

#### Л и т е р а т у р а

1. Протопопова В., Пехова А. С учетом достигнутого уровня. — Советская торговля, 1983, № 5, с. 13—14. 2. Петрович С. Стимулировать напряженность планов. — Советская торговля, 1983, № 11, с. 8—10. 3. Спицина Т., Румянцев Е., Бельй А. ...На базе среднegrupповых показателей. — Советская торговля, 1983, № 5, с. 10—13.

*С. Д. Жбанов*, канд. экон. наук (БГИНХ)

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПЛАНИРОВАНИЯ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА В УСЛОВИЯХ ИНТЕНСИФИКАЦИИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ**

Анализ практики планирования розничного товарооборота и товарных ресурсов в местных торгах свидетельствует о наличии