

РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ И ПОТРЕБЛЕНИЕ

В.М. ШИМЧИК

ЗАПАСЫ ТОВАРНОЙ ПРОДУКЦИИ: ПРИЧИНЫ ОБРАЗОВАНИЯ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

В настоящее время в экономической литературе встречаются понятия “невостребованная продукция”, “нереализованная продукция” и “продукция, находящаяся в запасах на складах предприятий”. Их объединяет одно — это продукция, выбывшая из оборота и принесящая предприятию прямые потери и убытки. Издержки на производство подобной продукции не возмещаются предприятию через реализацию и оно не получает предусмотренную в цене прибыль, что не позволяет возобновлять на требуемом уровне дальнейший процесс производства. Встречается еще одно понятие — “временно нереализованная продукция”. Появление ее может быть вызвано изменением сроков поставки, дополнительными требованиями к качеству по просьбе покупателя, наличием открытых после изготовления технологических дефектов, требующих исправления и т.д. Временно нереализованная продукция может быть реализована позднее, если проявится интерес к ней покупателей, тогда акт продажи обязательно состоится.

Производство продукции, не востребованной рынком, может привести предприятие к финансовой несостоятельности, тем не менее ее производят. Причины могут быть следующие:

- продукция утратила конкурентоспособность и не отвечает рыночным требованиям по качественным параметрам: дизайну исполнения, взаимной компоновке узлов и механизмов, уровню энергопотребления, эксплуатационной мощности, уровню шума, требованиям к технике безопасности и т.д. К перечисленным техническим качественным параметрам необходимо добавить экономический — цену, которая не устраивает покупателя при наличии других явных недостатков;
- часть продукции производится без договоров с потребителями, что автоматически приводит ее реализацию в ранг вероятностной. Пока продолжается поиск покупателей, продукция находится на складском хранении и временно выбывает из оборота;
- продукция производится на договорной основе. В договорах фиксируется отпускная цена продукции на дату его подписания. Именно этого требует большинство потребителей из стран СНГ. Однако в течение действия договоров происходит (не по вине производителей продукции) рост цен на продукты

труда, энергоносители и т.д. Для сохранения требуемого уровня рентабельности продукции производитель должен уточнять затратную часть цены, указанной в договоре, и согласовывать это уточнение с покупателем. Новую цену, отразившую повышенные затраты у производителя, покупатель старается оспорить, вплоть до отказа от продукции. Тогда предприятие-изготовитель или реализует продукцию по заранее принятым договорным ценам, или направляет ее на складское хранение для последующей реализации. Это обстоятельство наряду с другими причинами определило низкий уровень рентабельности товарной продукции предприятий машиностроения Могилевской области за 2004 г. — 7,5 % [1];

- недостаточный относительно потребности поток инвестиций в обновление технической основы производства, который сдерживает рост качественных характеристик продукции, не способствует системному снижению затрат на производство. В машиностроении региона инвестиции в основные производственные фонды и технологии составляют не более 25 % от требуемых значений. В результате рост конкурентоспособности продукции не успевает за рыночными требованиями к качественным и эксплуатационным параметрам продукции.

Руководитель предприятия не может сразу остановить производство неконкурентоспособной продукции, так как это связано с большими социальными проблемами, а также срочно перестроить его на выпуск новой продукции. Для такой перестройки нужны значительные средства. Однако и в этих условиях изыскиваются возможности для улучшения качества продукции. Только в 2004 г. на эти цели направлено более 15 млрд р. Нахождение продукции в запасах приводит к хронической нехватке средств на расчетных счетах, росту кредиторской задолженности, взаимных неплатежей и т.д. В 2004 г. были месяцы, когда кредиторская задолженность превышала дебиторскую на некоторых заводах машиностроения в десятки раз (заводы: транспортного машиностроения, ОАО «Техноприбор» и др.).

Подобный дисбаланс между дебиторской и кредиторской задолженностями не способствует укреплению экономики предприятий. В Могилевской области на конец 2004 г. скопилось на складах предприятий нереализованной продукции на 161,3 млрд р., что равно 59,5 % ее среднемесячного выпуска.

Предприятия машиностроения также не свободны от этой проблемы. На складах машиностроительных заводов осталось на конец 2004 г. нереализованной продукции на 46,7 млрд р. — 8 % годового выпуска и 96,3 % среднемесячного выпуска. Для сравнения укажем, что объем невостребованной продукции почти равен годовому производству таких крупных машиностроительных предприятий г. Могилева, как РУП «Могилевский завод «Строммашина»» или РУП «Могилевский завод «Электродвигатель»». Невостребованная рынком продукция не дала возможности предприятиям в полной мере реализовать принятые к исполнению намерения по техническому и социальному развитию. На начало 2004 г. нереализованная продукция предприятий машиностроения составила 50 млрд р., на конец года — 46,7 млрд р. Уменьшение запасов готовой продукции в течение прошлого года на 6,6 % свидетельствует о том, что ситуация находится под контролем и сделаны необходимые выводы по итогам работы за 2003 г. [1].

Однако некоторые виды продукции по-прежнему выпускают без должной информации о рыночном спросе на подобную продукцию по количеству и по параметрам качества. Зачем производить продукцию, если ее не покупают? Руководители предприятий задумываются над подобной порочной практикой хозяйствования. Выход из этого тупика в хозяйственной деятельности только один — создать деятельные службы маркетинга, перевести планирование производства под реальные рыночные потребности, изучать потребности клиентов, вступать с ними в длительные хозяйственные связи, рационализировать производство с помощью минимизации затрат и роста эффективности.

В настоящее время предприятия производят расчет норматива запасов готовой продукции на складах и согласовывают его с вышестоящей организацией. Норматив учитывает время на комплектование изделия, на подбор партии, на накопление транзитной нормы, на доставку и погрузку в вагоны, на оформление документов. Для разных предприятий он различен. Для РУП «Могилевский завод лифтового машиностроения» норматив запаса готовой продукции к среднемесячному ее производству равен 0,5, для Могилевского автомобильного завода им. С.М. Кирова — 1,9, для могилевского завода «Зенит» — 1, ОАО «Техноприбор» — 0,6 и т.д. Предприятия установленный норматив выдерживают. По всей группе машиностроительных заводов расчетный норматив по информации Могилевской ассоциации промышленников и предпринимателей составил на 2004 г. 0,88, а фактическое его значение за этот период составило 0,96 [1].

В официальной государственной статистике продукцию, нереализованную на конец календарного периода, называют запасами готовой продукции. Они могут быть у предприятий, ориентирующих ее на сезонные потребности, и производство которых связано с сезонной переработкой исходного сырья (пищевая, швейная, некоторые отрасли химической промышленности и т.д.). Запасы готовой продукции, например, в машиностроении должны быть минимально ограниченными. Изготовленная продукция должна без промедления отправляться потребителю. Заключительная стадия оборота «товар — деньги» требует минимального времени, это выгодно и производителю, и потребителю продукции.

Промышленность Могилевской области, особенно ее важнейшая часть — машиностроение, пережила огромные трудности в связи с распадом СССР. Последствия этого сказываются до сих пор — производственные мощности предприятий загружены примерно на 60–65 %.

Например: РУП «Могилевский завод «Электродвигатель»» в 1990 г. выпустил 739 700 электродвигателей, в 2002 г. — 216 400 (снижение в 3,4 раза), Могилевский автомобильный завод им. С.М. Кирова изготовил соответственно скреперов 1 847 и 55 (снижение в 33,5 раза), завод лифтового машиностроения — 14 000 и 3 500 (снижение в 4 раза) и т.д. Но предприятия машиностроения региона выстояли, стали наращивать объемы производства, спираль роста прослеживается в уровне производительности труда, рентабельности, экспорте. В целом предприятия машиностроения в 2004 г. увеличили объем производства в действующих ценах на 28 %, в сопоставимых — на 22,1 % [1].

Приведем пример из практики работы РУП «Могилевский завод лифтового машиностроения». В 1984 г. этот завод выпускал 12 000 лифтов, через 20 лет, в 2004 г. — 4 000. Физический объем производства снизился в 3 раза. Но заводу удалось сохранить производственный потенциал, выстоять в период развала союзных хозяйственных и технологических связей и даже перейти к активному продвижению по всем сторонам хозяйственной деятельности. Рыночные отношения сразу же определили внутренние и внешние приоритеты в хозяйственной деятельности — новейшие технологии, качество продукции, новая техника, культура производства.

Этот завод за счет собственных и заемных средств ежегодно инвестирует в производство около 5 млрд р., что дало возможность изменить компоновку лифтов, снизить уровень их шумности при эксплуатации и ежегодно обновлять на новой принципиальной технической основе 4–5 лифтовых модификаций, выпускать лифты широкого диапазона применения — 50 модификаций. Изменилась также структура номенклатуры продукции: 70 % лифты и 30 — станки деревообработки и электроприводные устройства. Раньше завод специализировался только на выпуске лифтов.

На заводе внедрена в производство германская линия по покрытию кабин лифтов порошковой эмалью. Это придало их внешнему виду эстетическую изящность, а в целом — комфортное завершение воспринимаемых парамет-

ров — цвет, удобные панели управления, надежные средства связи при аварийных ситуациях и т.д. Завод выпустил в 2004 г. только 4 000 лифтов, но это лифты нового поколения. Их охотно покупают страны СНГ, Болгария, Чехия и другие страны Европы и Азии [3].

Редукция запасов нереализованной товарной продукции в сопоставимых ценах в целом имеет положительное направление. Приведем пример из работы промышленности Могилевской области за последние 5 лет (табл. 1).

Таблица 1. Запасы товарной продукции, 2000—2004 гг. [2]

Год	Запасы товарной продукции, млн р.	Запасы среднемесячного выпуска продукции по региону, %
2000	47 719,9	64,5
2001	81 728,1	62,1
2002	105 194,9	71,2
2003	126 259,2	63,7
2004	161 265,0	59,5

Как видно, удельный вес запасов товарной продукции относительно среднемесячного выпуска продукции уменьшился на 5 пунктов, а относительно 2003 г. — на 4,2.

Местные исполнительные органы управления контролируют запасы товарной про-

дукции. И это правильно, так как проблема выходит за пределы возможностей предприятий и может быть решена только совместными усилиями.

На предприятиях машиностроения и металлообработки динамика запасов продукции имеет наиболее подвижный характер (табл. 2).

Таблица 2. Запасы готовой продукции на предприятиях машиностроения [2]

Год	Запасы товарной продукции, млн р.	Запасы среднемесячного выпуска продукции по региону, %
2000	10 162,1	104,7
2001	16 517,6	121,9
2002	30 904,7	185,4
2004	46 700	96,3

По отношению к среднемесячному объему производства наблюдается спад с устойчивой тенденцией к уменьшению. В 2004 г. относительно 2002 г. удельный вес запасов готовой продукции снизился на 89,1 %.

Приведенные факты свидетельствуют о том, что запасы товарной продукции с отложенной реализацией превратились в серьезную экономическую проблему. Пути ее решения следует искать в хозяйственной деятельности предприятий. Это новая для них проблема, обусловленная рыночными отношениями и неготовностью руководящего звена ряда предприятий к работе в изменившихся условиях хозяйствования.

Появление невостребованной продукции пока не привело к коренной перестройке практики хозяйствования. Рыночные отношения не изменили акценты на производстве. Если в недавнем прошлом основные трудности сопровождали процесс выпуска продукции, то теперь они сместились на внешнюю сторону хозяйственной деятельности — в процесс реализации. Произвести продукцию проще, чем реализовать. Исходя из этого было бы оправданным установить основной объемный показатель для предприятий — объем продаж и темпы роста объема продаж. Если предприятие больше продает продукции, то оно работает более эффективно, так как рост объемов продаж окупает затраты, приносит прибыль, защищает от непредвиденных ситуаций в рыночных отношениях.

Во внутрихозяйственной деятельности предприятия должны осваивать систему стратегического планирования. Совершенно очевидно, что современному производству нужна целевая стратегия развития, стратегия роста. Без этого развитие предприятий в условиях обострения рыночной конкуренции невозможно. Была бы оправданной организация на предприятиях текущих и перспективных планов повышения уровня качественных параметров продукции — снижение времени на исполнение операций, повышение скоростей и точности обработки, безопасности труда и уменьшение энергопотребления, уменьшение массы продукции при одновременном повышении его мощности и т.д. Продукция (станки, машины и механизмы) должна нести признаки гибкости к возможности переналадки на выполнение других технологических операций у потребителя, что весьма характерно для рыночных условий. Одновременно при свершении акта реализации продукции поставщик должен выдавать потребителю гарантию безаварийной эксплуатации при соблюдении установленных паспортных парамет-

ров, а также устанавливать ценовые скидки на поставку запасных частей для ремонта. Весьма важна взаимная заинтересованность поставщика и потребителя в отслеживании эксплуатационного поведения оборудования в процессе производства, это будет ориентировать конструкторскую мысль на улучшение потребительских свойств продукции. Взаимная увязка экономических интересов поставщика и потребителя — залог своевременного сбыта продукции. К сожалению, пока этого не происходит. Внутренняя стратегия повышения эффективности производства на предприятии должна подкрепляться внешним положительным воздействием на предприятия — созданием региональных промышленных банков, рыночных управлений, информационных центров, объединений предприятий и т.д. Подобная совокупность эффективных действий решит многие проблемы предприятий, в том числе уменьшит или ликвидирует экономические последствия проблемы запасов товарной продукции.

Литература

1. Статистика работы промышленных предприятий г. Могилева за 2000 — 2004 гг. Могилев, 2004.
2. Социально-экономическое положение Могилевской области за 2000 — 2004 гг. Могилев, 2004.
3. Социально-экономическое положение г. Могилева (раздел “Производство”) за 2000 — 2004 гг. Могилев, 2004.

Т.Л. САРШОР

РОЛЬ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ ПОТРЕБКООПЕРАЦИИ В ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРОВ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ К ПОТРЕБИТЕЛЮ

Вопрос о достижении оптимальных экономических отношений между сферой производства и обращения товаров весьма актуален для потребительской кооперации. Эта организация представляет собой многоотраслевой хозяйственный комплекс, в состав которого входят: промышленное производство, оптовая, розничная, внешняя торговля, общественное питание, заготовки, бытовое обслуживание и другие виды производственной и коммерческой деятельности, ориентирующиеся в основном на удовлетворение потребностей сельского населения.

Уровень интеграции сфер производства и обращения здесь особенно высокий, так как работа предприятий потребкооперации базируется преимущественно на использовании местных ресурсов. Потребкооперация осуществляет заготовки, переработку, оптовую и розничную реализацию дикорастущих плодов, лекарственных трав, овощей, фруктов. Доля собственной продукции в розничном товарообороте превышает 40 %.

Локальный характер экономических связей в системе потребкооперации позволяет наиболее полно учитывать потребительский спрос, а небольшие размеры предприятий обеспечивают необходимую мобильность и быстроту реакции на изменения внешних конъюнктурных факторов.

Конкурентоспособность всей системы потребкооперации может обеспечиваться также за счет гибкой и оперативной диверсификации видов деятельности. На свободных производственных мощностях оптовых торговых баз могут: создаваться цехи по производству товаров, объекты розничной торговли, мелкооптовые магазины-склады; производиться заготовка овощей, фруктов, дикорастущих плодов и ягод, их переработка, переработка вторичного сырья; оказываться платные услуги по временному хранению товаров, например, находящихся под таможенным контролем и осуществляться другие виды предпринимательской деятельности.

Тамара Леонидовна САРШОР, соискатель кафедры экономики торговли Белорусского государственного экономического университета.