

33
А-7

МОСКОВСКИЙ ОРДЕНА ТРУДОВОГО КРАСНОГО ЗНАМЕНИ
ИНСТИТУТ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
имени Г. В. ПЛЕХАНОВА
МИНИСТЕРСТВО ТОРГОВЛИ РСФСР

На правах рукописи

Е. Д. ШУМИЛОВА

ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ТОРГОВЛИ ЭЛЕКТРОТОВАРАМИ БЫТОВОГО НАЗНАЧЕНИЯ

(на опыте оптовых организаций РСФСР и
розничных организаций г. Москвы)

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель
профессор Я. А. КАМИНСКИЙ

Москва — 1965

Высокие темпы развития экономики нашей страны, непрерывный рост производства товаров, систематическое повышение материального благосостояния народа обуславливают задачи советской торговли в период развернутого строительства коммунизма. В этих условиях важное значение приобретает глубокое и всестороннее изучение организации торговли отдельными группами товаров под углом зрения более полного удовлетворения потребностей населения, дальнейшего совершенствования обслуживания покупателей, воздействия на промышленность в направлении расширения производства таких товаров, которые по своему ассортименту, качеству, внешнему оформлению, свойствам отвечают все возрастающим требованиям населения.

Организация торговли различными группами товаров отличается специфическими особенностями. Это относится, прежде всего, к таким сравнительно новым и технически сложным товарам, как электробытовые машины и приборы, применение которых способствует значительному сокращению затрат труда и времени на ведение домашнего хозяйства.

В принятой XXII съездом Программе КПСС поставлена задача «...обеспечить условия для сокращения и облегчения женского труда в домашнем хозяйстве, а затем создать возможности для замены этого труда общественными формами удовлетворения материально-бытовых нужд семьи. С этой целью широкое распространение в домашнем хозяйстве получают усовершенствованные дешевые бытовые машины, приспособления, электроприборы...»¹.

Электротоварам бытового назначения принадлежит значительная роль в социалистическом преобразовании быта, в рациональном использовании трудовых ресурсов общества. Помимо облегчения труда в домашнем хозяйстве, электрифици-

¹ XXII съезд Коммунистической партии Советского Союза. Стенографический отчет. Госполитиздат, т. 3, стр. 300—301.

кация быта является одним из условий, способствующих увеличению свободного времени трудящихся. Дальнейшее сокращение рабочего дня и рабочей недели, предусмотренное Программой КПСС, будет являться лишь одним из путей увеличения свободного времени. Другим путем, имеющим также немаловажное значение, является сокращение затрат труда и времени на ведение домашнего хозяйства. Еще в 1913 г. В. И. Ленин указывал, что внедрение электричества в быт «избавит миллионы «домашних рабынь» от необходимости убивать три четверти жизни в смрадной кухне»¹.

В настоящей диссертации поставлена задача исследовать основные вопросы организации государственной торговли электротоварами бытового назначения, ее развитие и современное состояние. Рассматриваются, в частности, такие вопросы, как хозяйственные связи между промышленностью и торговлей, между различными звеньями товаропроводящего аппарата, изучение спроса, формирование ассортимента, организация товародвижения и снабжения розничной торговой сети. Произведен анализ существующей практики и разработан ряд рекомендаций по устранению имеющихся еще в этой области недостатков.

Теоретической основой диссертации являются произведения классиков марксизма-ленинизма, Программа КПСС, решения Партии и Правительства. Использованы соответствующие литературные источники, материалы Государственного комитета Совета Министров СССР по торговле, Всесоюзного объединения по электробытовым машинам и приборам при Совете народного хозяйства СССР, Министерства торговли РСФСР, плановых органов РСФСР и г. Москвы, оптовых и розничных торговых организаций и ряд других.

При этом вопросы производства, организации оптовой торговли и товародвижения рассматриваются в масштабе РСФСР. Исследование розничной торговли производилось, в основном, по материалам торговых организаций Москвы.

Диссертация состоит из введения и трех глав.

Первая глава посвящена вопросам производства и потребления электротоваров бытового назначения.

Массовое производство этих товаров стало развиваться с 1953 г., неизменно возрастая из года в год. Так, в 1953 г. выпуск холодильников (в тыс. штук) составил 49,2 в 1958 г. — 359,6, в 1963 г. — 910,0; стиральных машин соответственно 3,5, 463,7 и 2282,4; пылесосов соответственно 45,5, 245,2 и 726,7 тыс. штук². В 1964 г. холодильников было вы-

¹ В. И. Ленин. Соч., т. 19, стр. 42.

² Народное хозяйство СССР в 1963 г., Москва, 1965 г. стр. 120.

пущено почти 1 млн. штук, стиральных машин более 2,5 млн. штук, пылесосов свыше 800 тыс. штук и т. д.

Количественный рост производства электротоваров бытового назначения сопровождается и систематическим совершенствованием конструкций ряда важнейших видов электротоваров. В конструкторских бюро, а также в созданных в 1964 г. в системе Всесоюзного объединения по электробытовым машинам и приборам при СНХ СССР научно-исследовательском и проектно-технологическом институтах и на их опытных заводах ведется разработка новых, более совершенных полуавтоматических стиральных машин, пылесосов, электроутюгов и других изделий бытовой техники, отвечающих современному уровню технического прогресса и позволяющих осуществить комплексную механизацию операций в домашнем хозяйстве.

Тем не менее, ассортимент и качество многих выпускаемых машин и приборов, в ряде случаев, не в полной мере отвечает возросшим требованиям покупателей. Некоторые предприятия продолжают выпускать изделия недостаточно высокого качества. В то же время предприятия не несут непосредственной ответственности перед покупателями за качество своей продукции, а ограничиваются тем, что перечисляют ремонтным мастерским средства на устранение дефектов этой продукции в течение периода гарантийного срока эксплуатации.

Следует отметить и недостатки в организации технического контроля за проверкой качества выпускаемых электротоваров, в связи с чем ряд товаров поступает в торговую сеть со скрытыми пороками и дефектами. Так, например, из проверенных в 1964 г. Главным Управлением государственной инспекции по качеству товаров и торговли Министерства торговли РСФСР 1952 холодильников «Юрюзань», «Саратов», «Тамбов», «Орск» и некоторых других, 822 холодильника или 42% признаны дефектными. Из-за низкого качества был временно прекращен прием в торговую сеть холодильников «Юрюзань», «Тамбов» и «Саратов ДХ-120». Прекращался прием в торговую сеть пылесосов «Ореол», стиральных машин вырабатываемых заводом «Кузтекстильмаш» и ряд других товаров.

Серьезным недостатком в производстве электротоваров бытового назначения является излишнее многообразие выпускаемых типов и моделей. Так, в 1964 г. стиральные машины выпускались 31 марки, холодильники 23, пылесосы 6 марок. Электродвигатели для стиральных машин изготавливаются двенадцати типов на 26 заводах, пылесосы раз-

личных марок имеют разные двигатели. В настоящее время производством бытовых машин и приборов занято около 300 предприятий различных отраслей народного хозяйства, из них только 30 заводов небольшой мощности специализируются на выпуске этих изделий, остальные же выделяют лишь отдельные цеха. Распыленность производства этих товаров, небольшая мощность многих предприятий тормозит применение высокопроизводительного оборудования и не дает возможности организовать массовое производство на основе последних достижений науки и техники.

Ряд таких товаров, как электроутюги, электроплитки, электрокамины и т. д. имеют зачастую низкие технико-экономические и эксплуатационные показатели. Большинство нагревательных приборов выпускается без регуляторов температуры, что приводит к значительному перерасходу электроэнергии. В связи с большими масштабами производства электробытовых машин и приборов важное народнохозяйственное значение имеет разработка типов изделий с возможно минимальным расходом электроэнергии.

С ростом производства электротоваров бытового назначения значительно увеличилось и их потребление. Рост потребления этих товаров в Советском Союзе в значительной мере обуславливается систематическим повышением материального благосостояния и культурного уровня народа.

В наличии у населения на 1.1. 1964 г. имелось: холодильников 5 млн. штук, стиральных машин 8 млн. штук, пылесосов 3,5 млн. штук, полотеров 0,5 млн. штук. С 1954 г. по 1963 г. продажа населению пылесосов возросла в 14,5 раза, холодильников в 17 раз, стиральных машин в 605 раз.

В заключительной части первой главы предложен ряд мероприятий, направленных на улучшение производства электротоваров. В частности, важное значение для разработки новых, более совершенных конструкций электробытовых машин и приборов имеет тщательное изучение требований покупателей. Необходимо иметь в виду, что покупатели определяют свое отношение к изделиям тех или иных марок, учитывая целый комплекс таких показателей, как габариты, цена, количество выполняемых операций и т. п. В настоящее время, например, существует тенденция в разработке новых типов полуавтоматических стиральных машин, которые наряду с известными достоинствами имеют и серьезные недостатки с точки зрения покупателей — большие габариты и высокую цену.

В диссертации сформулированы предложения по организации периодических выставок-просмотров новых образцов

электротоваров бытового назначения в городах и проведение анкетных опросов посетителей, с последующей обработкой полученных данных с помощью вычислительной техники. Предлагается также создание на предприятиях специальных советов по технической эстетике, занимающихся организацией художественного конструирования электробытовых машин и приборов. Возникает настоятельная необходимость усилить ответственность предприятий промышленности за качество выпускаемых бытовых машин и приборов.

Вторая глава посвящена организации оптовой торговли электротоварами бытового назначения. В этой главе освещаются следующие основные вопросы: организационное построение оптовой торговли, система заказов, организация хозяйственных связей между торговлей и промышленностью, а также между звеньями товаропроводящего аппарата, пути и звенность движения электротоваров от предприятий промышленности до розничной торговой сети. При рассмотрении указанных вопросов автор исходил из положений классиков марксизма-ленинизма о том, что в социалистическом обществе торговля должна организованно влиять на промышленность в интересах населения. «Пролетарское государство, — указывал В. И. Ленин, — должно стать осторожным, расчетливым, умелым «хозяином», исправным оптовым купцом»¹.

Одной из важнейших форм воздействия оптовых торговых организаций и предприятий на производство является их участие в разработке планов производства, определения объема и ассортиментной структуры выпускаемых товаров, в побуждении промышленности к выпуску нужных населению товаров и прекращении производства изделий устаревших образцов, не соответствующих спросу населения.

Важное значение в решении этой задачи имеет система заказов, целью которой является обеспечение выработки товаров народного потребления в соответствии с возрастающими требованиями населения. В настоящее время, несмотря на значительное увеличение производства, спрос на некоторые электротовары, например, на холодильники удовлетворяется еще далеко не полностью. Заказ Министерства торговли РСФСР на холодильники в 1964 г. обеспечен поставками лишь на 35,9%. Такое положение обусловлено тем, что за последние годы особенно резко возросла потребность в этих товарах; в городах они стали предметами первой необходимости в быту.

Конъюнктура торговли другими электротоварами бытового назначения, в связи с возрастающим насыщением ими рынка, в настоящее время изменилась — стала проявляться

¹ В. И. Ленин. Соч., т. 33, стр. 36.

дифференциация спроса на более качественные и зарекомендовавшие себя изделия. Так, например, стиральная машина «Рига» пользуется значительно большей популярностью, чем «Волна». Повышенным спросом, по сравнению с пылесосами других марок, пользуются пылесосы «Буря» и «Вихрь» и т. д.

Изменение конъюнктуры рынка отразилось и на организации хозяйственных связей в оптовой торговле электротоварами бытового назначения. Существенную роль в этих условиях приобрели ярмарки по оптовой продаже товаров, намечаемых к выпуску в предстоящем году. Положительное значение ярмарок заключается, прежде всего, в том, что согласование спецификаций при заключении договоров, происходит на основе представленных образцов. В диссертации отражен анализ результатов шести межреспубликанских и республиканских ярмарок по товарам хозяйственно-бытового назначения, начиная с 1959 г. по 1964 г. Показана их возрастающая роль в деле совершенствования и укрепления торговых связей между республиками и областями. Из года в год возрастал удельный вес электротоваров в общем объеме продажи и закупки хозяйственных товаров на этих ярмарках. В 1964 г. по сравнению с 1959 г. он увеличился почти в 2,5 раза. Особенно важную роль в формировании ассортимента электротоваров бытового назначения играла VI межреспубликанская оптовая ярмарка, проведенная в 1964 г. по продаже и закупке товаров на 1965 г. Большинство электротоваров на этой ярмарке реализовалось без всяких ограничений в порядке свободной купли-продажи. Объем поставки и ассортимент всех электротоваров, кроме холодильников и стиральных машин, таким образом, определялся исключительно на основе заключенных на ярмарке договоров.

На основании анализа существующей системы хозяйственных связей и, в частности, раскрытия имеющихся недостатков в этой области, в диссертации формулируются некоторые предложения по ее совершенствованию, направленные, в конечном счете, на правильное формирование ассортимента в розничной торговле. Выявляются возможности дальнейшего совершенствования хозяйственных взаимоотношений между организациями и предприятиями промышленности, оптовой и розничной торговли. Представляется целесообразным, чтобы работники розничных торговых организаций перед составлением заказов тщательно знакомились с образцами товаров, намечаемых к выпуску в предстоящем году.

В главе приводятся рекомендации о методах обоснования

заказов при разработке их розничными торговыми организациями и при обобщении оптовыми базами с учетом материалов изучения спроса. Задачей работников оптовых баз является тщательный анализ представленных заказов, их обобщение и, в необходимых случаях, корректировка с учетом уровня обеспеченности населения теми или иными электробытовыми машинами и приборами, ежегодного приобретения этих товаров в расчете на семью (отдельно в городе и селе) и темпов роста розничной реализации. В сводных заказах, представляемых оптовыми базами промышленности необходимо отражать заказы не только розничных торговых организаций, расположенных в районах деятельности баз, но и других оптовых баз-покупателей, находящихся как в РСФСР, так и в других союзных республиках.

В целях лучшего учета требований населения при согласовании спецификаций необходимо, чтобы розничные торговые организации сообщали оптовым базам о тех изменениях, которые должны быть внесены в ранее представленные заказы на основе материалов изучения спроса за соответствующий период текущего года.

В настоящее время звенность заключения договоров, как по межобластным, так и межреспубликанским поставкам отличается большой сложностью. База-поставщик заключает договоры с предприятиями, затем с другими базами-покупателями и, наконец, база-покупатель — с розничными торговыми организациями. Настало время предоставить отдельным, наиболее крупным, промышленным предприятиям право заключения договоров на межреспубликанских и республиканских ярмарках непосредственно с оптовыми базами-покупателями, расположенными в других областях и республиках. Такой порядок заключения договоров при межреспубликанских и межобластных поставках позволит упростить звенность хозяйственных связей и создаст предпосылку для более активного воздействия торговли на промышленность и оперативного решения вопросов, связанных с улучшением качества и изменением ассортимента электротоваров бытового назначения.

Рекомендуется установить более ранние сроки уточнения квартальных спецификаций при межобластных и межреспубликанских поставках товаров — за 60 дней до начала квартала вместо 45 дней — с тем, чтобы все требования об изменении ассортимента были своевременно доведены до предприятий промышленности. В этой же главе даются рекомендации о методах корректировки квартальных спецификаций на основе материалов изучения спроса населения.

Формирование ассортимента электротоваров в розничных

торговых предприятиях складывается, в конечном счете, в процессе их текущего снабжения. Правильное решение вопросов, связанных с установлением строгих графиков доставки, объема и ассортимента очередных партий товаров для каждого магазина с учетом его конкретных особенностей, является необходимым условием удовлетворения спроса покупателей. **Снабжение торговой сети представляется целесообразным осуществлять на основе месячных заявок, разрабатываемых каждым магазином с учетом материалов изучения спроса и анализа запасов товаров в ассортименте.**

Следующий раздел главы посвящен анализу организации товародвижения. Большинство электробытовых машин и приборов направляется из одних областей (краев), республик в другие. Так, в 1964 г. более 80% вырабатываемых холодильников, 66% стиральных машин, 89% пылесосов, 95% полотеров перемещалось из одних районов в другие. Анализ путей движения этих товаров иллюстрируется в диссертации картами. Пути движения холодильников, стиральных машин, пылесосов характерны наличием значительного количества встречных и перекрещивающихся перевозок. Такое положение, прежде всего, обусловлено разнообразием типов и марок этих машин. При этом каждое предприятие узко специализировано и вырабатывает изделия своей определенной марки. Так, например, в Москве завод им. Лихачева вырабатывает холодильники «ЗИЛ», завод Газоаппарат—холодильники «Север» Т, в Приволжском совнархозе — холодильники «Ока» и т. д. Аналогичное положение и с производством других бытовых машин. Поэтому, чтобы создать полный ассортимент этих товаров в розничной сети, поскольку изделия разных марок не являются взаимозаменяемыми, приходится планировать их завоз в каждую область РСФСР из ряда пунктов. Так, в Москву доставляются холодильники из 10 пунктов, в Саратов, где остается 3,8% холодильников местного производства, приходится завозить их из 4 других пунктов и т. д. Это объясняется тем, что холодильники выпускаются разными предприятиями с неодинаковыми эксплуатационными показателями, в связи с чем и обуславливается различный спрос на них. При таком положении не представляется возможным разграничить районы сбыта предприятий, вырабатывающих холодильники, что привело бы к неодинаковым условиям снабжения населения данными товарами. Аналогичное положение характерно и для других групп электробытовых машин и приборов.

Обязательным условием рациональной организации движения электротоваров бытового назначения является, прежде всего, **унификация их типов.** Однако, и после про-

ведения этого мероприятия, все же останется несколько типов электробытовых машин одного и того же назначения, которые не будут взаимозаменяемы. Для того, чтобы удовлетворить разнообразные требования покупателей, необходимо обеспечить в розничной сети наличие этих товаров в полном ассортименте. Поэтому **непременным условием решения задачи рациональной организации движения электротоваров бытового назначения является соответствующее размещение их производства по районам страны.** Целесообразно, например, на Урале, Сибири, на Дальнем Востоке организовать производство холодильников всех необходимых типов и в таком объеме, чтобы удовлетворять полностью требования населения этих районов, включая Крайний Север и Сахалин. В результате может быть осуществлено рациональное прикрепление пунктов производства холодильников к районам потребления, что позволит значительно сократить расстояния перевозок и снизить транспортные издержки.

Проведенный в диссертации анализ звенности движения электротоваров бытового назначения показывает, что основная их масса направляется непосредственно со складов промышленных предприятий на склады розничных торговых организаций и предприятий системы государственной торговли: торговых, универмагов, ОРСов и других. Вопрос о применении той или иной формы звенности движения этих изделий, также как и остальных хозяйственных товаров, необходимо решать с учетом местных условий в непосредственной взаимосвязи с организацией централизованной доставки товаров. Представляется целесообразным в тех городах, где находятся базы Росхозторга и в близлежащих районах, куда доставка электротоваров может быть осуществлена автотранспортом, — производить снабжение розничной сети со складов этих баз; необходимой предпосылкой, при этом, является наличие в оптовых звеньях соответствующего складского хозяйства. В настоящее время базы Росхозторга не располагают достаточными складскими помещениями. В дальнейшем предусмотрено значительное увеличение складской площади в связи со строительством крупных, механизированных, объединенных складов оптовых баз во всех районах республики.

В тех городах, где нет оптовых баз и куда централизованная доставка автотранспортом с этих баз не целесообразна, основным источником снабжения розничной сети электротоварами бытового назначения будут склады розничных торговых организаций.

Применение транзитной формы движения является наиболее эффективной при поставке товаров от промышленных

предприятий в магазины, расположенные в тех же городах или близлежащих к ним районах, куда может производиться централизованная доставка автотранспортом непосредственно с данных предприятий. Холодильники и стиральные машины, поступающие от иногородних предприятий, могут доставляться непосредственно со станций железных дорог в отдельные, наиболее крупные магазины, в первую очередь, специализированные.

Третья глава диссертации посвящена рассмотрению вопросов организации розничной торговли, изучения спроса населения и формирования ассортимента электротоваров бытового назначения.

Темпы роста розничного оборота по электротоварам значительно опережают темпы роста реализации промышленных товаров в целом. Так, если с 1958 по 1963 гг. в РСФСР розничный товарооборот по непродовольственным товарам возрос с 18160 млн. руб. до 22346 млн. руб., или на 23,1%, то по электротоварам (без швейных машин) за эти же годы он увеличился со 166 млн. руб. до 384 млн. руб., или в 2,3 раза¹.

Специфические особенности этих товаров, обусловленные характером их использования, определяют формы обслуживания населения при их продаже. **Необходимым условием применения прогрессивных методов продажи электротоваров бытового назначения является демонстрация их в действии.** В настоящее время, даже в специализированных магазинах Мосэлектробытторга и универмагах, эти условия при продаже электротоваров бытового назначения не выполняются. Краткие аннотации о порядке пользования холодильником, стиральной машиной, пылесосом, полотером и т. д., которые содержатся в прилагаемых к изделиям документах (паспортах, правилах эксплуатации и т. п.) не исключают необходимости устных квалифицированных пояснений, сопровождающих показ данных изделий в действии. Выполнение этих условий требует соответствующих предпосылок, которые пока не созданы. Прежде всего, еще не определен тип магазина по торговле электробытовыми машинами и приборами, которые даже в столице в предприятиях Мосэлектробытторга продаются в сочетании с другими разнообразными товарами. В остальных городах страны, за исключением Ленинграда, уровень специализации розничной сети еще ниже, чем в Москве.

Недостаточная специализация магазинов, торгующих

электробытовыми машинами и приборами, приводит к тому, что эти товары распределяются небольшими партиями по многим розничным предприятиям. В Москве, например, они распределены по 75 магазинам, что препятствует формированию достаточного в каждом из этих магазинов ассортимента. Запасы одних и тех же товаров размещены по предприятиям Мосэлектробытторга крайне неравномерно. Так, запасы в днях в разных магазинах на I.VII. 1964 г. колебались: пылесосов от 13 до 200, стиральных машин от 5 до 190, полотеров от 7 до 520 дней, электроутюгов от 13 до 500 дней и т. д.

В результате анализа состояния розничной сети, осуществляющей торговлю электротоварами бытового назначения, сформулированы выводы и предложения. **Назрела необходимость усилить темпы специализации розничной сети по торговле электробытовыми машинами и приборами.** Целесообразно сосредоточить продажу наиболее сложных электротоваров бытового назначения — холодильников, стиральных машин, пылесосов, полотеров, швейных машин и электронагревательных приборов — с показом их в действии в специальных магазинах, где должны быть выделены рабочие места для каждой группы товаров. Такие магазины следует размещать преимущественно в отдельно стоящих зданиях, новое строительство которых необходимо осуществлять по специально разработанным типовым проектам. Эти магазины могут быть предприятиями торгов, филиалами универмагов, или частью торговых центров. Рекомендуются основной тип магазина по торговле электротоварами бытового назначения применительно к условиям Москвы. С этой целью произведен анализ действующего количества рабочих мест по отдельным видам электротоваров в магазинах Мосэлектробытторга, Мосхозторга, Мосторга и уставных универмагов. Определено количество рабочих мест в расчете на 10 тысяч жителей на текущий год и на 1970 г. При этом учитывались темпы роста реализации данных товаров и повышения уровня обеспеченности ими жителей Москвы. Произведен расчет необходимого количества рабочих мест по продаже электротоваров по отдельным районам Москвы. Предлагается тип магазина по продаже электротоваров бытового назначения на 10—12 рабочих мест, обслуживающий от 100 до 125 тысяч жителей или с учетом коэффициента семейности 33—40 тысяч семей, поскольку данные товары приобретаются в расчете на семью.

Серьезное внимание уделяется в диссертации вопросам изучения покупательского спроса на электротовары бытового назначения. Своевременный выпуск и реализация товаров

¹ Статистический сборник «Советская торговля». Москва, 1964 г., стр. 335.

в соответствии с многообразными запросами населения с учетом местных, национальных и климатических условий — обязательное требование для всех отраслей промышленности и торговли. В связи с этим исключительную актуальность приобретает создание службы изучения спроса на товары в торговых предприятиях и организациях, управлениях торговли и Министерствах торговли республик.

Изучение спроса на электробытовые машины и приборы отличается особенностями, прежде всего потому, что это товары длительного пользования. Характерным для таких товаров является наличие спроса двух видов: начального, **удовлетворение которого приводит к повышению уровня обеспеченности семей этими товарами и спроса, возникающего в связи с необходимостью замены изделий, выходящих в результате физического или морального износа.**

В настоящее время, имеет место, главным образом, **начальный спрос на электротовары**, поскольку уровень обеспеченности ими семей еще далеко недостаточен. Так, например, обеспеченность в расчете на сто семей в целом по стране в 1965 г. стиральными машинами составляет 21,6; холодильниками соответственно 19; пылесосами 13,2. В Москве обеспеченность населения в расчете на сто семей, значительно выше: стиральными машинами — 29,5; холодильниками — 41,3; пылесосами — 22,8.

Общая величина спроса на эти товары зависит от степени обеспеченности населения: чем выше обеспеченность, тем меньше общий объем начального спроса и выше спрос на замену.

Для определения уровня обеспеченности можно использовать следующую формулу

$$H_n = \sum_{i=t-n}^t P_i \quad \text{где,}$$

H_n — наличный парк действующих приборов и машин,

P_i — реализация за год,

i — номер года в ряду.

Спрос на замену этих изделий в настоящее время возникает редко и связан не с физическим, а с моральным их износом. Это объясняется тем, что срок службы всех электробытовых машин (холодильников, стиральных машин, пылесосов, полотеров), даже самого раннего выпуска, еще не истек, поскольку начало производства этих изделий относится к 1953 г.

Развитие потребления различных электротоваров бытового назначения обуславливается целым рядом факторов: прежде всего повышением материального и культурного

уровня жизни народа, потребностью в облегчении труда в домашнем хозяйстве и высвобождении времени, достигнутым уровнем обеспеченности семьи электротоварами, а также ростом жилищного строительства и увеличением сети предприятий коммунально-бытового обслуживания. Все эти факторы, действующие во взаимосвязи, комплексно, определяют как объем, так и структуру спроса на указанные товары.

Перспективы развития потребления разных видов электробытовых машин и приборов различны, что обуславливается спецификой их назначения в домашнем хозяйстве. Так, например, потребность в стиральных машинах в дальнейшем будет определяться в значительной мере, в зависимости от развития сети предприятий коммунально-бытового обслуживания и коллективных прачечных при домах. Степень влияния различных факторов на спрос на холодильники определяется по иному. Широкое развитие сети предприятий общественного питания не исключит необходимости индивидуального пользования холодильниками в семьях, в первую очередь, городских жителей. Расширение сети столовых, домовых кухонь, магазинов полуфабрикатов может лишь в известной мере повлиять на тип холодильника, прежде всего, в отношении его объема.

На потребность в пылесосах и полотерах может в некоторой степени повлиять развитие бюро добрых услуг, которые возьмут на себя периодическую уборку квартир. Однако, это не приведет к прекращению индивидуального пользования этими изделиями, хотя и отразится на их типах: в большей степени будут нужны пылесосы меньшие по габаритам, в частности, пылесосы-щетки.

Спрос населения на электроплитки и электродуховки будет изменяться в обратной пропорции к развитию жилищного строительства. Массовое переселение семей в городах, а также в селах в благоустроенные квартиры, наличие там электроплит и газовых плит, естественно, исключит необходимость приобретения электроплиток и электродуховок. В настоящее время выявляется тенденция резкого снижения оптовой реализации этих товаров. Так, при заключении договоров на межреспубликанской и республиканской ярмарках на 1964 г. закупка электроплиток составила 59% от общей суммы согласованных заказов на этот год, а электродуховок — лишь 11%.

На объем реализации электроутюгов в перспективе, в сторону его снижения, окажут влияние такие факторы, как производство немнущихся тканей и различных трикотажных изделий, которые не требуют утюжки. Однако, пока произ-

водство таких товаров не налажено, электроутюги будут являться обязательными предметами домашнего обихода.

В диссертации рассматриваются основные направления и методы изучения покупательского спроса на электротовары бытового назначения. Отражены некоторые элементы зарубежного опыта в изучении спроса и расчете потребности в товарах длительного пользования.

Ряд разделов главы посвящен методам изучения спроса населения, разработанным применительно к отдельным группам электротоваров с учетом их специфических особенностей в общем комплексе бытового обслуживания населения. Основные положения, изложенные в этом разделе главы подтверждаются соответствующими расчетами предполагаемой реализации каждой из следующих групп товаров: стиральные машины, холодильники, пылесосы и полотеры, электронагревательные приборы (на примере гор. Москвы).

Перспективные расчеты производились на основе ряда показателей: уровня обеспеченности населения электробытовыми машинами и приборами, реализации этих товаров за предыдущий период времени и темпов их ежегодного роста, соотношения продажи товаров жителям Москвы и иногородним покупателям, развития сети предприятий коммунально-бытового обслуживания.

Так, в Москве выделяемые государством средства на строительство фабрик-прачечных (с учетом действующих) позволят в 1970 г. обеспечить услугами этих предприятий примерно, 51—52% населения. Однако, к 1970 г. необходимо добиться такого положения, чтобы стирка белья была механизирована полностью, иначе говоря, все семьи были бы освобождены от выполнения вручную этой малопроизводительной и трудоемкой операции. В соответствии с этой предпосылкой, произведен расчет степени обеспеченности населения общественными, домовыми прачечными, прокатными пунктами и индивидуальными стиральными машинами с 1965 по 1970 годы. Намечается рост уровня обеспеченности стиральными машинами в расчете на 100 семей с 20,4 на 1.1.1964 г. до 48,0 в 1970 г. Остальные семьи (52%) будут пользоваться услугами общественных прачечных. Такой расчет, как и всякий перспективный, является ориентировочным и должен корректироваться по годам.

Расчет предполагаемой реализации товаров на предстоящий год, рекомендуется проводить двумя параллельными методами. В качестве примера приведен расчет предполагаемой реализации стиральных машин в Москве на 1965 г. При расчете по первому методу за основу приняты следующие показатели:

реализация стиральных машин в Москве по годам с 1954 г. по 1965 г.; темпы их ежегодного роста с подразделением на реализацию московским и иногородним покупателям; темпы ежегодного роста уровня обеспеченности этими товарами семей москвичей. В основу расчета реализации стиральных машин иногородним покупателям положен анализ темпов роста продажи по годам. В итоге определена общая реализация стиральных машин в натуральных показателях (по количеству штук) на 100 семей.

Анализ показал, что темпы роста уровня обеспеченности семей москвичей стиральными машинами имеют тенденции к снижению. Так, в 1962 по сравнению с 1961 г. они составили 122%, в 1963 г. по сравнению с 1962 г. — 118%, в 1964 г. по сравнению с 1963 г. — 117%. Между тем, абсолютный рост обеспеченности семей за последние 5 лет стабилизировался; в расчете на 100 семей количество приобретаемых машин ежегодно составляло от 3,1 до 3,3. Можно предположить, что и в 1965 г. по сравнению с 1964 г. приобретение стиральных машин останется, примерно, на том же уровне и составит 3,5 машины на 100 семей. Рост уровня обеспеченности населения по сравнению с 1964 г. будет равен 115%. По данным Мосгорплана число семей в Москве в 1965 г. составит 2370 тысяч. Исходя из этого, определяется количество стиральных машин, которое будут приобретать москвичи в 1965 г. $(3,5 \times 2370) = 82.950$, или округленно 83 тысячи стиральных машин.

Значительно сложнее определить предполагаемую реализацию стиральных машин иногородним покупателям. Анализ данных Мосгорплана показывает, что реализация стиральных машин иногородним покупателям все время возрастает, хотя темпы ее роста в различные годы были неодинаковы. В 1964 г. продажа иногородним покупателям составляла около 78 тысяч стиральных машин, или на 32,5% выше, чем в 1963 г. В общей реализации продажа иногородним покупателям определялась примерно 47%. Для уточнения этих данных в IV квартале 1964 г. был проведен анализ приобретения стиральных машин иногородними покупателями по отдельным магазинам Мосэлектробытторга, в результате которого подтвердился этот показатель.

На 1965 г. удельный вес в продаже иногородним покупателям принят в размере 47%, то-есть сохраняется прежний уровень. Абсолютная сумма продажи иногородним покупателям составит 78 тыс. штук, а общий объем предполагаемой реализации — 161 тыс. стиральных машин.

Основой второго метода является установление закономерностей в соотношениях между увеличением, за соответ-

ствующий период времени, покупательных фондов и ростом реализации тех или иных электротоваров за ряд лет. Расчет по этому методу является дополнительным и рекомендуется применять лишь как вспомогательный для проверки показателя, рассчитанного основным методом. Результаты параллельных расчетов сопоставляются и при необходимости взаимно корректируются. В итоге устанавливается соответствующий показатель.

Определение объема предполагаемой реализации электротоваров на предстоящий год с учетом роли каждой организации может явиться основой для составления заказов. Однако, так как заказы и спецификации должны быть разработаны в ассортиментном разрезе, возникает необходимость разработки структуры реализации товаров с учетом спроса населения.

Изучение спроса населения на электротовары бытового назначения в подробном ассортименте является задачей работников розничных и оптовых торговых организаций и предприятий. Решение данной задачи связано с учетом фактической реализации и движения запасов товаров в детальном ассортименте. Проведенное автором исследование практики постановки изучения спроса в розничных торговых организациях Москвы показало, что такой учет ведется в уставных универмагах и двух магазинах Мосэлектробытторга. Лишь со II половины 1964 г. в предприятиях Мосэлектробытторга начат учет движения запасов стиральных машин по маркам. Получаемые в результате данные в сочетании с материалами о поставке этих товаров, также в развернутом ассортименте, дают возможность определить структуру их фактической реализации. Значительно хуже обстоит дело с постановкой изучения спроса на пылесосы, полотеры и другие электротовары. Ни один из торгов столицы, занимающийся их реализацией не имеет данных о запасах и продаже в ассортименте.

В результате анализа фактической реализации стиральных машин в ассортименте в розничной сети Мосэлектробытторга за II полугодие 1964 г., а также данных о неудовлетворенном спросе, разработана примерная структура реализации стиральных машин на 1965 г. по Москве.

На основании структуры реализации стиральных машин в ассортименте с учетом неудовлетворенного спроса по магазину № 10 Мосэлектробытторга и тенденций, выявленных в реализованном спросе, производится расчет планируемой реализации стиральных машин в ассортименте в целом по Москве. В итоге уточнен показатель общего объема реализации стиральных машин, который принят в количестве 160 тыс. штук.

Важным условием формирования ассортимента товаров в магазинах является обоснованный расчет нормы товарных запасов. В магазинах Москвы, даже Мосэлектробытторга, устанавливаются лишь общие нормы товарных запасов по каждому магазину в целом. Такая практика имеет серьезные недостатки, поскольку не обеспечиваются предпосылки для планирования снабжения магазинов товарами в ассортименте, отвечающем требованиям покупателей. Анализ структуры запасов электротоваров по маркам показал крайнюю неравномерность их размещения по различным предприятиям и несоответствие структуре реализации.

При разработке норм и нормативов запасов необходимо учитывать материалы изучения спроса, периодичность доставки товаров, возможность рационального размещения и хранения товаров в каждом магазине. В главе произведен расчет норм и нормативов товарных запасов по магазину № 10 Мосэлектробытторга с применением методики, предусмотренной в Инструкции Государственного комитета Совета Министров СССР по торговле.

Объем и ассортиментная структура предполагаемой реализации электротоваров бытового назначения на предстоящий год, рассчитанные на основе материалов изучения спроса, нормативов и анализа фактических запасов этих товаров в розничной торговой сети являются исходными данными для обоснования заказов. В диссертации изложены рекомендации по разработке заказов на электротовары бытового назначения на основе изучения спроса населения. В качестве примера приведен расчет заказа на стиральные машины, составленный по материалам изучения спроса на эти товары в Москве.

Третья глава заканчивается разделом, в котором рассматриваются вопросы изучения формирующегося спроса населения и использования этих материалов при разработке

конструкций новых типов электротоваров бытового назначения. Исключительно важное значение имеет постановка широкой рекламы этих товаров, проводимая как специальными организациями по торговой рекламе, так и всеми оптовыми и розничными звеньями торговли. Наряду с такими общепринятыми формами рекламы как объявления по радио, в периодической прессе и т. п., весьма эффективным представляется создание короткометражных кино и телевизионных фильмов, рекламирующих значение тех или иных изделий для улучшения быта, информирующих население о правилах пользования этими изделиями, порядке проведения мелкого ремонта в домашних условиях и т. д. Изучение спроса населения должно быть органически связано с рекламой товаров, содействующей формированию потребностей, и широкому внедрению электротоваров в быт советских людей.

Основные разделы работы получили отражение в ряде публикаций:

1. «Рационализация труда в быту как фактор роста свободного времени», журнал «Вопросы философии», № 12, 1964 г.

2. «Электротовары сегодня и завтра», журнал «Советская торговля», № 6, 1963 г.

3. «Система заказов на электротовары бытового назначения», МИНХ им. Г. В. Плеханова, сборник научных работ.

4. «Совершенствование системы заказов на электротовары», МИНХ им. Г. В. Плеханова. Научная конференция профессоров, преподавателей и аспирантов (10—14 февраля 1964 г.) тезисы докладов, 1964 г.