
УДК 655.42(47+57)

Г. П. ГРЕТ

**УДОСКОНАЛЕННЯ ОСОБЛИВИХ УМОВ
ПОСТАВКИ НЕПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ
І ДОГОВІРНИХ ВІДНОСИН
МІЖ ВИДАВНИЦТВАМИ ТА КНИГОТОРГАМИ**

До недавнього часу договору відводилась пасивна роль. Він був ніби доповненням до плану [10, с. 122], що не сприяло вдосконаленню взаємовідносин промисловості з торгівлею як рівноправних партнерів. До того ж часті зміни у виробничій програмі порушували збалансованість між попитом і пропозиціями. Все це дезорганізувало стан договірної дисципліни, сприяло корекції і уточненню договорів протягом року не лише в асортименті, а і в загальній сумі поставок.

На сучасному етапі господарський договір покликаний не лише допомагати виконувати плани реалізації і товарообороту, але й формувати їх, виправляти помилки в них, уточнювати, зацікавлювати працівників у кінцевих результатах праці. Особливо зростає значення договору в умовах самоуправління, підвищення рентабельності, прибутковості видавництва та підприємств книжкової торгівлі.

У книжковій торгівлі, договір, як правило, заключається на рік з можливим продовженням його на наступні роки. За останні 15 років для структури договірних відносин ВДО «Союзкнига» та видавництв характерна стабільність.

Як видно з табл. 1, кількість заключених договорів майже не змінилась, тоді як сума збільшилась у 2,5 раза. Це свідчить про сталу систему договірних відносин, довгострокові зв'язки, що характерно для книжкової торгівлі.

В «Особливих умовах поставки неперіодичних видань видавництвами книготорговельним організаціям сказано, що не пізніше ніж за

20 днів до початку кварталу видавництво подає уточнений квартальний план поставки в кількості примірників, передбачених у договорі. Однак він не завжди виконується. Тому в «Особливих умовах» доцільно було б зазначити, що 3...5% випуску книжкових творів, затверджених у плані, можуть бути замінені видавництвами, а книготорговельні організації мають купляти їх на комісійних засадах. Слід визначити процент виходу книг поза планом. Договір повинен впливати на якість товарів. З цією метою в «Особливих умовах» необхідно передбачити право книготорговельних організацій відмовлятися від заключення договорів з підприємствами, що систематично поставляють неякісний товар.

Одним з нових видів взаємовідносин торговельних організацій і підприємств, що сприяють ритмічній поставці товарів, є договір про соціалістичну співдружність.

Договори про співдружність мають двосторонній характер. Колективи видавництва та поліграфічних підприємств беруть на себе додаткові зобов'язання, що стосуються якості й асортименту продукції, організації поставки та ритмічності виробництва. Торгівля зобов'язується організувати безперервну реалізацію товарів, передбачених договором — більш детально вивчати попит населення та своєчасно орієнтувати підприємства на випуск необхідних споживачам товарів; активно рекламувати нові товари, формуючи при цьому попит на них.

Книготорговельні організації ще недостатньо впливають на виробництво книг внаслідок дії об'єктивних і суб'єктивних фак-

Таблиця 1

Показники організації господарських зв'язків на основі заключених договорів з постачальниками ВДО «Союзкнига»

Роки	Договори	
	Кількість	Сума, тис. крб.
1971	60	404865,6
1975	61	520262
1981	57	741109
1986	57	1008545

торів, у тому числі недосконалості механізму «Особливих умов...».

«Положення про поставки товарів народного споживання» і «Особливі умови...» передбачають, що при заключенні та виконанні договору кожна з сторін «повинна поважати госпрозрахункові інтереси іншої сторони, виконувати свої зобов'язання найбільш економічним для соціалістичного народного госпо-

Таблиця 2

**Отримані ВДО «Союзкнига»
штрафні санкції за 1981—1985 рр.**

Штрафи, пені, неустойки	Сума, тис. крб.		
	1981	1983	1985
За порушення якості	3,8	8,3	3,5
За погану упаковку товарів	9,0	12,0	4,2
За перепоставку контейнерів	4,0	0,4	—
За недопоставку товарів	1,2	1,9	6,5
За зберігання літератури для фірми «Берізка»	—	—	12,0
Всього	18,0	22,6	26,2

дарства чином і сприяти іншій стороні у виконанні нею своїх зобов'язань» [9, с. 141].

Примусити поставляти товари належної якості й асортименту в торгівлю можна, штрафуючи порушників договірної дисципліни. Зараз висувуються пропозиції про збільшення штрафних санкцій за невиконання договірних зобов'язань [8, с. 101]. Причому їх необхідно підвищити до рівня планової рентабельності виробництва видань [11, с. 6—9]. Пропонується також підвищувати розмір штрафів, що залишаються в оптовій ланці [13, с. 14]. Варто було б, на думку багатьох економістів, встановити безакцептний порядок стягнення штрафів за поставку неякісних товарів [14, с. 63].

На думку Р. Локшина і В. Тюкова, до якої ми приєднуємось, «...збільшувати розмір штрафів не варто, оскільки і ті санкції, які за діючим положенням можуть бути пред'явлені, в значній мірі поки що не стягуються» [6, с. 42]. Як зауважує Д. Український, штрафні санкції пред'являються у сорока випадках зі ста [12, с. 3].

Використання санкцій, безумовно, перш за все залежить від того, наскільки ефективна їх система, чи достатньо відчутний майновий вплив і в якій мірі економічно зацікавлена інша сторона в отриманні санкцій. Підвищення ефективності майнової відповідальності залишається актуальним. Вони дають змогу подолати «психологічний бар'єр» деякої частини господарників — небажання псувати відносини з контрагентами, які порушили зобов'язання, що нерідко приводить до взаємного амнігування планової і договірної дисципліни.

В 1981—1985 рр. спостерігалось зростання отриманих ВДО «Союзкнига» штрафів більш ніж у два рази, що свідчить про

недобросовісне виконання своїх зобов'язань постачальниками (табл. 2).

Діючий порядок матеріальної відповідальності не впливає достатньою мірою на недобросовісних постачальників і не викликає у них прагнення до поставки книг необхідного асортименту та високої якості. Система санкцій за порушення договірних зобов'язань базується на відносно однаковій відповідальності, що передбачає економічну нерівність відповідальності сторін за одні й ті ж порушення. У великого видавництва чи друкарні і оптової бази книготоргу непорівняльні обсяги реалізації товарів, абсолютні розміри доходів і рівня рентабельності. Велике підприємство при зриві поставки майже не страждає від матеріальних санкцій, тоді як торгова організація стає перед загрозою невиконання плану товарообороту та доходу, а штрафи, якщо їх вдається стягти з постачальника, компенсують лише невелику частку втрат.

Зниження заохочувальних фондів внаслідок недовиконання одних показників може перекриватись за рахунок перевиконання інших. Це можливе тому, що в фондоутворюючих показниках відсутній взаємозв'язок. Асортимент планується згідно випуску найважливіших видів видань, а реалізація — згідно поставки й оплати всієї продукції.

На баланс видавництва впливає лише різниця між отриманими та сплаченими сумами, а виплати йдуть з доходів підприємств, що мають досить високий рівень рентабельності.

Деяке збільшення розмірів санкцій зобов'яже постачальників приділяти необхідну увагу дотриманню технологічної дисципліни, що, в свою чергу, поліпшить якість видань.

Роботу книготорговельних організацій і підприємств ускладнює часте уточнення планів поставок неперіодичних видань, зміна видавництвами квартальних планів випуску. У зв'язку з цим варто установити матеріальну відповідальність підприємств за невиконання квартальних планів поставки по обсягу — ввести штрафні санкції від суми поставки, перенесеної на наступні квартали.

Ефект від застосування штрафів зріс би, якби особи, з вини яких нанесені збитки, притягались не лише до дисциплінарної, але і матеріальної відповідальності.

Книготорговельні організації зацікавлені не в отриманні штрафів, які навіть не покривають втрат, зв'язаних з виявленням і поверненням браку виробнику, а в добротності видань, що поставляються. Тому, на думку спеціалістів, не штраф, а диференційована залежно від комерційної ситуації, що складається, торгова знижка може стати реальним економічним стимулом захисту інтересів постачальника та покупця.

Розміри торговельних знижок вказуються в договорах поставки. При визначенні розмірів торговельних знижок до уваги беруться витрати обороту книготорговельної організації і прибутковість, яка б забезпечила нормальну фінансово-господарську діяльність.

Функціонування підприємств в якісно змінених умовах вимагає занадто великих для книжкової торгівлі видатків в її нинішньому стані [7, с. 57]. Т. С. Гунич, А. П. Кузнецов, А. М. Бірман, Є. Н. Кузнецова також вважають за необхідне «певний перерозподіл прибутку між видавництвами і книготорговельними організаціями» [4, с. 22—23; 5, с. 28—30]. Для успішного розвитку вітчизняної книжкової торгівлі розмір знижки повинен знаходитись в межах 27... 30% [3, с. 25].

Важливо диференціювати знижку по асортиментних розділах, підвищити її у зв'язку зі збільшенням витрат на ускладнення обліку, обладнання й утримання матеріально-технічної бази книготорговельних організацій.

Диференційовані торговельні знижки дають змогу посилити економічні, госпрозрахункові методи впливу на промислові підприємства з метою розширення асортименту, підвищення якості та послаблення дефіциту окремих неперіодичних видань. Наприклад, торговельним підприємствам нерідко вигідно віддати промисловості частину торговельної знижки на товари, що швидко реалізуються (у нашому випадку видань), оскільки їх реалізація вимагає менших витрат. Разом з цим підприємства повинні збільшувати торгівлі знижки на товари, що повільно реалізуються.

Книготорговельна знижка може стати дієвим стимулом для удосконалення ритмічності поставок, підвищення відповідальності видавництв за вчасний випуск запланованих книг. Наприклад, якщо видання вийшло в світ із запізненням на 1... 1,5 міс., то знижку слід збільшити на 10... 15%. Коли ж з іще більшим запізненням, то знижка має становити 20... 25%. Доцільно при допомозі диференційованих знижок боротися з практикою видань, що переходять з одного тематичного плану випуску в інший. На всі книги, випущені після 31 грудня, книготорговельна знижка до 1 лютого має становити 30%, пізніше — 40%. Необхідно вивчити питання про диференціацію торговельних знижок по декадах місяця, даючи найбільш високу знижку в третій декаді, в зв'язку з тим, що саме в цей час надходить найбільша кількість продукції і, щоб її прийняти, доводиться наймати додатково робітників, застосовувати понаднормові роботи.

Удосконалення договірних відносин не лише впливає на зменшення витрат обороту, але й удосконалення технології книгодрукування та поліпшення якості продукції, підвищення ритмічності виробництва, і поставок, від яких залежить неперервність товарного обігу.

Згідно з «Особливими умовами...» у договорах обумовлюється річний план поставки, а квартальний повинен бути не менше 25% річного плану. Окремо вказуються місячні плани поставки, які становлять не менше 1/3 квартального. Але видавництва не дотримуються цих вимог. Зокрема, по видавництву «Фізкультура й спорт» сума здачі тиражів у грудні 1986 р. становила близько 43% плану IV кварталу, по Стройиздату — 53,2%.

Шляхи досягнення ритмічності поставок різноманітні. Передусім необхідно розробити та впровадити графіки ритмічності поставок, куди слід включати часткові терміни відгрузки у межах певних періодів. Стимулювати ритмічність поставок можна також системою преміювання, з допомогою соціалістичного змагання.

В «Особливих умовах...» потрібно удосконалити принципи, форми, терміни розробки і подання замовлень книжкової торгівлі на видання, що готуються до виходу в світ, участь видавництва у здійснюваній книжковою торгівлею системі вивчення попиту покупців і розробці замовлень на рівні роздрібної торгівлі тощо.

Для того, щоб договори були реальними, доцільно також узгодити плани поставки літератури в книготорги і плани товарообороту, що встановлюються на місяцях. Відсутність такого узгодження змушує книготорговельні організації замовляти для товарного покриття плану товарообороту деякі видання в кількостях, що перевищують реальний попит. А це, в свою чергу, сприяє «осіданню» цих книг на складах, зниженню економічних показників господарської діяльності.

Все це сприятиме зміцненню господарських зв'язків між видавництвами та книготорговельними організаціями, забезпечить суворе дотримання договірних зобов'язань.

1. Материалы XXVII съезда КПСС. М., 1986. 2. О задачах партии по коренной перестройке управления экономикой: Доклад Генерального секретаря ЦК КПСС М. С. Горбачева на Пленуме ЦК КПСС 25 июня 1987 года // Политическое самообразование. 1987, Вып. 8. С. 3—41. 3. Ежков В. В. Улучшение экономических условий деятельности организаций и предприятий Комитета по печати при Совете Министров СССР // Издательское дело. Книговедение. 1973. № 6. С. 24—27. 4. Кузнецов А. П., Гунич Т. С. Пути повышения рентабельности // Книжная торговля. 1971. № 7. С. 22—23; 5. Кузнецова Е. Н. Товарные запасы и оборотные средства книготорговых организаций // Книжная торговля. 1975. С. 1—53. 6. Локишин Р., Тюков В. Ускорение обращения товаров народного потребления // Вопросы экономики. 1976. № 2. С. 36—44. 7. Марин А. П. Нерешенные вопросы деятельности книготорговых организаций // Издательское дело. Книговедение. 1975. № 6. С. 51—59. 8. Орлов Я. Л. Об укреплении хозрасчетных связей торговли с промышленностью // Вопросы экономики. 1975. № 5. С. 94—103. 9. Положение о поставках продукции производственно-технического назначения. Положение о поставках товаров народного потребления. М., 1988. 10. Проблемы развития советской торговли на современном этапе. М., 1974. 11. Салий В. Активизировать коммерческие отношения // Советская торговля. 1978. № 1. С. 6—9. 12. Украинский Д. Соблюдать договор! // Правда. 1979. 2 июня. 13. Фонарев Е. Полнее использовать оборотные средства // Советская торговля. 1978. № 8. С. 13—18. 14. Язев В. А. Промышленность и торговля. М., 1978.

Стаття надійшла до редколегії 21.01.86