
СТАТИСТИКА СОВЕТСКОЙ КООПЕРАТИВНОЙ ТОРГОВЛИ



Наговицина Л. П. и др.

Н16 Статистика советской кооперативной торговли:
Учебник для кооп. вузов/Наговицина Л. П., Гладкая И. И., Ноткин В. Е. — М.: Экономика, 1983. — 280 с.

В учебнике рассматривается статистика розничного и оптового товарооборота, товарных запасов, а также материально-технической базы торговли, труда и заработной платы, цен, издержек обращения и рентабельности. Широко представлены методы анализа торговой-экономической информации. Особое внимание обращено на анализ влияния социально-экономических факторов на показатели хозяйственной деятельности потребительской кооперации.

Н 3503000000—079
011(01)—83 103—83

ББК 65.9(2)421
338Т8

**Лидия Павловна Наговицина, Ирина Иосифовна Гладкая,
Владимир Ефимович Ноткин**

СТАТИСТИКА СОВЕТСКОЙ КООПЕРАТИВНОЙ ТОРГОВЛИ

Зав. редакцией **В. Г. Бутенко**
Редактор **Е. Г. Федосеева**
Мл. редактор **И. М. Волкова**
Худож. редактор **А. Н. Михайлов**
Техн. редактор **Т. Г. Азаниева**
Корректор **Л. М. Филькова**
Оформление художника **В. Найдено**

ИБ № 2068

Сдано в набор 23.12.82. Подписано к печати 16.03.83. Формат 84 × 108^{1/82}.
Бумага типографская № 2. Литературная гарнитура. Высокая печать.
Усл. печ. л. 14,7/14,7 усл. кр.-отт. Уч.-изд. л. 14,9. Тираж 25 000 экз.
Заказ 5. Цена 75 к. Изд. № 5335.

Издательство «Экономика», 121864.
Москва, Г-59, Бережковская наб., 6.

Ленинградская типография № 6 ордена Трудового Красного Знамени
Ленинградского объединения «Техническая книга» им. Евгении Соколовой
Союзполиграфпрома при Государственном комитете СССР
по делам издательств, полиграфии и книжной торговли.
193144, г. Ленинград, ул. Монсеенко, 10.

А.П.НАГОВИЦИНА, И.И.ГЛАДКАЯ, В.Е.НОТКИН

СТАТИСТИКА СОВЕТСКОЙ КООПЕРАТИВНОЙ ТОРГОВЛИ

Допущено Министерством высшего и среднего
специального образования СССР
в качестве учебника
для студентов кооперативных вузов

МОСКВА ЭКОНОМИКА 1983

ББК 65.9 (2) 421

338Т8

Авторами отдельных глав учебника являются:

д-р экон. наук профессор Л. П. НАГОВИЦИНА — гл. I, II,
IV, VIII, X (совместно с В. Е. НОТКИНЫМ) и § 3 гл. V;
канд. экон. наук доц. И. И. ГЛАДКАЯ — гл. VI, IX, XI, XII
и § 1, 2 гл. V;
канд. экон. наук, доц. В. Е. НОТКИН — гл. III, VII, XIII.

Р е ц е н з е н т ы:

канд. экон. наук **Е. И. Кулинич**
(Полтавский кооперативный институт);
канд. экон. наук **У. А. Казун**
(Гомельский кооперативный институт).

Н $\frac{3503000000-079}{011(01)-83}$ 103—83

© Издательство «Экономика», 1983

**ПРЕДМЕТ, ЗАДАЧИ И МЕТОДЫ СТАТИСТИКИ
КООПЕРАТИВНОЙ ТОРГОВЛИ.
ОРГАНИЗАЦИЯ СТАТИСТИКИ ТОРГОВЛИ**

**§ 1. ПРЕДМЕТ И ЗАДАЧИ СТАТИСТИКИ
КООПЕРАТИВНОЙ ТОРГОВЛИ**

В условиях товарного производства при социализме основная масса общественного продукта (средств производства и предметов потребления) поступает в экономический оборот в форме товара. Обращение товаров происходит посредством купли-продажи в трех формах: материально-техническое снабжение, торговля, заготовки. Цель материально-технического снабжения — обеспечить все социалистические предприятия средствами производства. Обращение средств производства осуществляется через систему специализированных снабженческих и сбытовых органов.

Предметы потребления реализуются населению посредством торговли, которую осуществляют государственные организации и предприятия и потребительская кооперация. Часть товаров реализуется на колхозных рынках колхозами и населением.

Заготовки имеют общее с материально-техническим снабжением по цели и методам осуществления. Их цель — обеспечить отрасли промышленности сырьем. Они производятся в форме закупок, выполняются заготовительными организациями ряда министерств и потребительской кооперацией. Заготовительный оборот продуктов питания, годных к непосредственному потреблению, представляет обращение предметов потребления и по форме ближе к торговле.

Статистика кооперативной торговли охватывает две из трех форм товарного обращения: торговлю и заготовки.

Предметом статистики кооперативной торговли выступает количественная сторона качественных и количест-

венных изменений социально-экономических явлений и процессов в сфере обращения. Статистика дает количественную оценку состояния, состава, размещения, динамики объемных (количественных) показателей, таких, как товарооборот, товарные запасы, выпуск блюд в общественном питании и т. д. И вместе с тем характеризует качественные показатели: производительность труда торговых работников, оборачиваемость товарных запасов, уровень издержек обращения, рентабельность торговли, уровень и соотношение цен на товары и т. д.

Количественная и качественная характеристики находятся в тесной зависимости. Качественная определенность не существует без количественной меры. Количественная оценка выступает качественной характеристикой. Так, например, количество товаров в запасах определяет степень гарантированности товарооборота. Излишние по величине запасы товаров замедляют обращение, переходят в разряд неходовых и залежалых, количественная недостаточность вызывает неудовлетворенный спрос.

Определяя товарооборот, мы его характеризуем с количественной стороны как совокупность актов купли-продажи, но не упускаем и качественную сторону, экономический смысл, общественные отношения в области товарного обращения, что дает возможность выделить экономические, т. е. качественно однородные совокупности актов купли-продажи: оптовый, розничный и другие категории товарооборота.

Потребительская кооперация осуществляет заготовку и переработку сельскохозяйственных продуктов и сырья, производит товары народного потребления, торговое оборудование, занимается бытовым обслуживанием сельского населения, строительством магазинов, складов, столовых и других объектов, имеет достаточно развитое транспортное хозяйство. Но деятельность этих отраслей подчинена главной задаче — улучшить торговое обслуживание населения и неразрывно связана с основной отраслью — торговлей. Поэтому в статистике советской кооперативной торговли изучаются показатели и этих отраслей деятельности потребительской кооперации.

Научно-теоретическая основа статистики кооперативной торговли — диалектический и исторический материализм, марксистско-ленинская политическая экономия.

Статистика кооперативной торговли тесно связана с теорией статистики, методы и приемы которой детализи-

руются применительно к деятельности потребительской кооперации, с бухгалтерским учетом (данные бухгалтерского учета — важный источник статистического исследования), с экономикой торговли, экономической статистикой, планированием народного хозяйства и т. д. В статистических исследованиях учитываются достижения этих наук, в то же время статистика обогащает эти науки новыми данными.

Статистика торговли решает следующие основные задачи:

дает исходный материал для составления планов по всем отраслям деятельности потребительской кооперации. Под исходным материалом понимается не только статистическая отчетность, но и материалы исследования, вскрывающие причинно-следственные связи, основные тенденции развития, их количественную определенность, т. е. та исходная информация, которая позволяет предвидеть, прогнозировать место и роль факторов и тенденций в будущем и, таким образом, может служить базой, фундаментом для составления планов;

характеризует состояние, состав и размещение, динамику социально-экономических явлений и процессов в сфере обращения, степень выполнения плана, выявляет резервы для увеличения масштабов деятельности потребительской кооперации;

пропагандирует достижения потребительской кооперации в статистических сборниках, журналах, газетах.

К статистике предъявляются требования по обеспечению систематического наблюдения за ходом выполнения плана, углублению экономического анализа, выявлению тенденций и закономерностей развития, улучшению всей системы экономической информации, совершенствованию статистических показателей и внесению в отчетность изменений, вытекающих, в первую очередь, из постановлений ЦК КПСС и Совета Министров СССР «О мерах по дальнейшему развитию торговли и улучшению торгового обслуживания в одиннадцатой пятилетке» (январь 1982 г.), «О Продовольственной программе СССР на период до 1990 года» (май 1982 г.).

Система показателей статистики кооперативной торговли должна быть ориентирована на всестороннее изучение экономических, социальных процессов и новых явлений в развитом социалистическом обществе, исследование эффективности материальных и трудовых затрат

в сфере обращения, ускорение научно-технического прогресса и сокращение ручного труда, повышение качества труда и торгового обслуживания. Задача статистики — выявить резервы в затратах живого труда за счет повышения его производительности, а также овеществленного труда за счет рационального использования торговых, складских площадей, машин и оборудования.

Статистика торговли должна дать своевременную и правдивую информацию об обеспечении подъема материального и культурного уровня жизни народа, степени удовлетворения спроса населения на товары. В этом торговая статистика смыкается с социальной.

Повышаются требования статистики к изучению запасов товаров, их оборачиваемости, обеспеченности товарооборота товарными ресурсами по объему и ассортименту, формированию и расходованию оборотных средств.

Статистический учет — важный рычаг в использовании планового уровня издержек обращения, в достижении необходимого уровня рентабельности. Совершенствование статистической работы тесно увязано с обеспечением достоверности отчетных данных, механизацией статистических разработок.

§ 2. МЕТОДЫ СТАТИСТИКИ КООПЕРАТИВНОЙ ТОРГОВЛИ

Задачи, стоящие перед статистикой торговли, решаются специфическими статистическими методами: массового наблюдения, группировки и сводки, вычисления обобщающих показателей и статистическим анализом, т. е. методами, присущими статистике как науке.

Метод массового статистического наблюдения включает специально организованные наблюдения (сплошные, выборочные) и статистическую отчетность. До 30-х годов информация о торговле представлялась в виде специально организованных статистических наблюдений в форме сплошных учетов. Необходимость их объяснялась тем, что государственная статистика не могла базироваться целиком на ведомственных материалах. Налаженную статистику в то время имела лишь потребительская кооперация.

В 1932 г. была проведена перепись розничной сети и торговых кадров, а в 1933 г. — Всесоюзная перепись общественного питания.

Самое крупное единовременное наблюдение в торговле — Первая всесоюзная общеторговая перепись по состоянию на 1 апреля 1935 г. Перепись охватила все оптовые и розничные организации и предприятия, дала разносторонний материал, характеризующий состояние торговли. При разработке материалов переписи были применены группировки по размеру товарооборота, торговой площади, расстоянию до снабжающих баз — группировки, ставшие классическими. Розничные предприятия распределялись по типам и товарной специализации, впервые была дана характеристика магазинов повседневного спроса.

В 1949 г. проведена Вторая всесоюзная общеторговая перепись. После 1949 г. торговые переписи не проводились. ЦСУ СССР организует ряд единовременных обследований по наиболее актуальным вопросам: учет специализированных магазинов (в 1957 и 1961 гг.), предприятий общественного питания (1963 г.), магазинов самообслуживания и фирменных магазинов промышленных министерств (1979 г.) и др.

Примерно раз в 10 лет осуществляется выборочный учет мелкооптовой продажи организациям, учреждениям, предприятиям. Ежегодно проводится учет неходовых и залежалых товаров. Широкое применение единовременные учеты находят в изучении спроса населения на товары народного потребления.

Единая система отчетности как средство народного государственного контроля установлена в 1930—1932 гг. после вытеснения частного капитала из торговли. С этого времени отчетность — основной способ статистического наблюдения за торговлей в СССР. Богатство статистической информации в общегосударственном масштабе, статистические публикации отражают преимущество советской статистики перед буржуазной. Отчетность обеспечивает массовые, достоверные, собранные и обработанные по единой методологии данные.

Метод группировок приобретает в статистике торговли особое значение, поскольку объектами исследования в ней выступают наиболее массовые показатели и признаки: численность населения с индивидуальными особенностями спроса и предпочтения, число магазинов по типам, специализации, размеру товарооборота, акты купли-продажи во всем многообразии и экономических различиях, численность и состав торговых работников по уровню обра-

зования, квалификации, стажу работы, возрасту и т. д.

В статистике торговли много внимания уделяется такому специфическому виду группировок, как классификация. Классификация товаров народного потребления в реализации, запасах, поступлении (товарная номенклатура), отражаемая в статистической отчетности, — объект постоянного изучения, совершенствования, поскольку от ее обоснованности в значительной степени зависят достоверность и единообразие статистической информации по товарным группам.

Метод обобщающих показателей в статистике торговли направлен на цифровую характеристику массовых явлений и процессов в сфере обращения с помощью абсолютных, относительных, средних величин. В статистике торговли используются специфические для статистики методы: исследование динамических рядов, вариационный, регрессионный, корреляционный анализ, индексы, графическое и табличное изображение данных. В системе потребительской кооперации применяются все статистические методы и приемы для характеристики достигнутого в хозяйстве уровня, а также прогнозирования и планирования показателей торговой, заготовительной и других отраслей деятельности.

§ 3. ОРГАНИЗАЦИЯ СТАТИСТИКИ КООПЕРАТИВНОЙ ТОРГОВЛИ

По отрасли «Торговля» статистическую работу организует, направляет отдел статистики торговли ЦСУ СССР. Этот отдел разрабатывает инструкции, новые формы статистической отчетности, всю документацию к статистической отчетности (товарный словарь, табель форм статистической отчетности и т. д.); проводит единовременные (сплошные и выборочные) статистические наблюдения, готовит к изданию статистические материалы, осуществляет методологическое руководство.

В системе потребительской кооперации порядок представления статистической отчетности следующий.

Первичное звено, составляющее отчетность, — потребительское общество и предприятия, состоящие на самостоятельном балансе. Нехозрасчетные предприятия отчетность не составляют. Они передают первичные документы (счета, накладные, акты, квитанции о сдаче торго-

вой выручки и др.) в торговую организацию, которой подчиняются. Затем отчетность последовательно передается по звеньям (рис. 1).

В потребительском обществе и хозрасчетном торговом предприятии статистической работой занимается экономист, в райпотребсоюзе, райпо и обл (край, респ. АССР)

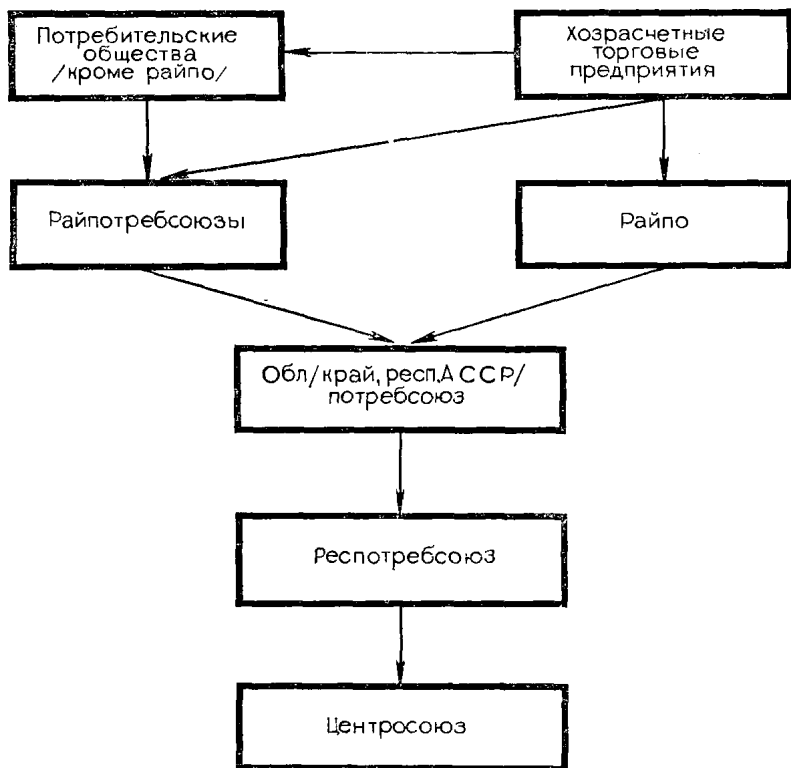


Рис. 1. Схема движения статистической отчетности потребительской кооперации СССР

потребсоюзах она сосредоточена в планово-экономических отделах.

В респотребсоюзах союзных республик и Центросоюзе в структуре планово-экономических управлений выделены отделы статистики, которые накапливают, анализируют, публикуют статистическую информацию, осуществляют методологическое руководство подведомственными статистическими службами, разрабатывают всю необходимую

статистическую документацию: таблицы и альбомы форм, а также ведомственные формы статистической отчетности, инструкции, тетради оперативного учета, книги-описи товарных запасов и прочих инструментарий.

Все организации потребительской кооперации представляют важнейшие формы отчетности (в соответствии с утвержденным ЦСУ СССР табелем форм отчетности) органам ЦСУ на местах. Сводка данных по стране по показателям торговли осуществляется в отделе торговли ЦСУ СССР.

Специально организованные статистические наблюдения осуществляются в зависимости от целей и задач на различных уровнях под руководством либо центральных органов (ЦСУ СССР, Центросоюз), либо местных организаций.

ОСНОВНЫЕ КАТЕГОРИИ ТОВАРООБОРОТА И СТАТИСТИКА ОПТОВОГО ТОВАРООБОРОТА

§ 1. ПОНЯТИЕ И ОСНОВНЫЕ КАТЕГОРИИ ТОВАРООБОРОТА. ЗВЕННОСТЬ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ

Товарооборот — главный показатель торговли. Товарооборотом называется продажа товаров, т. е. материальных благ. Товар должен быть носителем двух признаков: быть полезным человеку (потребительная стоимость) и быть произведенным для продажи (стоимость). Наряду с продажей товаров в народном хозяйстве продаются услуги (транспорта, связи, зрелищных предприятий), однако они не создают материальной продукции, поэтому их стоимость не включается в товарооборот.

С другой стороны, не всякое движение материальных благ из сферы производства в сферу потребления следует считать товарооборотом, а только такое движение, которое сопровождается актом купли-продажи. Безвозмездная передача материальных благ не является товарооборотом. Не относится к товарообороту внутренняя переброска товаров в пределах одной организации (отпуск товаров нехозрасчетным торговым, производственным и другим предприятиям, с одного склада на другой склад и т. д.).

С количественной стороны товарооборот можно охарактеризовать как сумму отдельных актов купли-продажи за определенный период времени (месяц, квартал, год). Акты купли-продажи сочетаются в различных комбинациях. Варианты сочетаний позволяют построить группировку актов купли-продажи по признаку продавца и покупателя и на ее основе дать определение основных категорий товарооборота ¹.

Продавец

1. Производитель.
2. Производитель.
3. Торговая организация,
4. Торговая организация.

Покупатель

1. Потребитель.
2. Торговая организация.
3. Торговая организация.
4. Потребитель.

¹ Эта группировка, ставшая классической, впервые дана Н. Н. Рязовым и Н. П. Тительбаумом.

По признаку продавца четко выделяются две категории товарооборота производителей и товарооборот торговых организаций (торгово-посреднический оборот). Товарооборот производителей характеризует массу товаров, которые впервые вступили в сферу обращения. Это — ресурсы, призванные обеспечить потребность в товарах всех звеньев товаропроводящей сети. Торгово-посреднический товарооборот дает представление о масштабе деятельности торговли как отрасли народного хозяйства. Существует связь между объемом розничного товарооборота, товарной массой, поступившей в сферу обращения, и запасами товаров. Превышение товарной массы, впервые вступившей в обращение, над размером розничного товарооборота за год означает накопление запасов. И наоборот, если розничный товарооборот за год превышает товарооборот производителей, то это свидетельствует о сокращении запасов товаров.

Соотношение между товарооборотами производителей и торговых организаций определяет степень обособления торговли в общественном разделении труда как отрасли народного хозяйства.

По признаку покупателя также выделяются два типа операций: те, которые совершаются внутри сферы обращения (2 + 3) — оптовый товарооборот, и те, где товары выходят из сферы обращения для потребления (1 + 4) — розничный товарооборот. Эта группировка по своей сути — экономическая, поскольку классифицирует товарооборот по роли в обращении и во всем общественном воспроизводстве. Оптовый и розничный товарооборот — основные категории в статистике торговли. Оптовый товарооборот — продажа товаров производителями или торговыми организациями другим торговым организациям для последующей перепродажи. Оптовый товарооборот характеризует товарное обеспечение розничной торговли. Розничный товарооборот — реализацию товаров населению или для населения.

Розничным товарооборотом завершается цикл обращения товаров, материальные блага переходят в сферу потребления, прекращают свое товарное существование.

Чтобы охарактеризовать всю массу операций купли-продажи в стране, находят категорию валового товарооборота. Валовой товарооборот вычисляется в двух вариантах (по признакам продавца и покупателя): как сумма всех продаж, т. е. производителей совместно с торговыми

организациями, и как сумма всех оптовых и розничных покупок. Валовой оборот содержит повторный счет. Стоимость каждого товара отражается в нем столько раз, сколько актов купли-продажи совершено с его участием. Элементы повторного счета возникают в торгово-посредническом (по признаку продавца) и в оптовом товарообороте (по признаку покупателя), где один и тот же товар может быть реализован (куплен) несколько раз.

Если исключить повторный счет продаж, то получим чистый товарооборот. Чистый товарооборот — это сумма конечных, последних продаж. В целом по народному хозяйству чистый товарооборот равнозначен розничному. Однако если он вычисляется для отдельной торговой системы, например потребительской кооперации, то чистый товарооборот кооперативной торговли будет больше розничного на сумму оптовых продаж другим торговым системам. Аналогично чистый оборот для области больше розничного на величину оптовой реализации другим областям. Категории валового и чистого товарооборота используются для вычисления коэффициента звенности товародвижения.

Звенность товародвижения — это число актов купли-продажи определенного товара при его движении в сфере обращения. Товар на своем пути от производства до потребителя может пройти одно, два, три и даже четыре звена. Наиболее простая форма товародвижения — непосредственная связь розничных организаций и предприятий с промышленными (прямые связи). В системе потребительской кооперации прямые связи осуществляются в основном местными производителями и по товарам простого ассортимента. Под однозвенной понимается такая форма товародвижения, когда товар на пути от производства до потребителя проходит одно оптовое звено. При двухзвенной форме товародвижения товар проходит два, при трехзвенной — три оптовых звена и т. д.

Чем меньше звенность товародвижения, тем быстрее он поступает в потребление, меньше материальные и трудовые общественные затраты, выше рентабельность торговой деятельности. Поэтому изучение звенности, определение рациональной схемы продвижения товаров — важнейшая задача экономистов. Для ее измерения служит показатель средней звенности движения всех товаров, который вычисляется в двух вариантах: расчетная (торгово-организационная — Z_p) и складская звенность (Z_c). Рас-

четная звенность показывает среднее число торговых звеньев, через которые прошел товар в сфере обращения. Она может вычисляться по торговой системе, региону, в масштабе всего народного хозяйства:

$$\bar{Z}_p = \frac{\text{Валовой товарооборот}}{\text{Чистый товарооборот}}.$$

Складская звенность показывает среднее число помещений (баз, складов, магазинов, столовых), через которые прошел товар в сфере обращения. Он вычисляется по такой формуле:

$$\bar{Z}_c = \frac{\text{Валовой расход товаров}}{\text{Чистый расход товаров}}.$$

В валовой расход товаров включается оптово-складской товарооборот, розничная реализация из торговой сети и общественного питания, мелкооптовая продажа со склада, прочий расход в опте, документальный расход в рознице. Чистый расход будет меньше валового на величину оптово-складского оборота.

Складская звенность больше, чем торгово-организационная, за счет дополнительных перевалок товаров в каждом звене.

§ 2. СТАТИСТИКА ОПТОВОГО ТОВАРООБОРОТА

Понятие и значение оптового товарооборота и поставки товаров. Оптовым товарооборотом называется продажа товаров торгующим организациям для дальнейшей перепродажи, промышленным предприятиям товаров рыночного фонда для переработки, а также другим вне рыночного потребителям (на экспорт, снабжение госбюджетных организаций и предприятий, Советской Армии и т. д.).

Оптовый товарооборот выражает начальное движение товаров от производителей к потребителям. Он характеризуется тем отличительным признаком, что совершается внутри сферы обращения. В оптовой торговле не заканчивается цикл реализации стоимости, овеществленной в товаре. Только в розничном товарообороте реализация означает завершение цикла обращения, так как лишь здесь товар выходит из сферы обращения и поступает в потребление. Основная цель оптовой торговли — довести товары до розничных организаций и предприятий с наименьшими затратами средств и времени. Этой цели

посвящены все функции, выполняемые оптом: концентрация и хранение товарной массы, переработка промышленного ассортимента в торговый, подсортировка, проверка качества товаров, изучение спроса населения на товары и др.

Оптовый товарооборот подразделяется в зависимости от форм и организации грузопотоков на оптово-складской и транзитный. Под оптово-складским понимается такая форма товародвижения, когда товар проходит через основное (для области или торговой системы) оптовое звено, здесь хранится, подрабатывается, подсортировывается, а затем отгружается со складов базы оптовым или розничным покупателям. При транзитной форме товары минуя основное оптовое звено, реализуются поставщиками непосредственно покупателям. В свою очередь транзитный товарооборот подразделяется на оплаченный и неоплаченный (в государственной торговле с участием и без участия в расчетах). При оплаченном транзите все расчеты осуществляются через основное оптовое звено (оптовое звено рассчитывается с поставщиком, а затем выставляет счета на оплату получателям товаров). Суть неоплаченного транзита заключается в том, что счета поставщиков оплачивает сам получатель товаров без посредничества основного оптового звена, чья роль сводится к организации товародвижения (заключение договора, контроль за его соблюдением, распределение товаров между получателями и т. д.), поэтому неоплаченный называется также организуемым транзитом. В последние годы роль организуемого транзита в товародвижении усиливается.

Через оптовую сеть происходит распределение товарных ресурсов. Ресурсы товаров народного потребления распределяются в плановом порядке по районам страны, торговым системам, назначению.

Для этого составляются материальные балансы. Цель балансов — определить по важнейшим наименованиям товаров источники образования ресурсов и установить порядок их использования. Торговые организации подразделяют все товары по источникам образования на две группы: из государственных и из местных ресурсов. В зависимости от направления использования товаров товарные ресурсы делятся на рыночные фонды, фонд прсыщенной переработки и вне рыночные фонды.

Рыночные фонды — та часть товаров народного потребления, которая выделяется для реализации населению