УДК - 947.087

МОРОЗ Ирина Анатольевна,
аспирант кафедры отечественной истории Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского , Брянск, Россия
zima.morozz@yandex.ru

MOROZ Irina Anatolievna,
Postgraduate student, Chair of Russian History, Bryansk State University, named after I.G. Petrovsky, Member of RAS, Bryansk, Russia
zima.morozz@yandex.ru

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ИЗУЧЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО СПРОСА В 50-60-е ГОДЫ В СССР

SOME ASPECTS OF EXPLORATION ON CONSUMER DEMAND IN THE USSR IN THE 1950-IES TO-1960-IES

В статье на основе анализа архивных материалов рассматривается необходимость изучения покупательского спроса в СССР в 1950-60-е гг. с целью улучшения планирования производства товаров. Представлены наиболее распространенные формы и приемы выявления спроса населения, недостатки и проблемы при их применении.

The paper considered on the basis of review of the data from the archives the necessity of exploring consumer demand in the USSR in the 1950-to-1960-ies, for the purpose of improving the planning of goods production. The most widespread formats and methods of identifying demand in the population have been presented, with imperfections and problems arisen while applying them.

Ключевые слова: **торговля, покупательский спрос, конференции покупателей, анкетный опрос, выставки-продажи.**

Key words: **trade, consumer demand, purchaser conference, survey upon questionnaire, exhibition-and-sale.**

Если в первые послевоенные годы в СССР главной была задача восстановления народного хозяйства, то в 50-60-е гг. с развитием промышленного и сельскохозяйственного производства, ростом доходов населения у людей появляется желание не просто купить то, что продается в магазине, а приобрести товары определенного вида и качества. Поэтому изучение покупательского спроса приобрело большое значение для развития советской торговли.

В данной работе мы попытались проанализировать появление проблемы изучения покупательского спроса, необходимость его осуществления со стороны промышленных и торговых предприятий для более четкого планирования выпуска товаров. Данный подход был важен в послевоенной стране для того, чтобы выпускаемая продукция находила своего потребителя, удовлетворяла желания покупателей и экономила материальные ресурсы.

На протяжении 50-х гг. изучение покупательского спроса носило эпизодический характер, проводилось неорганизованно, его результаты не систематизировались, не обобщались и не служили для торговых работников ориентиром в повседневной работе.

Не зная спроса населения, невозможно было активно воздействовать на промышленность в направлении улучшения ассортимента и повышения качества товаров, нельзя правильно формировать ассортимент в магазинах, на складах, оптовых базах, нельзя правильно планировать и завозить товары.

При изучении спроса важно было учитывать особенности экономики, климатические, национальные, бытовые и иные условия каждого района страны, различие в спросе населения города и села.

Впервые вопрос о необходимости научного и систематического изучения спроса был поднят в постановлении ЦК КПСС и Совета Министров от 08.08.1960 г. «О мерах по дальнейшему улучшению торговли». В нем предусматривалось улучшение планирования производства товаров народного потребления, расширение и обновление ассортимента товаров в соответствии с заказами торгующих организаций. При этом подчеркивалась необходимость повышения ответственности торгующих организаций за правильное отражение в заказах спроса населения [1, с. 552].

Основным методом правильного определения объема спроса на большинство товаров являлся экономический расчет потребности в масштабах республики, края, области (или города и района). Здесь исходили из данных о численности населения по половозрастному принципу, покупательных фондах, количестве учащихся, а также из данных об объеме жилищного строительства, имеющемся парке машин, фактической продаже и потреблении товаров (в том числе смежных и сопутствующих) за предшествующие периоды, сроках пользования отдельными товарами.

В отчете о работе с кадрами в системе Министерства торговли РСФСР за 1953 г. указывалось, что для дальнейшего улучшения обслуживания населения, развития специализированной торговой сети, воздействия на промышленность по увеличению ассортимента и улучшению качества выпускаемых товаров правительство РСФСР разрешило организовать в составе Министерства торговли семь главных управлений, сформированных по отраслевому принципу [2,

л. 2]. Они и должны были сконцентрировать работу по изучению покупательского спроса в республике.

Если при определении объема спроса на товары для области, края

заявки торговых предприятий и торгов имели в основном вспомогательное значение, то для определения объема спроса по развернутому ассортименту в основу были положены именно заказы торгующих организаций. В своей статье «Лучше организовать изучение спроса» Т. Аврасин и Е. Флейшер подчеркивали, что только магазины и торги могли наиболее правильно установить спрос по колористическому ассортименту тканей, фасонам, моделям, цветам и размерам одежды и обуви, галантереи и других товаров [3, с. 14].

Большой интерес в рассматриваемый период в целях более точного определения необходимого количества выпускаемой продукции вызывали

приемы выявления спроса населения. По мнению торгового специалиста Р. Локшина, к наиболее распространенным и информативным относились:

– записи заведующих и продавцов магазинов в книгах учета покупательского спроса, в которых регистрировался неудовлетворенный спрос по конкретным товарным признакам (артикул, размер, фасон, цвет, примерная цена и т.п.);

– выборочный учет продажи отдельных товаров за какой-либо отрезок времени. На основе таких данных выяснялось, на какие товары имелся повышенный спрос или, наоборот, какие товары и почему реализуются медленно;

– конференции покупателей, на которых выявлялись их претензии к ассортименту и качеству товаров;

– анкетный опрос покупателей, когда выяснялось их мнение о соответствии ассортимента и качества отдельных товаров спросу;

– выставки-продажи товаров проводились совместно с поставщиками для активизации торговли и выявления спроса;

– выезды представителей оптовых баз с образцами товаров по

определенным маршрутам для выяснения состояния торговли и

приема заказов на товары, которых не хватало в продаже;

– изучение спроса по широкой и специально разработанной программе

на контрольно-ассортиментных пунктах, которые создавались при специализированных магазинах;

– информации торговых корреспондентов, которые вели наблюдение

за состоянием торговли и запасов по отдельным группам товаров [4, с.11].

Наиболее популярными были выставки-продажи, покупательские конференции – очные и заочные, тематические конференции. К участию в выставках-продажах привлекались конструкторы, модельеры, художники и другие работники предприятий, изделия которых демонстрировались.

Обобщение опыта по изучению покупательского спроса в Брянской области выявило наиболее применяемые в торговых предприятиях приемы: совместное проведение работниками торговли и промышленности выставок-продаж, дегустаций товаров, дни прилавка, когда представители промышленности становятся в магазине рядом с продавцом. Использование перечисленных приемов освещает И.А. Гулин в книге «Импульсы спроса» [5, с. 6].

Очные покупательские конференции проводились в тех магазинах, которые посещались постоянными покупателями. Население определенного микрорайона хорошо знало работу магазина, его достоинства и недостатки, охотно посещало конференции, активно в них участвовало.

Интересны так называемые комплексные конференции с тематической направленностью. Они сочетали в себе очную и заочную формы. Такая конференция длилась обычно три дня. В это время за прилавками и в торговом зале находились директор магазина, заведующие отделами, товароведы, работники промышленности. Приглашенные покупатели имели возможность в течение конференции сделать предложение, замечание, получить необходимую консультацию по хранению, качеству товаров. Такая активная форма связи работников торгового предприятия с покупателями представляла наибольшую возможность учесть в деталях и суммировать спрос населения.

Опыт работы Московского Центрального универмага показал, что изучению покупательского спроса способствовала введенная система товарных паспортов, заявок секций и контрольных листков покупателей. Каждая секция имела товарный паспорт, в который заносился ассортимент товаров, являющихся предметом торговли этой секции. Он составлялся на основе

изучения покупательского спроса, учета реализованных через эту секцию товаров и действующих прейскурантов.

Взяв на вооружение опыт Московского Центрального универмага, Брянский универмаг начал использовать ассортиментные книги. В своей книге «Рожденное в Брянске» И.А. Гулин подчеркивал, что они сыграли большую роль при заключении прямых договоров с предприятиями, приучили продавцов, товароведов следить за ассортиментом, изучать его. А затем ассортиментные книги и ежедневные рапортички стали достоянием почти всех магазинов государственной торговли Брянской области [6, с. 8].

На уровне страны данные функции выполнял специально созданный в феврале 1963 г. в Министерстве торговли СССР отдел изучения спроса и конъюнктуры. Он должен был отслеживать состояние торговли продовольственными и промышленными товарами. Например, в это время большим спросом пользовались грампластинки, но Апрелевский завод давал большой процент брака, и на складах скапливались пластинки с устаревшим репертуаром. Количество их измерялось семизначной цифрой. Они поступали в магазин, где оседали на полках. Данный пример приведен в конъюнктурном обзоре Министерства торговли СССР о состоянии торговли товарами за 1963 г. [7, л. 118].

В этом же документе зафиксировано, что незнание потребностей населения в товарах приводило к их отсутствию. Так, городские торгующие организации Кзыл-Ординской области Казахской ССР категорически отказались в 1962 г. от получения олифы, а за сезон истребовали и реализовали ее 12 тонн [8, л. 120]. Каждый подобный случай изучался в отделе спроса и конъюнктуры торговли. Но важным был не только анализ имеющихся проблем, но и разработка мер по их разрешению.

Особое внимание сотрудники отдела Министерства торговли СССР

уделяли качеству выпускаемых товаров и соответствию их ГОСТам. Так, в обзоре по качеству промышленных и продовольственных товаров по результатам проверок Госторгинспекции РСФСР за 1963 г., направленном в Министерство торговли СССР, анализировались итоги проверок предприятий швейной промышленности. Данные о результатах проверок представлены в нижеследующей таблице [9, л. 8].

Таблица 1

Результаты проверки предприятий швейной промышленности Госторгинспекцией РСФСР в 1963 г.

Наименование предприятий	**Количество проинспектированных швейных изделий в штуках**	**Процент забракованных и сниженных в сортности швейных изделий от проинспектированного количества**	**Примечание**
Улан-Удэнская швейная фабрика (Восточно-Сибирский совнархоз)	400	100	Приказом Бурятского управления Госторгинспекции от 7 июня 1963 г. № 20 прекращена приемка ватных курток
Свердловская швейная фабрика №5 (Средне-Уральский совнархоз)	162	95,6	Приказом Свердловского управления Госинспекции от 5 июля 1963 г. № 61 прекращена приемка мужских демисезонных пальто
Ставропольская швейная фабрика (Северо-Кавказский совнархоз)	140	88	Приказом Ставропольского управления Госинспекции от 14 ноября 1963 г. № 48 прекращена приемка мужских костюмов и брюк
Клинцовская швейная фабрика (Приокский совнархоз)	751	Костюмы мужские – 17%, костюмы для мальчиков – 42%, брюки мужские – 14%	Материалы проверки обсуждены у Заместителя Министра торговли РСФСР тов. Шошина. Направлены письма секретарю Брянского промышленного обкома КПСС и председателю Приокского совнархоза

В том же обзоре Госторгинспекции РСФСР наиболее наглядно показаны результаты проверки качества мебели, где брак от проинспектированного количества достигал 100% [10, л. 25].

Таблица 2

Результаты проверки мебельных предприятий Госторгинспекцией РСФСР в 1963 г.

Наименование предприятий	Количество проинспектированной мебели в штуках	Процент забракованной мебели к проинспектированному количеству	Примечание
Сартовальский мебельно-лыжный комбинат (Северо-Западный совнархоз)	1187	100,0	Приказом Карельского управления Госинспекции от 10 августа 1963 г. № 9 прекращена приемка мебели
Злынковская спичечная фабрика «Ревпуть» (Приокский совнархоз)	180	100,0	Приказом Брянского управления Госинспекции от 2 октября 1963 г. № 58 прекращена приемка стульев
Одинцовская мебельная фабрика (Московский совнархоз)	119	100,0	Приказом Московского управления Госинспекции от 14 октября 1963 г. № 169 прекращена приемка кроватей
Жуковская мебельная фабрика (Приокский совнархоз)	200	100,0	Приказом Брянского управления Госинспекции от 13 ноября 1963 г. № 67 прекращена приемка мебели

Чаще всего итогом проверок было изменение технологических процессов в производстве товаров или прекращение приемки мебели.

С начала 60-х гг. использование только традиционных методов учета спроса оказывается недостаточным. Единственным выходом являлось внедрение в область изучения покупательского спроса электронно-вычислительных машин. Поэтому первоочередной была автоматизация товарного учета, которая явилась материальной основой научной системы изучения спроса.

Предполагалось, что такая система наряду с учетом товародвижения, регистрацией неудовлетворенного спроса позволит производить расчеты объема покупательского спроса на конкретные товары и контролировать состояние товарных запасов. На практике данная система не была воплощена в жизнь.

Эффективность того или иного метода изучения спроса определялась практической пригодностью. Как бы ни был правильно обоснован тот или иной метод, но, если он связан с большими затратами времени, труда, с чрезмерной загрузкой продавцов, товароведов, он становился практически нецелесообразным.

Научно-исследовательский институт торговли и общественного питания проводил многочисленные наблюдения, опытные работы, осуществлял непосредственное изучение спроса в торговых предприятиях и организациях в целях определения наиболее целесообразной системы учета спроса. На опыте проверялась эффективность того или иного метода, его преимущества и недостатки. Результаты данных исследований были опубликованы в сборнике статей «Доходы и покупательский спрос населения» [11, с. 88].

Изучение спроса требовало оперативности, своевременного принятия необходимых мер. Вместе с тем сводить оперативность только к решению текущих задач было бы неправильно. Наоборот, оперативность предполагала постоянное внимание к перспективным вопросам. Эта идея четко прослеживалась в книге министра торговли СССР Д.В. Павлова «Советская торговля в современных условиях» [12, с. 84].

Важно было не просто выявить товары, не пользующиеся спросом, установить излишние запасы. Задача заключалась в том, чтобы предупредить затоваривание, выявить несоответствие между товарными запасами и требованиями спроса в самом начале и сразу же оперативно устранять возникающее несоответствие.

Косвенными показателями спроса могли служить данные оперативного учета о выборке фондов, который вели товароведы для контроля за выполнением заказов и договоров. Хорошо организованный оперативный учет позволял вести наблюдение за ассортиментом товаров, поступающих в магазины. По ряду продовольственных и промышленных товаров оперативный учет поступления товаров являлся вполне достаточным для характеристики спроса, что отметил в своей книге «Оптовая торговля и складское хозяйство в СССР» Я.А. Каминский [13, с. 20].

Материалы изучения спроса давали ответ не только на вопросы, какие товары в данный момент пользуются повышенным или пониженным спросом, но и в каком количестве и в каком ассортименте необходимо заказать товары на будущий год. Они призваны были раскрывать главные тенденции спроса, перспективы его развития.

Определение объема спроса не могло быть возложено на розничные организации –

торг, универмаг, орс. Эти организации не располагали многими необходимыми экономическими показателями.

Например, на совещании работников торговли Брянской области 11 ноября 1955 г. было сформулировано, что база управления торговли являлась посредником в отношении тех товаров, которые являлись излишними. В одном торговом предприятии может быть излишек товаров, в другом этих товаров нет, и, чтобы база эти товары продвигала, она должна стать центром по изучению спроса населения [14, л. 32].

Размеры продажи тех или иных товаров, правильная оценка спроса зависели во многих случаях от организации торговли, рекламы, умелого показа товаров.

Хорошо подготовленные покупательские конференции, выставки и выставки-продажи товаров имели важное значение для изучения спроса и являлись одним из средств воздействия на промышленность. Конференции и выставки позволяли путем непосредственного общения с покупателями наиболее полно ознакомиться с их требованиями. Однако в практике осуществления этих мероприятий имелись серьезные недостатки. Конференции часто проводились в рабочее время, когда большинство покупателей не могло присутствовать на них; они плохо подготавливались и проводились обычно по широкому кругу товаров, что не давало возможности концентрировать внимание на определенных товарах. Имели место случаи, когда конференции или выставки-продажи по одним и тем же товарам проводились одновременно в магазинах разных торговых систем, и представители промышленности не имели возможности принимать участие в этих мероприятиях. На конференции зачастую не приглашались технологи, модельеры, художники, от которых во многом зависит качество товаров. Поэтому по итогам областного совещания работников торговли по товарообороту, состоявшемуся в Брянске 11 ноября 1955 г., было сформулировано предложение, чтобы все мероприятия, связанные с проведением покупательских конференций и выставок-продаж, координировались городскими, областными отделами торговли, а календарные планы их проведения предусматривались планами работ областных торговых баз [15, л. 2,3,5].

В системе изучения спроса значительное место было отведено

активному привлечению покупателей к оценке ассортимента и качества товаров путем рассылки или вручения бланков-анкет, опросных листов, почтовых карточек и т.д.

Таким образом, активное воздействие торговли на промышленность предполагало перестройку производства в соответствии с требованиями покупательского спроса и изменениями моды. К сожалению, промышленные предприятия медленно перестраивались, переключались на выпуск новых товаров.

Предъявить обоснованное требование промышленности, правильно составить заказ – это ещё полдела. Главное заключалось в том, чтобы добиться удовлетворения своих требований, отстаивать интересы покупателей, добиться использования результатов изучения спроса.

Всесторонний учет потребностей населения на товары и активное воздействие как на производство, так и на потребление являлось важнейшей задачей торговых организаций в СССР в 50–60-е гг. XX в.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. О мерах по дальнейшему улучшению торговли: постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР от 08.08.1960 г. // КПСС в резолюциях и решениях съездов, конференций и пленумов ЦК. Сборник документов в 15 т. – М.: Политиздат, 1986. Т.9.
2. Государственный архив Российской Федерации. Ф. А-410. Оп. 1. Д. 997. Л. 2. Отчет о работе с кадрами в системе Министерства торговли РСФСР за 1953 г.
3. *Аврасин Т., Флейшер Е.* Лучше организовать изучение спроса // Советская торговля. 1961. №3.
4. *Локшин Р.* Спрос – заказы – производственная программа // Советская торговля. 1960. №8.
5. *Гулин И.А.* Импульсы спроса. –Тула: Приокское книжное
6. издательство, 1966.
7. *Гулин И.А.* Рожденное в Брянске. – Тула: Приокское книжное издательство, 1968.
8. Российский государственный архив экономики (далее – РГАЭ). Ф. 195. Оп. 1. Д. 388. Л. 118. Конъюнктурные обзоры, справки и информации о состоянии торговли отдельными продовольственными и промышленными товарами за 1963 г.
9. Там же. Л. 120.
10. РГАЭ. Ф. 195. Оп. 1. Д. 411. Л. 8. Обзор по качеству промышленных и продовольственных товаров по результатам проверок Госторгинспекции РСФСР за 1963 г.
11. Там же. Л. 25.
12. Доходы и покупательский спрос населения. Сборник статей. Под ред. А.Х. Карапетяна. – М.: Статистика, 1968.
13. 12. *Павлов В.Д.* Советская торговля в современных условиях. М.: Экономика, 1965.
14. *Каминский Я.А.* Оптовая торговля и складское хозяйство в СССР. – М.: Госторгиздат, 1957.
15. Государственный архив Брянской области (далее – ГАБО). Ф-2545. Оп. 1. Д. 136. Л. 32. Стенограмма област-

ного совещания работников государственной и кооперативной торговли по товарообороту от 11 ноября 1955 г.
16. ГАБО. Ф-2545. Оп. 1. Д. 179. Л. 2, 3, 5. Материалы о проведении выставок по продаже товаров за 1965–1966 гг

REFERENCES

1. merakh po dalneyshemu uluchsheniyu torgovli: postanovlenie TSK KPSS i Soveta Ministrov SSSR ot 08.08.1960 g. // KPSS v rezolyutsiyakh i resheniyakh sezdov, konferentsiy i plenumov TSK. Sbornik dokumentov v 15 t. - M.: Politizdat, 1986. T.9.
2. Gosudarstvennyy arkhiv Rossiyskoy Federatsii. F. A-410. Op. 1. D. 997. L. 2. Otchet o rabote s kadrami v sisteme Ministerstva torgovli RSFSR za 1953 g.
3. Avrasin T., Fleysher E. Luchshe organizovat izuchenie sprosa // Sovetskaya torgovlya. 1961. №3.
4. Lokshin R. Spros - zakazy - proizvodstvennaya programma // Sovetskaya torgovlya. 1960. №8.
5. Gulin I.A. Impulsy sprosa. -Tula: Priokskoe knizhnoe
6. izdatelstvo, 1966.
7. Gulin I.A. Rozhdennoe v Bryanske. - Tula: Priokskoe knizhnoe izdatelstvo, 1968.
8. Rossiyskiy gosudarstvennyy arkhiv ekonomiki (dalee - RGAE). F. 195. Op. 1. D. 388. L. 118. Konyunkturnye obzory, spravki i informatsii o sostoyanii torgovli otdelnymi prodovolstvennymi i promyshlennymi tovarami za 1963 g.
9. Tam zhe. L. 120.
10. RGAE. F. 195. Op. 1. D. 411. L. 8. Obzor po kachestvu promyshlennykh i prodovolstvennykh tovarov po rezultatam proverok Gostorginspektsii RSFSR za 1963 g.
11. Tam zhe. L. 25.
12. Dokhody i pokupatelskiy spros naseleniya. Sbornik statey. Pod red. A.KH. Karapetyana. - M.: Statistika, 1968.
13. 12. Pavlov V.D. Sovetskaya torgovlya v sovremennykh usloviyakh. M.: Ekonomika, 1965.
14. Kaminskiy YA.A. Optovaya torgovlya i skladskoe khozyaystvo v SSSR. - M.: Gostorgizdat, 1957.
15. Gosudarstvennyy arkhiv Bryanskoy oblasti (dalee - GABO). F-2545. Op. 1. D. 136. L. 32. Stenogramma oblastnogo soveshchaniya rabotnikov gosudarstvennoy i kooperativnoy torgovli po tovarooborotu ot 11 noyabrya 1955 g.
16. GABO. F-2545. Op. 1. D. 179. L. 2, 3, 5. Materialy o provedenii vystavok po prodazhe tovarov za 1965-1966 gg.