

## TARBEKAUPADE REALISEERIMISE PROBLEEMID

M. M i l j a n

Kaubatundmise ja kaubanduse organiseerimise  
kateeder

Setsialistlikus ühiskonnas, kus tootmisvahendid on ühiskonnastatud, on tšS1 vahetult ühiskondlik iseloom. See aga ei tähenda veel seda, et tšS peaks leidma juba tootmisprotsessis lõpliku ühiskondliku tunnustuse ja kaoksid igasugused toodete realiseerimise raskused.<sup>1</sup> Tegelikult annab ühiskondlik omandus küll kogu tootmisele ühiskondliku iseloomu, kuid seni, kuni produktid võtavad kaupade vormi ning lähevad vahetuse teel tarbimisse, on turul oma kindel osa toodetud produktidele ühiskondliku tunnustuse andmisel.<sup>2</sup> Turul selgub pakkumise-nõudluse vastavus ning tehtud tšS kulutuste ühiskondlik vajalikkus. Siin võib selguda, et osa kaupadest jääb realiseerimata ning nende tootmiseks tehtud kulutused ei leia ühiskondlikku tunnustust. Põhjastatud võib see olla nii objektiivsetest kui subjektiivsetest teguritest.

Kõigepealt tuleb arvestada seda, et meil ei ole küllaldaselt efektiivseid meetodeid ja vahendeid elanikkonna

---

<sup>1</sup> Tegelikuses on küll seda esinenud, kuid see oli tingimustes, kus ühiskonna vajadused ületasid tunduvalt tootmisvõimalusi. Siis realiseeriti raskusteta kõik, mis toodeti, ning näis, et plaanipäraselt on võimalik täpselt kooskõlastada tšS kulutusi vajadustega.

<sup>2</sup> Tegelikult saab toodetud produkt lõpliku tunnustuse tarbimisprotsessis. Siinjuures olgu märgitud, et mõnede majandusteadlaste arvates saab toodetud produkt lõpliku ühiskondliku tunnustuse kas juba tootmisplaani kinnitamisega (vt. M.С. М а л ы ш е в. Общественный труд и цена при социализме. М., 1960, стр. 34) või siis turul kauba realiseerimise aktiga (vt. Е.Д. К а ч а н о в. Социалистическое воспроизводство и рынок. М., 1963, стр.53).

kõigi vajaduste kindlaksmääramiseks. Riiklik rahvamajandus-  
plaan ei hõlma ka kõiki toodangu liike, alaliike, mudeleid  
jmt. Planeerimise metodoloogia ja metoodika ei ole veel nii  
täiuslikud, et võimaldaksid kindlaks määrata iga toodangu-  
liigi tootmist ja tarbimist vastavuses optimaalse tarbimis-  
struktuuriga. Kuigi taastootmisprotsessis on määravaks toot-  
mine, säilitab tarbimine siiski suhtelise iseseisvuse. Tar-  
bimissfäär areneb oma immanentsete seaduste järgi, mis ei  
tarvitse alati ühtida tootmise arenemise seadustega. Peale  
selle ei ole tootmine tarbimisega seotud vahetult, vaid jao-  
tamise ja vahetamise kaudu. Neil on aga oma spetsiifilised  
arenguseadused, mis võivad teatud tingimustes modifitseeri-  
da tootmise ja tarbimise vahelisi seoseid. Lõpuks tuleb ka  
seda arvestada, et tootjate ja tarbijate huvid ei ole alati  
kooskõlastatud: ühtedel on kasulik toota seda, mida teistel  
pole kasulik tarbida, ja vastupidi. Alati ei vasta ka toode-  
tud kaubad oma kvaliteedilt ja sortimendilt tarbijate nõue-  
tele või ei ole arvestatud aja- ja kohategurit, s. t. too-  
detud vajalik kaup ei ole nõutaval ajal õiges kohas.

Nimetatud asjaolud võivadki põhjustada kaupade reali-  
seerimisel raskusi. Sellest annavad tavaliselt tunnistust  
ülenormatiivsete kaubavarude tekkimine ja suurenemine. Te-  
gelikkus kinnitab seda igati. Nii oli näiteks 1970. aasta  
alguseks Nõukogude Liidus rahvatarbekaupade ülenormatiivse-  
te varude suurus jaekaubanduses 1,67 miljardit rubla. Järg-  
neva viie aasta alguseks ulatus see juba üle 3 miljardi rub-  
la.<sup>3</sup> Suurema osa ülenormatiivsetest kaubavarudest moodusta-  
sid mitmesugused garderoobikaubad. Kaubavarude kasvu ja mää-  
gi aeglustumist on põhjustanud peamiselt kaupade tarbimis-  
omaduste ja sortimendi mittevastavus elanikkonna nõudluse-  
le. Analoogiline on olukord ka meie vabariigis. Viimastel  
aastatel on mitmete kaupade (jalatsid, õmblus- ja trikoo-  
tooted jm.) laovarud kasvanud tunduvalt kiiremini kui nen-  
de jaekäive. Samal ajal ei ole veel nõudmine samaliigiliste  
kaupade järele täielikult rahuldatud.

Uurimused näitavad, et suures osas on kaubanduses üle-  
normatiivsed kaubavarud põhjustatud seisvate, s. t. vanane-

---

<sup>3</sup> Vt. P. Д. А л и м о в а. Закон спроса и предложения  
при социализме. Издательство Ленинградского университета,  
1974, стр. 56; "Вопросы экономики", 1975, № 5, стр. 19.

nud tegumoe ja mudelite ning nõudlust mitteleidvate kaupade kuhjumisest. Liigsete kaubavarude säilitamisega kaasnevad kulutused, mis ulatuvad meie maal tervikuna miljонitesse rubladesse.<sup>4</sup> Kui arvestada juurde see kahju, mis tekib seisvate kaupade tarbimisomaduste halvenemise tõttu, siis need kulud suurenevad veelgi.

Otsest kahju ülennormatiivsete kaubavarude olemasolu korral kannab ka riigieelarve: ta kaotab osa ühiskonna puhastulust, mis sisaldub seisvates kaupades käibemaksu ja kasumieraldiste näol. Formaalselt ei ole see kahju tuntav, kuna käibemaks ja kasumieraldised suunatakse riigieelarvesse, sõltumata sellest, kas kaup müüdi kohe lõplikule tarbijale või see jäi lattu seisama. Reaalselt saadakse tulu alles peale kauba lõplikku realiseerimist. Sellega ei kaasne üsnes vahetud raskused Riigipanga kassaplaani täitmisel, vaid häiritud on kogu sotsialistlik taastootmisprotsess. Seepärast on seisvate ja liigsete tarbekaupade realiseerimine eriti terav probleem, mis vajab kiiret lahendamist.

Selle probleemi lahendamiseks on mitmeid erinevaid teid. Eelkõige tuleks piirata vähest nõudlust leidvate kaupade tootmist ja üle minna sama liiki nõutavamate kaupade tootmisele. Kahjuks on aga selline lahendus sageli takistatud vajaliku tooraine puudumise või mitmesuguste tehnoloogiliste tegurite tõttu. Pealegi ei lahenda see tee probleemi täielikult, kuna on vaja kindlustada juba varem toodetud kaupade realiseerimine.

Üheks probleemi lahendamise teeks võiks olla kaubaresursside ümberpaigutamine, kaupade suunamine suurema nõudlusega rajoonidesse. Sageli ei ole aga selline ümberpaigutamine majanduslikult otstarbekas, kuna kaupade üleviimine teise rajooni võib nõuda liialt suuri kulutusi. Selline viis ei tule üldreeglina kõne alla ka kiiresti riknevate kaupade puhul, kuna säilitamistähtajad ümberpaigutamist ei võimalda. Peale selle võib esineda kaupu, mille realiseerimine on kõikjal raskendatud.

Kaupade realiseerimise raskusi on võimalik leevendada veel sellega, et stimuleerime nõudlust elanikkonna ra-

---

<sup>4</sup> А.И. Левин. Социалистический внутренний рынок. М., 1973, стр. 210.

haliste tulude suurendamise teel. Kuid seisvate kaupade suhtes võib eeldada, et see meetod on kõige väiksema efektiivsusega. Vähe tõenäoline on, et täiendavad tulud kulutatakse elanikkonna poolt just seisvate kaupade ostmiseks.

Ülaltoodust selgub, et märgitud viisid realiseerimisprobleemide lahendamiseks on mõningatel juhtudel täiesti kasutamiskõlbmatud või liialt väikese efektiivsusega. Tunduvalt efektiivsemaks tuleb lugeda antud probleemi lahendamisel seisvate kaupade jaehindade alandamist, sest see stimuleerib nõudlust esmajärjekorras just nendele kaupadele. Peame alati arvestama, et "... Hinnad on sotsialistliku riigi võimas majanduse juhtimise vahend ning me peame kasutama neid oskuslikult ja efektiivselt."<sup>5</sup>

Kaupade allahindamise tõttu väheneb küll tulude laekumine riigieelarvesse, kuid harilikult on see kahju väiksem kui kaupade mitterealiseerimisest ja vahendite kinnikülmutamisest kogu rahvamajandusele ja kogu sotsialistlikule taastootmisprotsessile tekkiv kahju.

Seisvate ja liigsete kaupade hindade alandamist ei dikteeri mitte ainult majanduslikud kaalutlused, vaid seda eeldab ka väärtusseaduse toime. K. Marx märgib selle kohta, et kui kaupa on toodetud koguses, mis ületab ühiskondliku vajaduse selle kauba järele, on osa ühiskondlikku tööaega kulutatud asjatult ja kogu kaupade mass esindab siis turul palju väiksemat ühiskondliku töö hulka kui see, mis temas tegelikult sisaldub. Seepärast tuleb need kaubad müüa nende turuväärtusest odavamalt.<sup>6</sup>

Ülalmainitu eeldab nii jae- kui hulgihindade paindlikku süsteemi. Kui nende kaupade hulgihindu, mille järele nõudlus on väike, alandatakse ning nende kaupade hulgihindu, mille järele nõudlus on suur, suurendatakse, siis arvatavasti ei oleks mittenõutavate kaupade tootmisest keegi huvitatud. Nõudluse muutmise vajadus eeldab jaehindade muutmist: muutes kauba hinda ühes suunas, muutub nõudmine üldreeglina vastupidises suunas.

---

<sup>5</sup> A. K o s s õ g i n . NLKP XXIV kongressi direktiivid NSV Liidu rahvamajanduse arendamise viie aasta (1971-1975) plaani kohta. Tln., 1971, lk. 55.

<sup>6</sup> K. M a r x . Kapital. III kd. Tln., 1962, lk. 176.

Meie maal on korduvalt kasutatud hindade muutmist nii pakkumise kui nõudmise reguleerimiseks. Valdavas osas on see toimunud jaehindade alandamise teel.

ENSV Kaubandusministeeriumi süsteemi ettevõtetes on viimaste aastate jooksul tarbekaupu alla hinnatud järgnevalt (nende esialgses maksumuses)<sup>7</sup>: 1972. aastal 5,7 miljoni rubla väärtuses, kusjuures õmblustoodete osatähtsus ulatus ligi 60 %-ni; 1973. aastal 3,6 miljoni rubla väärtuses, millest jällegi suure osa moodustasid õmblustooted (üle 40 %); 1974. aastal oli allahindamisele kuulunud kaupade maksumus 7,7 miljonit rubla, mis jaotus põhiliselt kolme kaubagrupi - õmblustoodete (2,3 milj. rbl.), trikootoodete (1,9 milj. rbl.) ja nahkjalatsite (1,3 milj. rbl.) - vahel.

Kui ilmneb vajadus reguleerida aeglaselt realiseeritavate või seisvate kaupade nõudlust, tuleb uurida spetsiaalselt hindade mõju vastavate kaupade nõudlusele. Kahjuks aga, nagu näitab tegelikkus, ei tehta seda alati küllaldase põhjalikkusega.

Üksikute kaupade ja kaubagruppide turu- ja kaubanduskonjunktuuri analüüs näitab, et vähese nõudluse ja seisvate kaupade nõudluse reguleerimiseks kasutatakse jaehindade alandamist üldiselt harva ning tihti suure hilineemisega, mis vähendab tunduvalt selle nõudlusereguleerimise viisi majanduslikku efektiivsust. Piiratud on ka praktikas kasutatavad hindade alandamise vormid. Uued hinnad on tavaliselt stabiilsed ja püsivad sageli liiga pikka aega. Ei arvestata, et turukonjunktuur võib muutuda isegi nii, et antud kauba või kaupade realiseerimine võib suurenedada ka kõrgemate hindade korral (tavaliselt on sesoonsete kaupade puhul selle võimaluse esinemine küllalt suur). Praktikas on enam levinud selliste kaupade jaehindade alandamine, mille tootmisomahind jaehinnaga võrreldes on küllalt madal. Kui aga tegemist on vajadusega alandada jaehinda toodetel, mille tootmisomahind on jaehinnaga võrreldes kõrge (eriti veel siis, kui toodetakse kahjumiga), siis tehakse seda harva. Rahvamajanduse kui terviku seisukohalt lähtudes ei tohiks seda praktikat üldjuhul õigeks lugeda: tuleks arvestada väärtusseaduse nõuet ning ka nende toodete hindu alandada.

<sup>7</sup> ENSV Kaubandusministeeriumi andmetel.

Senisest suuremat tähelepanu tuleks pöörata sesoonsete, eelkõige garderoobikaupade allahindamisele hooaja lõpul. Järgneval hooajal võivad need kaubad olla moraalselt vananenud ning mitte leida enam tarbijate poolt nõudlust, kuna tänapäeval laieneb kiiresti uute mudelite ja materjalide tootmine ning muutub sageli moejoon.

Mõnede kaupade, eriti sesoonse iseloomuga kaupade korral on otstarbekam alandada jaehindu ajutiselt. Sel juhul kehtestatakse madalamad hinnad kindlaksmääratud ajani ja pärast seda tõstetakse jälle endisele tasemele. Sellist müügi aktiveerimise teed kasutatakse edukalt mitmetes sotsialismileerimaades. Eriti efektiivseks loetakse seda neil juhtudel, kui realiseerimisraskused on ajutise iseloomuga või põhjustatud juhuslikest asjaoludest. Allahindluse tähtsajad määratakse diferentseeritult, olenevalt konkreetse kauba realiseerimise tingimustest ning kaupade ringluse kiirendamise ja liigsete kaubavarude likvideerimise vajadusest.

Seisvate ja vähe nõutavate tarbekaupade jaehindade alandamisel ei pöörata alati vajalikku tähelepanu hinnalandamise ulatusele. Selle tulemusena esineb juhtumeid, kus ka pärast hindade korrigeerimist ei saavutata allahinnatud kaupade müügi aktiveerumist. Hindade alandamise vajaliku määra kindlakstegemine eeldab nõudluse elastsuse väljaselgitamist hinna suhtes. Seda on võimalik teha analoogiliste kaupade baasil või siis eksperimendi korras.

Seisvate ja väikese nõudlusega kaupade jaehinna alandamist nende müügi aktiveerimiseks takistavad ja kitsendavad mõningal määral allahindluse finantseerimisega seotud raskused. Teatavasti hinnatakse seisvaid kaupu alla riigieelarve ja kaubandusorganisatsiooni kasumi arvel. Kuid riigieelarvet ei või lugeda kaupade allahindamise finantseerimise piiramatuks allikaks. Ei saa lugeda õigeks, et riik tasub kõigi eksiarvestuste eest tõstusettevõtetele, kes toodavad elanikkonna poolt mitterõutavaid kaupu, või kaubandusorganisatsioonidele, kes valesti määravad elanikkonnale nõudlust.

Mis puutub kaubandusorganisatsioonide omavahendite rakendamisse kaupade allahindamisel,<sup>8</sup> siis ei kasutata neid

<sup>8</sup> Selleks otstarbeks võivad kaubandusorganisatsioonid kasutada osa kasumist, mis moodustab 0,5 % organisatsiooni

paljudel juhtudel täielikult. Suur osa nendest vahenditest (mõnikord isegi kuni 75 %) kantakse üle riigieelarvesse. Kaubandusorganisatsioonid ei püüagi moodustada maksimaalset allahindamisfondi.

Samal ajal tööstusettevõtted, kes toodavad vähe nõutavaid kaupu, ei kannu mingisugust materiaalselt vastutust nende kaupade lõpliku realiseerimise eest. Oleks otstarbekohane sisse viia selline kord, et tootjatest tingitud (põhjustatud) allahindamisi finantseeritakse tööstusettevõtete kasumi arvel. See võimaldaks suurendada vajaduse korral allahindamiseks vajalike vahendite hulka ning sellega märgatavalt aktiveerida vähese nõudlusega kaupade müüki. Kees sellega suureneks ka tootjate materiaalne huvitatus oma toodangu realiseerimise vastu. Sellise allahindluskorralduse juures võib tekkida aga raskusi tootja stüü ulatuse kindlaksmääramisel seisvate ja aeglaselt realiseeritavate kaupade kaubandusvõrgus esinemises ning väheneda kaubandusorganisatsioonide huvi toodangu realiseerimise võimaluste leidmiseks.

Kui mõningate kaupade korral on edaspidi ette näha nende jaehinna alandamist, on mõnikord otstarbekas rakendada võimalust reguleerida hinnatäiendit tootja ja kaubandusorganisatsiooni omavahelisel kokkuleppel. Sel juhul tuleks antud kaupadele kehtestatud hinnatäiendit (kaubanduslikku mahahindlust) teatud määral suurendada. Tootjad loovutaksid küll osa oma tuludest, kuid vabaneksid vastutusest ja kuludest, mida nad kannaksid kaupade kaubandusvõrku seismajäämisel. Samal ajal tõuseks kaubandusorganisatsioonide huvi nende kaupade müügi suurendamise ja kiirendamise vastu.

Seisvate ja aeglaselt realiseeritavate kaupade kogunemine kaubandusvõrku ning nende allahindamine tõstab päevakorda nende kaupade müügi organiseerimise. Eesti NSV-s müüakse allahinnatud kaupu peamiselt erikauplustes. 1. jaanuaril 1975 oli Eesti NSV Kaubandusministeeriumi süsteemis organiseeritud allahinnatud kaupade müüki kokku 43 kauplu-

---

jaekõibest. Peale selle on lubatud teostada allahindlust ka kaubandusorganisatsiooni üleplaaniilise kasumi arvel.

ses ja selleks eraldatud osakonnas. Spetsiaalseid kauplusi oli selleks otstarbeks Tallinnas 5, Kohtla-Järvel 4, Pärnus, Narvas ja Viljandis 2 ning Tartus ja Rakveres 1.<sup>9</sup> Peale selle praktiseeritakse vahetult pärast suuremaid allahindlusi ka mõnedes teistes kauplustes spetsiaalsete allahinnatud kaupade müügi osakondade või lettide avamist.

Allahinnatud kaupade müügi organiseerimise analüüs meie vabariigis näitab, et enamasti on selleks otstarbeks eraldatud ruumid liiga väikesed, asuvad vanades majades ning ei ole varustatud vajaliku kaubandustehnikaga. Sellest tulenevalt ei ole võimalik sageli kaupu selnevalt müügiks ette valmistada, kasutada progressiivseid müügiverme ning võimaldada ostjatel kaupade proovimist.

Puudusi esineb ka allahinnatud kaupade varustamisel korralike hinnasedelitega. Sageli ei suuda ostjad enam jõul hinnasedelilt kehtivat hinda leida, kuna hinnalipikul on tehtud pärast antud kauba korduvat allahindamist mitmeid parandusi. Samuti esineb rebenenud, määrdund ja kulunud hinnasedelitega kaupu.

Ebarahuldav on allahinnatud kaupade reklaam. Kaupluses endas on reklaam tavaliselt väikese mõjujõuga või puudub üldse. Teiste reklaamiliikide ja -vahendite kasutamine on väga piiratud.

Tagasihoidlikult praktiseeritakse täiendavate kaupluste ja osakondade avamist ning spetsiaalsete laatade organiseerimist pärast ulatuslikke kaupade allahindlusi. Allahinnatud kaupade müügi efektiivsuse tõstmiseks tuleks kaaluda võimalust organiseerida mõnede allahinnatud tööstuskaupade müük paralleelselt samades kauplustes ja osakondades, kus toimub antud liiki täisväärtuslike kaupade müük. See oleks vajalik eriti selliste kaupade korral, mille ostmisel vajatakse asjatundja abi (mitmed kultuurikaubad, elektrikaubad jmt.): tavaliselt ei oska allahinnatud kaupluste müüjad anda alati piisavaid seletusi allahinnatud kaupade puuduste ja nende kõrvaldamise võimaluste kohta. Paralleelset müüki tuleks rakendada ka allahinnatud suveniiride müümisel, sest sageli ei leia need nõudlust liiga kõrge hinna tõttu. Alandades aga hinda ja jättes alla-

---

<sup>9</sup> Eesti NSV Kaubandusministeeriumi andmetel.

hinnatud suvenirid müügile samasse kauplusse realiseeritakse need kindlasti kiiremini kui üleviimisel spetsiaalsesse, allahinnatud kaupade kauplusesse.

Lähtudes sotsialistliku taastootmisprotsessi kui teraviku vajadustest, tuleb kokkuvõtteks märkida, et mõnede tarbekaupade realiseerimisega seoses olevate probleemide lahendamise vajab senisest tunduvalt suuremat tähelepanu ning eeldab põhjalikke uurimusi selles valdkonnas.

## О ПРОБЛЕМАХ РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

М. Мильян

### Р е з ю м е

Несмотря на планомерный характер производства, произведенная и предложенная продукция может быть вовремя не реализована. Это повлечет серьезные затруднения. Для решения данной проблемы необходимо использовать два пути:

- 1) сократить или прекратить производство слабореализуемых изделий;
- 2) стимулировать реализацию неходовых товаров.

Наиболее эффективным средством решения последней проблемы признается снижение розничных цен на слабореализуемые товары. Однако возможности этого экономического рычага используются еще недостаточно. Необходимы поиски более эффективных методов активизации процесса реализации с помощью механизма цен.

Возможности уценки слабореализуемых товаров задерживаются в значительной мере вследствие затруднений финансового характера. Было бы целесообразно для формирования денежных средств уценки использовать гибкий механизм торговых скидок или непосредственно прибыль промышленных предприятий, если неходовые товары скапливаются в торговле по их явной вине.

Реализацию уцененных неходовых товаров необходимо организовать в современных магазинах при тщательной подготовке товаров к продаже с использованием прогрессивных форм торговли.