А.А. Широких, И.Я. Кракасевич

ПЕРСПЕКТИВНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ ДЛЯ ОТДЕЛЬНЫХ РАЙОНОВ

Для успешного решения проблемы ликвидации социально-экономических и культурно-бытовых различий между городом и деревней большое значение имеет планомерное развитие и совершенствование материально-технической базы сельской торговли.

Белорусским филиалом ЦИНОТУР Центрсоюза разработаны перспективные планы развития розничной торговой сети до 1990 г. для Петриковского, Костюковичского, Буда - Кошелевского, Дубровенского, Лоевского и других районов республики. В основе разработки этих планов положены следующие принципы:

- подчиненность решения вопросов организации розничной торговой сети интересам населения, создание максимальных удобств для покупателей в приобретении товаров;
- соответствие мощности торговой сети характеру сельского населенного пункта и перспективам его развития, а также объему и структуре розничного товарооборота в планируемом периоде;
- максимальное приближение к населению торговли товарами повседневного спроса и сосредоточение продажи товаров сложного ассортимента в универсальных и специализированных магазинах, расположенных в районных и крупных кустовых центрах;
- оптимизация типов и размеров предприятий розничной торговли.

При разработке перспективных планов развития розничной сети в качестве норматива принята торговая площадь на 1000 человек обслуживаемого населения. За основу расчетов норматива взяты фактические показатели численности обслуживаемого населения, объема товарооборота и количества торговой площади за ряд прошедших лет.

Важнейшим фактором, влияющим на мощность торговой сети, является товарооборот в расчете на душу обслуживаемого населения. Чем выше объем среднедушевого товарооборота, тем больше потребность в торговой площади. При изучении зависимости между среднедушевым товарооборотом и обеспеченностью торговой площадью на 1000 жителей установлено, что теснота связи между этими показателями очень высокая - коэффициент

корреляции (r_{xy}) равен 0,98, форма связи – прямолинейная. Поэтому указанная зависимость положена в основу определения норматива торговой площади. Норматив рассчитывался по формуле:

$$y = a + b x, \qquad (1)$$

где x – среднедушевой товарооборот за год (тыс.руб.); y – торговая площадь на 1000 жителей (кв.метров); a и b – параметры уравнения,

Для Петриковского района Гомельской области уравнение (1), решенное по отношению к параметрам a и b (приведенное), приняло следующий вид:

$$y_x = 31{,}4 + 0{,}334\, x, \qquad (2)$$

т.е. увеличение среднедушевого товарооборота по этому району на 100 руб. требует увеличения торговой площади на 1000 человек обслуживаемого населения на 33,4 кв.м.

Среднедушевой товарооборот на планируемый период определялся по данным анализа фактического товарооборота на душу населения в разрезе групп товаров за 8–11 предыдущих лет. Ниже приводится в качестве примера расчет ожидаемого среднедушевого товарооборота по швейным товарам для Петриковского района:

$$y = a + bt, \qquad (3)$$

$$\Sigma y = n a + b \Sigma t, \qquad (3,а)$$

$$\Sigma y t = a \Sigma t + b \Sigma t^2. \qquad (3,б)$$

Табл. 1. Расчет ожидаемого среднедушевого товарооборота

Годы (периоды)	Порядковый № периода, t	Фактический товарооборот на душу населения y, руб.	t·y	t^2	Расчетный товарооборот на душу населения y, руб.
1965	1	24,1	24,1	1	22,3
1966	2	25,8	51,6	4	25,0
1967	3	28,0	84,0	9	27,7
1968	4	28,5	114,0	166	30,4
1969	5	33,6	168,0	25	33,1
1970	6	32,6	195,6	36	35,8
1971	7	36,4	254,8	49	38,5
1972	8	42,6	340,8	64	41,2
1973	9	46,5	418,5	81	43,9
1974	10	44,5	445,0	100	46,6
1975	11	51,2	563,2	121	49,3
$n = 11$	$\Sigma t = 66$	$\Sigma y = 393{,}8$	$\Sigma ty = 2659{,}6$	$\Sigma t^2 = 506$	$\Sigma y_t = 393{,}8$

$$393{,}8 = 11a + 66b; \qquad a = 19{,}6;$$
$$2659{,}6 = 66a + 506b; \qquad b = 2{,}7;$$
$$y_t = 19{,}6 + 2{,}7t. \qquad (4)$$

Приведенное уравнение показывает, что среднедушевой товарооборот по швейным изделиям в Петриковском районе имеет тенденцию увеличиваться в среднем на 27 руб. за каждые 10 лет. Так как 1980 г. является в ряду динамики 16-м периодом, а 1990 г. – 26-м, то ожидаемый товарооборот по этой группе товаров составит соответственно (руб.):

$$y_{t_{1980}} = 19{,}6 + 2{,}7 \cdot 16 = 62{,}8;$$

Аналогично определялся ожидаемый среднедушевой товарооборот и по другим группам продовольственных и непродовольственных товаров. Ожидаемый среднедушевой товарооборот в целом по всем группам товаров составил: на 1980 г. – 524,4, на 1990 г. – 749,4 руб.

Используя уравнение (2), получаем ожидаемую потребность торговой площади на 1000 человек обслуживаемого населения, которая и принимается в качестве обобщенного норматива торговой площади на планируемый период для данного конкретного района. Для Петриковского района он составит (соответственно на 1980 и 1990 гг., в кв.м):

$$y_{x_{1980}} = 31{,}4 + 0{,}334 \cdot 524{,}4 = 206{,}5 \approx 206;$$

$$y_{x_{1990}} = 31{,}4 + 0{,}334 \cdot 749{,}4 = 281{,}7 \approx 282.$$

При расчете среднедушевого товарооборота учитывался процент охвата товарооборотом покупательских фондов населения изучаемого района, который по большинству районов колеблется в пределах 70–85%, а в целом по республике составляет 80%. Однако по некоторым районам этот показатель превышает 100%, что свидетельствует о вовлечении в товарооборот денежных доходов населения других районов. Предполагается, что в перспективе покупательные фонды, привлеченные из других районов, в товарообороте данного района принимать участия не будут. Поэтому для устранения их влияния на прогнозируемый норматив торговой площади ожидаемый среднедушевой товарооборот на перспективу в расчетах использовался с поправочным коэффициентом и вычислялся по формуле

$$СТ_к = СТ \cdot К_п = СТ \cdot \frac{П_ф \cdot К_{охв}}{ТО \cdot 1000}, \quad (5)$$

где $СТ_к$ – среднедушевой товарооборот с учетом поправочного коэффициента; СТ – расчетный среднедушевой товарооборот на перспективу; $К_п$ – поправочный коэффициент; $П_ф$ – ожидаемые покупательные фонды района; $К_{охв}$ – усредненный процент охвата покупательных фондов розничным товарооборотом потребкооперации по области; ТО – ожидаемый розничный товарооборот в целом по району.

Рассчитанный норматив торговой площади на 1000 жителей является общим, усредненным для всех населенных пунктов района. Однако розничная торговая сеть, расположенная в районном, кустовом центрах и рядовом селе, играет неодинаковую роль в торговом обслуживании района. Вот почему для этих типов населенных пунктов норматив торговой площади определялся дифференцированно. Коэффициент дифференциации рассчитывался по формуле

$$К_д = Тп : Т, \quad (6)$$

где $К_д$ – коэффициент дифференциации; Тп – фактическая торговая площадь на 1000 жителей по населенным пунктам данного типа; Т – фактическая торговая площадь на 1000 жителей по району.

Расчетные коэффициенты дифференциации в каждом конкретном случае корректировались с учетом экономико-географических особенностей района, (плотности населения, развития производительных сил) и ряда других факторов.

Принятые нормативы для Петриковского района представлены в табл. 2.

Табл. 2. Дифференцированные нормативы торговой площади на 1000 жителей, кв. м

Тип населенного пункта	Коэффициент дифференциации	Дифференцированные нормативы	
		1980 г.	1990 г.
Районный центр	1,25	257,0	352,0
Кустовой центр	1,10	227,0	310,0
Рядовое село	0,75	155,0	212,0
Всего по району	1,0	206,0	282,0

Расчет потребной торговой площади для нового строительства производился в разрезе перспективных населенных пунктов района с учетом следующих данных: тип населенного пункта, численность обслуживаемого населения на планируемый период, фактическое наличие торговой площади и пригодность к дальнейшей эксплуатации, торговая площадь строящихся в период разработки плана розничных предприятий. План развития розничной торговой сети на перспективу составлялся на основании расчетной потребности в новом строительстве как в целом по району, так и по каждому перспективному населенному пункту с разбивкой строительства на два периода: до 1 января 1981 г. и до 1 января 1991 г. (табл.3).

Составной частью перспективного планирования розничной торговой сети является определение оптимальных типов торговых предприятий. Для разработки рекомендаций по типизации розничной сети была рассчитана ожидаемая структура торговых площадей на перспективу по группам товаров. Для расчета структуры торговых площадей использовались данные о прогнозе розничного товарооборота по каждой товарной группе и товарообороте на 1 кв.м торговой площади по товарным группам. Ожидаемый розничный товарооборот определялся исходя из данных о среднедушевом товарообороте и численности обслуживаемого населения на 1990 г. Ожидаемый товарооборот на

Табл. 3. Рекомендуемый план нового строительства розничных торговых предприятий в перспективных населенных пунктах Петриковского района Гомельской области на 1980-1990 гг. (в кв.м)

Населенный пункт	Расчетная потребность в строительстве новой торговой площади	План нового строительства торговой площади		
		Всего до 1/I 1991 г.	В том числе	
			до 1/I 1981 г.	с 1/I 1981 г. до 1/I 1991 г.
Г. Петриков	5283	5300	2000	3300
Г.п. Копоткевичи	865	850	150	700
д.Новоселки	150	150	-	150
и т.д. ...				
Всего по району	13948	14450	4400	10050

1 кв.м торговой площади не мог быть определен из-за отсутствия необходимых данных за предыдущие годы. Поэтому в расчетах использовались фактические данные о товарообороте с единицы торговой площади за 1974 или 1975 гг. (в зависимости от времени разработки перспективного плана).

Рассчитанная потоварная структура торговых площадей использовалась при разработке рекомендаций по типизации розничных торговых предприятий на перспективу. Выбор типов и размеров рекомендуемых к строительству магазинов производился в соответствии с уточненной номенклатурой типов предприятий розничной торговли для сельских населенных мест и городских поселков, утвержденной Центрсоюзом, а также оптимальной номенклатурой типов предприятий розничной торговли для населенных пунктов Белоруссии, разработанной Белорусским филиалом ЦИНОТУР.

При выборе типов и размеров магазинов предусматривалось максимальное их укрупнение. В районных центрах рекомендовалось строительство универмагов, универсамов и торговых центров как наиболее прогрессивных типов розничных торговых предприятий, а также крупных специализированных магазинов ("Мебель", "Хозяйственные товары", "Культтовары", " Детский Мир" и т.д.). В кустовых центрах рекомендовано строительство магазинов "Промышленные товары" с площадью торгового зала 150-300 кв.м и "Продовольственные товары" с торговой площадью 100-150 кв.м. В рядовых селах и кустовых центрах с небольшим числом жителей предусмотрено строительство магазинов "Товары повседневного спроса" с торговой площадью 100- 159 кв.м.

Одновременно с разработкой типов и размеров для строительства новых различных торговых предприятий даны рекомендации по изменению типов действующих предприятий и их реконструкции.

Вывод

Осуществление намеченных планов перспективного развития розничной сети обеспечит улучшение материально- технической базы торговли на селе, упорядочение размещения магазинов и их типизации, значительный рост товарооборота, а также повысит культуру торгового обслуживания сельского покупателя.