

Исходя из расчета корреляционной связи по цехам фабрики-кухни, выясняем, что коэффициент корреляции между фондоемкостью и производительностью труда равен 0,31, а между фондоемкостью и производительностью труда – 0,82.

Это говорит о том, что между показателями существует определенная связь и при этом более тесная – между второй парой. Уровень производительности труда зависит от фондоемкости в большей степени, чем от фондоемкости и означает достаточно эффективное использование оборудования в целом по предприятию.

А.А. Широких, С.З. Мильштейн, канд.эконом.наук,
И.Я. Кракаевич, В.А. Воскобович

ПЛАНИРОВАНИЕ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ В СИСТЕМЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ БЕЛОРУССИИ

В решении грандиозных задач, поставленных XXV съездом КПСС, одно из важных мест принадлежит развитию материально-технической базы торговли, расширению сети современных универсальных и специализированных магазинов, совершенствованию прогрессивных форм продажи товаров. Эти вопросы являются составной частью мероприятий по комплексной рационализации кооперативной торговли, которая приобрела в Белоруссии широкие масштабы.

За годы девятой пятилетки торговые площади кооперативных розничных предприятий республики увеличились до 161,3 тыс. кв.м, а обеспеченность на 1000 человек обслуживаемого населения выросло со 131 кв.м в 1970 г. до 170 кв.м в 1975. Особенно быстрые темпы развития сети предприятий торговли и их торговой площади наблюдаются за последние годы. Это обусловлено тем, что в республике осуществляется широкое строительство павильонов для торговли товарами культурно-бытового и хозяйственного назначения за счет краткосрочных ссуд Госбанка, а также вводом в эксплуатацию розничных предприятий, построенных колхозами и совхозами. Кроме того, в ряде районных центров и крупных населенных пунктов осуществляется строительство универсальных магазинов и других розничных торговых предприятий.

Интенсивное увеличение материальной базы розничной торговли вызвало необходимость упорядочения сети с учетом

вновь построенных и вводимых в эксплуатацию розничных торговых предприятий. В 1976 г. Белорусским филиалом ЦИНОТУР была выполнена работа по научно обоснованной специализации розничной сети, рациональному распределению торговых площадей под отдельные группы товаров, внедрению в практику кооперативной торговли прогрессивных типов предприятий.

Работа выполнялась в три этапа. На первом этапе проводилось обследование состояния розничной торговой сети, изучались обеспеченность торговыми площадями отдельных групп товаров, а также организация торгового обслуживания населения. Были обследованы розничные торговые предприятия 105 крупных населенных пунктов, в том числе 77 районных центров. На их долю приходится примерно 38% розничного товарооборота районов, в которых они расположены. На втором этапе на основании данных исследования были разработаны предложения по типизации розничной торговой сети и рациональному использованию торговых площадей. На заключительном этапе составлен план специализации розничной торговой сети на 1976 - 1977 гг. в 105 обследованных населенных пунктах. План рассматривался на заседаниях правлений районных и областных потребсоюзов. 19 июля 1976 г. он утвержден Правлением Белкоопсоюза.

При обследовании розничной торговой сети анализировалась обеспеченность обслуживаемого населения торговыми площадями в разрезе группового ассортимента. Для анализа использовались нормативы (табл. 1), разработанные Белорусским фили-

Табл. 1. Потребная торговая площадь под отдельные группы товаров для районных и местных (кустовых) центров, обслуживаемых потребительской кооперацией, кв.м

Группы товаров	Торговая площадь для населенных пунктов с численностью жителей		
	до 5 тыс.	5 - 10 тыс.	свыше 10 тыс.
Продовольственные товары - всего	372	744	1055
Непродовольственные товары - всего	805	1486	2105
в том числе:			
Швейные изделия	115	215	300
Трикотаж, чулочно-носочные	70	125	180
Обувь	70	130	185
Культтовары	95	180	240
Хозяйственные	120	216	320
Мебель	120	220	340
Галантерея, парфюмерия	70	110	130
И т о г о	1032	2230	3160

алом ЦИНОТУР Центросоюза и утвержденные Правлением Белкоопсоюза 7 февраля 1975 г.

Анализ состояния розничной торговой площади по каждому населенному пункту производился по следующим показателям: тип магазина (отдела универмага); площадь магазина (отдела универмага) общая и торговая; фактический годовой розничный товарооборот и товарооборот на единицу торговой площади магазина; пригодность здания к дальнейшей эксплуатации. Эффективность использования торговых площадей анализировалась с использованием примерных нормативов товарооборота на 1 кв.м торговой площади для магазинов потребительской кооперации.

По каждому районному и местному (кустовому) центру составлялась карта-схема размещения в населенном пункте розничных предприятий, снималась в масштабе планировка каждого магазина (без технологической части), составлялась характеристика помещений магазинов с точки зрения размещения в них соответствующего ассортимента товаров, а также расширения площади торгового зала за счет подсобных помещений и т.д. Кроме того, изучалась возможность реконструкции неторговых помещений с целью переоборудования их под магазины.

Собранные данные использовались при составлении предложений по специализации розничной торговой сети и рациональному использованию торговых площадей в каждом населенном пункте.

При разработке предложений по специализации сети применялись следующие нормативные материалы: номенклатура типов предприятий розничной торговли для сельских населенных мест и поселков городского типа, утвержденная постановлением Правления Центросоюза 30 января 1973 г.; оптимальная номенклатура типов предприятий для населенных пунктов с различным числом жителей, разработанная Белорусским филиалом ЦИНОТУР Центросоюза; методические указания по планированию развития розничной торговой сети на перспективу, разработанные ЦИНОТУР Центросоюза.

Указанные нормативные материалы, а также последние требования Центросоюза и Белкоопсоюза были положены в основу разработки основных направлений типизации розничной торговой сети районных и крупных местных (кустовых) центров.

В соответствии с этими требованиями в плане специализации розничной сети каждого районного центра, а в некоторых случаях и крупного кустового центра предусмотрены следующие

Табл. 2. Прирост торговых площадей за 1976 – 1977 гг. в результате внедрения рекомендаций по типизации розничной сети, кв.м

Области	Прирост торговой площади			Выбытие торговой площади	Прирост с учетом выбытия
	всего	в том числе			
		новое стро- ительство	реконструк- ция		
Брестская	6 859	5 688	1 171	477	6 382
Витебская	14 907	13 761	1 146	1 125	13 782
Гомельская	10 569	9 068	1 501	1 044	9 525
Гродненская	9 606	7 866	1 640	1 486	8 010
Минская	9 427	9 184	243	1 076	8 351
Могилевская	9 999	9 632	367	650	9 349
Итого	61 267	55 199	6 068	5 868	55 399

типы магазинов: "Универмаг", "Культтовары", "Хозяйственные товары", "Мебель", "Книги", "Комиссионные товары", "Товары по сниженным ценам", "Продукты", "Овощи, фрукты", "Рыба", "Вино, водка", "Кулинария".

В универмаге рекомендовано производить торговлю основными группами непродовольственных товаров – тканями, швейными, трикотажными и чулочно-носочными изделиями, обувью и галантерейно-парфюмерными изделиями. Товары культурно-бытового назначения включались в ассортимент универмагов исходя из конкретных условий.

В отдельных населенных пунктах в зависимости от местных условий в план включались такие специализированные предприятия, как "Ткани", "Галантерея", "Парфюмерия", "Спорттовары", "Мясо, молоко" и т.д. Кроме того, особое внимание обращалось на организацию новых, перспективных типов предприятий – "Универсам", "Техника", "Детский мир", а также специализированных отделов по торговле сувенирами, часами и изделиями из драгоценных металлов.

В продовольственных магазинах предусматривалась продажа рыбы независимо от наличия специализированных магазинов "Рыба". Специализированные магазины "Овощи, фрукты" предусматривались в населенных пунктах, имеющих магазины "Мясо, молоко" или "Мясо". В случае отсутствия этих магазинов допускалось функционирование магазина "Сельхозпродукты".

Изложенные выше принципы специализации розничных предприятий крупных населенных пунктов, обслуживаемых потребительской кооперацией, использованы при разработке планов типизации розничной сети на 1977 г. При составлении планов типизации были изысканы дополнительные резервы для расширения торговых площадей за счет реконструкции торговых поме-

щений, улучшения структуры торговых площадей, а также использования под магазины неторговых помещений.

Реализация плана по типизации розничной сети позволит значительно увеличить торговые площади, что подтверждается данными табл. 2.

Как видно из приведенных данных, прирост торговых площадей за 1976 - 1977 гг. в результате внедрения рациональной типизации розничной сети только в крупных населенных пунктах республики, обслуживаемых потребительской кооперацией, составит (с учетом выбытия торговых площадей) 55 399 кв.м. В 1975 г. этот прирост в целом по республике составил всего 38 793 кв.м, т.е. значительно ниже, чем по плану специализации только крупных населенных пунктов. Самый большой прирост торговой площади предусмотрен в Витебской области - 13 782 кв.м и Гомельской - 9 525 кв.м, а самый низкий - в Брестской - 6 382 кв.м.

Более реальное представление об увеличении торговой площади за счет реализации плана типизации розничной сети дают показатели прироста площади в расчете на один обследованный населенный пункт. Он будет наибольшим в Могилевской (850 кв.м) и Витебской областях (656 кв.м). В Минской области этот показатель составит 491 кв.м; Брестской - 456; Гомельской - 454 и Гродненской - 381 кв.м.

Такой прирост розничной сети позволит повысить обеспеченность торговыми площадями под основные группы товаров (табл. 3), а также значительно улучшить уровень торгового обслуживания населения.

Из данных таблицы видно, что реализация планов типизации позволит упорядочить розничную торговую сеть, привести в соответствие с обеспеченностью торговыми площадями отдельных групп товаров с установленными нормативами. Так, в настоящее время в Брестской области обеспеченность выше норматива наблюдается только по культтоварам. После реализации плана специализации сети этот показатель превысит норматив по всем основным группам товаров. Значительно вырастет уровень обеспеченности площадью под товарные группы и по другим областям. Резко сократится количество крупных населенных пунктов, в которых обеспеченность торговой площадью по основным группам товаров ниже 90% (см. табл. 3).

Как видно из таблицы, внедрение рекомендуемой специализации торговой сети позволит уменьшить количество населенных пунктов с низкой обеспеченностью площадями под продо-

Табл. 3. Обеспеченность торговыми площадями товарных групп (в % к нормативу)

Товарная группа	Область											
	Брестская		Витебская		Гомельская		Гродненская		Минская		Могилевская	
	факт	по плану специализации	факт	по плану специализации	факт	по плану специализации	факт	по плану специализации	факт	по плану специализации	факт	по плану специализации
Продовольственные товары	88,3	107,1	78,3	102,8	70,0	85,8	70,7	84,8	83,8	104,0	72,3	86,6
Швейные товары	95,3	115,0	96,9	124,8	80,4	96,2	103,4	115,2	95,8	119,6	94,2	125,2
Трикотажные изделия	92,0	122,0	109,1	127,7	89,0	101,4	88,3	105,6	88,7	136,0	99,6	126,8
Обувь	99,0	143,3	96,5	130,6	85,0	112,1	91,4	117,7	83,3	130,0	95,9	127,5
Культурные товары	104,0	127,0	82,7	119,3	68,3	105,4	81,7	110,0	84,3	107,8	83,3	97,0
Мебель, хозяйственные товары	79,0	109,0	53,1	93,8	62,5	109,9	60,4	85,8	67,7	102,9	49,1	114,3
Галантерея, парфюмерия	92,4	112,1	65,2	103,3	57,8	77,4	78,7	95,1	75,5	115,0	73,9	115,4

Количество населенных пунктов, по которым обеспеченность торговой площадью товарных групп ниже 90 % норматива

Продовольственные товары	9	4	14	5	18	14	17	13	10	4	10	4
Швейные товары	7	3	9	1	15	8	9	7	8	1	5	1
Трикотажные изделия	7	1	4	1	12	10	13	8	10	4	5	1
Обувь	6	1	13	3	11	5	12	5	10	2	5	1
Культурные товары	7	2	16	4	16	8	13	7	10	6	7	-
Хозяйственные товары	9	5	16	3	16	3	19	9	11	2	10	-
Мебель	10	4	20	18	18	8	16	15	10	8	9	1
Галантерея, парфюмерия	9	6	18	6	19	13	14	10	11	6	9	1
Прочие непродовольственные товары	6	4	15	9	20	15	17	11	11	8	10	1

вольственные товары с 78 до 44, швейные изделия - с 53 до 21, трикотажные изделия - с 51 до 25, обувь - с 57 до 17, культтовары - с 69 до 26 и т.д. Однако сохранится еще ряд населенных пунктов, имеющих обеспеченность ниже 90%: по мебели, галантерейным и парфюмерно-косметическим товарам. Сохранятся крупные населенные пункты с низкой обеспеченностью торговыми площадями и по другим группам товаров. Таким образом, несмотря на значительный рост торговой сети в целом, потребительская кооперация Белоруссии в настоящее время еще не в состоянии обеспечить торговой площадью основные группы товаров по всем крупным населенным пунктам.

Данные табл.4 характеризуют изменения в типизации розничной торговой сети, ожидаемые от реализации плана по специализации торговых предприятий.

Как видно из таблицы, внедрение мероприятий, предусмотренных планом специализации сети, позволит значительно увеличить сеть таких специализированных магазинов, как "Комиссионные товары", "Рыба", "Овощи, фрукты". Расширится также сеть новых прогрессивных розничных торговых предприятий, в частности универсамов.

Реализация планов специализации розничной торговой сети будет способствовать повышению уровня торгового обслуживания населения.

Табл. 4. Ожидаемые изменения в типизации розничной торговой сети

Область		Типы магазинов (количество единиц)						
		специализированные				прогрессивные		
		"Комиссионные"	"Рыбы"	"Вино, водка"	"Овощи, фрукты"	"Детский мир"	"Техника"	"Универсам"
Брестская	фактически	9	2	3	9	-	-	2
	по плану	12	15	16	16	2	1	3
Витебская	то же	4	3	3	2	5	-	1
		18	13	19	18	7	-	9
Гомельская	"	8	1	3	7	2	-	-
		13	10	13	17	5	-	1
Гродненская	"	6	-	1	10	3	-	3
		10	7	12	14	5	2	5
Минская	"	11	-	6	7	3	-	-
		12	9	13	15	3	-	2
Могилевская	"	2	-	7	4	-	-	-
		11	9	11	10	4	2	6
Итого по БССР	фактически	40	6	23	39	13	-	6
	по плану	76	63	84	90	26	5	26