

тери от боя посуды. Кроме того, в таких магазинах имеется реальная возможность комплексного изучения покупательского спроса и активного воздействия на непосредственных поставщиков. Для этих магазинов следует разрабатывать специальные ассортиментные перечни с указанием не только наименования изделий, но и количества разновидностей товарных единиц, а также других показателей структуры ассортимента с учетом размеров торговой площади.

При формировании ассортимента посуды следует иметь в виду, что на различные изделия из стекла и керамики существует неодинаковый спрос: часть посуды, употребляемой ежедневно, быстро подвергается физическому износу, поэтому спрос на нее больший. Значительно меньшая потребность существует в изделиях, которые редко используются в семье (по случаю приема гостей в торжественные дни, по праздникам и т.д.). Поэтому при формировании ассортимента важно определить соотношение посуды повседневного и периодического пользования.

Посуда повседневного потребления должна составлять основу ассортимента посудно-хозяйственных магазинов, отделов, универсамов, отделов крупных продовольственных магазинов, реализующих непродовольственные товары.

Посуда периодического пользования должна преобладать в ассортименте общегородских и узкоспециализированных магазинов, в числе которых отделы или комплексы универсамов, а также магазины типа "Кристалл", "Фарфор", "Керамика".

В потребительской кооперации дальнейшее развитие должна получить продажа посуды в хозмагах.

Задачи торговли и промышленности состоят в том, чтобы через рекламу и другие средства информации объективно воздействовать на вкусы и мнения покупателей, создавать и расширять спрос на новые товары. В конечном итоге все это будет способствовать развитию производства и продажи и соответственно более полному удовлетворению потребности населения в посуде.

А.А.Широких, С.З.Мильштейн,
И.Я.Кракаевич

ВОПРОСЫ МЕТОДИКИ ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ И РАЗМЕЩЕНИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ

Одной из наиболее актуальных проблем коммунистического строительства в нашей стране является ликвидация социально-экономических и культурно-бытовых различий между городом и

деревней. "Идти все дальше по пути сближения материальных и культурно-бытовых условий жизни города и деревни, - говорил Л.И.Брежнев на XXV съезде КПСС, - ...является нашим программным требованием" [1]. Непременным условием успешного решения этой задачи на современном этапе является дальнейшее развитие и совершенствование материально-технической базы сельской торговли на основе научно обоснованного прогнозирования.

В практике планирования развития и размещения розничной торговой сети потребительской кооперации широко используется нормативный метод. Нормативы рассчитываются на 1000 человек обслуживаемого населения и, как правило, дифференцируются по районам страны, периодам, типам населенных пунктов.

Правлением Центросоюза утверждены нормативы торговой площади на 1000 жителей до 1990 г. по союзным республикам. В силу ряда причин указанные нормативы не могут быть использованы для расчетов потребности Белорусской ССР в розничной торговой сети. Во-первых, в республике разработана схема размещения и развития городских и сельских поселений до 2000 г. В ней отсутствуют сведения о численности населения в разрезе населенных пунктов на 1990 г., что исключает возможности применения нормативов торговой площади на этот период.

Во-вторых, в Белорусской ССР сложилась крайне неравномерная обеспеченность торговой сетью в различных областях. Например, в Витебской, Гродненской и Могилевской областях в 1980 г. она уже превышает утвержденный норматив 1985 г.

В-третьих, утвержденные нормативы не учитывают особенности сельского расселения Белорусской ССР, в частности мелкодисперсную систему расселения, неодинаковое соотношение городского и сельского населения в различных областях республики и т.д.

В соответствии с методическими указаниями по планированию развития розничной торговой сети потребительской кооперации на перспективу* правлениям потребсоюзов союзных республик предоставлено право уточнять нормативы. Рекомендуются два метода расчета уточненных нормативов: 1) с использованием показателей нагрузки на 1 м² торговой площади, розничного товарооборота и численности обслуживаемого населения; 2) с применением многофакторной математической модели. При расчете нор-

* Утверждено Постановлением Правления Центросоюза №116 от 23 июня 1975 г.

мативов торговой площади на 1000 жителей для различных областей республики использовались оба метода с корректировкой показателя нагрузки на 1 м^2 торговой площади. Необходимость этого обусловлена тем, что нормативы, полученные без соответствующей корректировки методических указаний, имеют ряд недостатков.

Нормативы, рассчитанные по методическим указаниям с использованием показателя товарооборота на 1 м^2 , в ряде случаев ниже уже достигнутого уровня обеспеченности. Нормативы, полученные с помощью многофакторной модели, по большинству областей не могут быть использованы в силу ряда причин. Так, норматив по Гродненской области, рассчитанный по этому методу, на 9 м^2 ниже достигнутого уровня. Наряду с этим в условиях сохранения темпов развития розничной торговой сети в ближайшие годы по всем областям обеспеченность на 1000 жителей будет выше, чем норматив 1990 г. Средний республиканский норматив (228 м^2) значительно ниже норматива, утвержденного Правлением Центросоюза для Белорусской ССР (247 м^2). Таким образом, использовать в полной мере рекомендации по исчислению норматива торговой площади на 1000 жителей, изложенные в методических указаниях, не представляется возможным. Вследствие этого при определении нормативов в методику расчета внесены отдельные коррективы. В частности, был скорректирован показатель товарооборота на 1 м^2 торговой площади. В основу корректировки этого показателя на перспективу положена следующая зависимость:

$$T = \frac{OT}{НТП \times ОН} \quad , \quad (1)$$

где T – ожидаемый розничный товарооборот на 1 м^2 торговой площади на перспективу, тыс.руб.; OT – ожидаемый розничный товарооборот на 1985 и 1990 гг. по прогнозам Белорусского филиала ЦНИЛС, тыс.руб.; $НТП$ – норматив торговой площади на 1000 жителей, утвержденный Белорусской ССР на перспективу Центросоюзом, тыс.руб.; $ОН$ – ожидаемая численность населения, обслуживаемого потребительской кооперацией республики в 1985 и 1990 гг., по прогнозам Белорусского филиала ЦНИЛС, тыс. чел.

На основании исчисленных показателей нагрузки на 1 м^2 торговой площади, согласно методическим указаниям, рассчитаны нормативы торговой площади для Брестской, Гомельской, Гродненской и Минской областей.

Расчет норматива торговой площади на 1000 жителей для Витебской и Могилевской областей был произведен другим методом – с помощью многофакторной модели. Это обусловлено рядом причин. В настоящее время в республике сложилась крайне неравномерная обеспеченность торговой сетью на 1000 жителей. Так, самые высокие показатели обеспеченности, которые имеют место в Могилевской и Витебской областях, отличаются от самого низкого показателя в Брестской области соответственно на 42 и 27 м². При расчете нормативов с помощью показателя нагрузки на 1 м² торговой площади такая неравномерность сохраняется. Наряду с этим в Могилевской и Витебской областях самые низкие в республике абсолютные и относительные показатели численности сельского населения, размеров населенных пунктов, самый высокий удельный вес населения, проживающего в районных центрах. Все эти факторы оказывают влияние на показатель обеспеченности торговой сети на 1000 жителей.

В силу указанных обстоятельств расчет норматива торговой площади на 1000 жителей для Могилевской и Витебской областей произведен с помощью уравнения, учитывающего все перечисленные факторы:

$$y_x = a_0 + a_1 x_1 + a_2 x_2 + a_3 x_3 + a_4 x_4 + a_5 x_5 + a_6 x_6, \quad (2)$$

где y_x – торговая площадь на 1000 жителей; x_1 – товароборот на душу населения, руб/год; x_2 – коэффициент плотности населенных пунктов, определяемый по формуле

$$\sqrt{\frac{\text{территория области}}{\text{количество населенных пунктов в области}}};$$

x_3 – доля непродовольственных товаров в товарообороте, %; x_4 – рентабельность торговли, %; x_5 – средний размер населенного пункта (по числу жителей); x_6 – население районных центров, в % к общему населению, обслуживаемому потребительской кооперацией; $a_0, a_1, a_2, a_3, a_4, a_5, a_6$ – параметры уравнения, рассчитанные для различных зон страны. Соответствующее уравнение для Белорусской ССР:

$$y_x = 4,237 + 0,107x_1 + 15,504x_2 + 1,483x_3 + 1,902x_4 - 0,056x_5 - 0,502x_6. \quad (3)$$

На основании выполненных расчетов с использованием уравнения (3) были получены нормативы торговой площади (в м²) на 1000 жителей для Витебской и Могилевской областей.

Учитывая, что в республике разработана схема развития и размещения сельских поселений на более дальнюю перспективу (до 2000 года) Белорусским филиалом ЦИНОТУР Центросоюза рассчитаны примерные нормативы торговой площади на 1000 жителей на 1995 и 2000 гг.

Эти нормативы разработаны с использованием метода экстраполяции фактической обеспеченности торговой сетью на 1000 жителей за 1971–1977 гг. и нормативов на 1985 и 1990 гг.

Таким образом, при долгосрочном планировании развития и размещения розничной торговой сети потребительской кооперации Белорусской ССР применяется нормативный метод. Нормативы торговой площади на 1000 жителей обслуживаемого населения рассчитываются по каждой области исходя из конкретных условий.

Л и т е р а т у р а

1. Материалы XXV съезда КПСС. – М., 1976, с. 49.

Г.А.Давыдова, М.Ф.Соколова, Г.В.Трояновская,
П.П.Мезян, Е.С.Бекетова

МАТЕРИАЛЬНОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Основной формой материального стимулирования труда является, как известно, заработная плата. Усиление стимулирующей роли заработной платы в росте производительности труда, ускорении научно-технического прогресса и улучшении качества торгового обслуживания возможно лишь при правильном выборе ее форм и систем.

В последние годы в связи с ростом производства, расширением ассортимента товаров, укрупнением торговой сети и широким внедрением прогрессивных методов обслуживания потребовалось совершенствование форм оплаты труда. Изменившимся условиям реализации товаров стала больше соответствовать сдельная заработная плата, которая в сочетании с системой управления качеством труда имеет ряд преимуществ по сравнению с повременной-премиальной. Создаются условия для повышения заинтересованности работников в росте товарооборота и производительности труда, рациональной расстановки работников, совмещения профессий, эффективного использования рабочего времени и снижения текучести кадров.