

Нахождение параметров уравнения a и b производится на основе выравнивания по способу наименьших квадратов, которое приводит к системе двух нормальных уравнений с двумя неизвестными:

$$\begin{aligned}na + b\sum \frac{1}{x} &= \sum y; \\ a\sum \frac{1}{x} + b\sum \frac{1}{x^2} &= \sum \frac{1}{x} y.\end{aligned}$$

Решив это уравнение способом определителей, находим, что параметр a равен 4,15, а параметр b — 19,20.

Следовательно, уравнение связи между уровнем расходов на оплату труда и уровнем производительности труда примет вид

$$\bar{y}_x = 4,15 + 19,20 \frac{1}{x}.$$

Подставляя конкретные значения x — уровня производительности труда, — получим теоретические y_x — уровни расходов на оплату труда, что можно использовать не только при анализе, но и при планировании показателей по труду.

И. А. Коголев, канд. экон. наук,
Г. А. Барсукова, науч. сотр.
(Бел. филиал ВНИИКС)

ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ КИНОФОТОТОВАРАМИ

За последние годы в Белорусской ССР значительное развитие получили производство и розничная продажа кино- и фототоваров; возросла реализация фото- и киносъемочных аппаратов, различных фото- и кинопринадлежностей. За 1976—1979 гг. продажа фотоаппаратов в БССР росла ежегодно в среднем на 16,9%, любительских киносъемочных аппаратов — на 8,5; фотоувеличителей — на 6,1; кинопроекторов — на 1,9; кинофотопленок — на 6,2; химикалиев — более чем на 9%. Лишь продажа фотобумаги из-за недостаточности ресурсов снизилась с 1145,8 в 1975 г. до 1106,3 тыс. м² в 1979 г.

По фотоаппаратам спрос в основном удовлетворяется. Однако отмечается неполное соответствие структуры предложения характеру спроса. Структура выпускаемых в стране фотоаппаратов в последние годы практически не меняется. На протяжении многих лет выпускается примерно 70% простейших камер, 28 среднего класса и лишь 2% — высшего. Для сравнения отметим, что США и некоторые другие развитые капиталистические страны в конце 60-х годов выпускали фотоаппаратов высокого класса примерно 7%, среднего — 12, а простейших и простых — 81%. Как показали данные изучения спроса, нашей промышленности целесообразно ускорить рост производства фотоаппаратов высокого класса и довести их долю до 10%. Потребность в них имеется как у профессиональных фотографов, так и у любителей.

В нашей республике выпускаются лишь фотоаппараты простейшие («Этюд»), простые («Вилия» и др.) и среднего класса («Зенит-ТТЛ», «Зенит-Е»). В 1979 г. было выпущено 7% простейших фотоаппаратов, 67,8 — простых и 25,2% — среднего класса фотоаппаратов. Намечаемые в плане на 1981—1985 гг. изменения в выпуске фотоаппаратов не соответствуют предполагаемому сдвигам в спросе населения. Так, намечается значительно увеличить производство камеры «Зенит-ТТЛ» и стабилизировать объем выпуска фотоаппарата «Зенит-Е». Однако нужно иметь в виду, что «Зенит-ТТЛ» по сравнению с «Зенитом-Е» в нашей республике и в стране пользуется значительно меньшим спросом. В г. Минске, например, при наличии тех и других изделий «Зенита-Е» продается примерно в 50—60 раз больше, чем «Зенита-ТТЛ». В 1980 г. был предусмотрен выпуск 90 камер «Зенит-ТТЛ», а на 1985 г. намечен выпуск 700. Появление на рынке страны 40 тыс. шт. этих фотоаппаратов в 1979 г. показало, что торговые организации не смогли полностью их реализовать, и Вилейский завод из-за трудностей сбыта перешел к досрочной отгрузке этой марки в счет фондов будущего периода. Главная причина состоит в том, что розничная цена камеры «Зенит-ТТЛ» по сравнению с другими марками и моделями фотоаппаратов завышена. Если по всем фотоаппаратам налог с оборота составляет в среднем 16%, то на «Зенит-ТТЛ» — около 40%. Представляется, что установление оптимальной цены позволило бы нормализовать положение на рынке по этой марке.

Кроме того, необходима частичная замена камеры «Зенит-ТТЛ» на «Зенит-ЕМ» и «Зенит-Е». Камера «Зенит-ЕМ» выпускается Красногорским заводом и благодаря наличию «прыгающей» диафрагмы и сравнительно невысокой цене пользуется высоким спросом, который из года в год, к сожалению, не удовлетворяется. Переход к выпуску этой камеры в нашей республике, а также увеличение производства фотоаппаратов «Зенит-Е» — реальный путь к нормализации торговли зеркальными фотокамерами. Однако более приемлемым явилось бы создание необходимых условий для увеличения производства и продажи полуавтоматической камеры «Зенит-ТТЛ», облегчающей процесс фотосъемки и повышающей ее качество.

Следует признать правильными сокращение и полное прекращение в перспективе производства среднеформатной камеры «Этюд». Это связано с тем, что она не обеспечивает минимального качества снимков. Кроме того, представляется нерациональным расходование для фотографирования аппаратом «Этюд» широкой пленки. В условиях недостатка в стране ресурсов сырья для производства пленки было бы более правильным снижение доли широкой пленки в общем ее выпуске. Тем не менее наличие высокого спроса населения на среднеформатные фотоаппараты обязывает промышленность увеличивать их производство. Поэтому следовало бы организовать в республике выпуск фотоаппарата модели «Любитель» взамен снимаемой с производства камеры «Этюд».

Наблюдается также повышенный спрос на фотоаппараты, обес-

печивающие моментальное изготовление фотографий. Уже были предприняты попытки производства фотоаппарата «Фотон» и комплектов «Момент» к ним. Однако их качество было низким. Кроме того, на организации выпуска этих изделий отрицательно сказывается ведомственная разобщенность. Так, производство комплектов «Момент» и фотоаппарата «Фотон» находится в ведении различных министерств. Следовало бы ускорить организацию выпуска фотоаппаратов и наборов химикалиев для моментального изготовления фотографий.

Фотолюбителей не устраивают и громоздкие фотовспышки. В США, например, выпускаются миниатюрные вспышки, по размерам соответствующие лампочкам для карманного фонаря.

Как показал анализ, производство фотоаппаратов в стране растет быстрее, чем производство различных принадлежностей к ним. Поэтому с каждым годом не сокращается, а растет дефицит на целый ряд изделий. Так, заявки торговых организаций республики не удовлетворяются на фотообъективы, фотовспышки, удлинительные кольца, бленды солнечные, светофильтры, фотокассеты и др. Министерство торговли БССР неоднократно ставило вопрос перед Белорусским оптико-механическим объединением и другими министерствами республики об организации выпуска недостающих фотопринадлежностей. Однако этот вопрос еще до конца не решен.

Что касается других дефицитных фотопринадлежностей, то их следовало бы изготавливать на предприятиях, располагающих для этого сырьем и оборудованием. Фотовалики, например, изготавливаются из резины, поэтому их производство возможно организовать на предприятиях местной промышленности. Фотовспышки и электроглянцеватели следовало бы выработать на предприятиях Министерства электротехнической промышленности и т. д.

В республике не удовлетворяется спрос населения на фотоувеличители, а качество и технический уровень имеющихся в продаже не устраивают фотолюбителей. Из девяти выпускаемых моделей фотоувеличителей лишь в четырех вмонтировано приспособление для автоматической наводки на резкость. Ни одна модель не имеет устройства для автоматической установки экспозиции и раздвижных негативных рамок различных форматов, точечных источников света и т. д. Невысок пока и эстетический уровень большинства моделей.

Промышленность остается в долгу перед кинолюбителями. В ассортименте киноаппаратов отсутствуют камеры высокого и высшего классов на формат пленки «Супер». В лучших отечественных 16-миллиметровых кинокамерах типа «Красногорск» нет электропривода, автоматической зарядки пленки, синхронной записи звука и автоматического изменения фокусного расстояния, приспособления для обратного хода пленки, полной информации о съемочных процессах и дистанционного управления. В выпускаемых в стране любительских киносъемочных аппаратах необходимо увеличить светосилу объектива, автоматизировать процесс зарядки пленки, уменьшить габариты камер, улучшить их эстетическое оформление.

Может быть полезным для оптико-механических объединений и заводов по производству любительской киноаппаратуры в стране опыт ведущих фирм Японии, США и ФРГ, аппараты которых характеризуются высоким художественно-конструкторским уровнем, имеют автофокусировку и устройство для синхронной записи на магнитофон.

Для активизации спроса на любительскую киносъёмочную аппаратуру определенное влияние оказало бы повышение технического уровня выпускаемых в стране кинопроекторов. Кинолюбители предъявляют более высокий спрос на кинопроекторы со звукопроектором, позволяющим получать звуковое сопровождение непосредственно с киноленты. Промышленности необходимо учитывать и такое требование покупателей, как отсутствие шума при работе кинопроекторов.

Культура торговли кинофототоварами в республике зависит не только от наличия в продаже широкого ассортимента товаров высокого качества, но и от развития материально-технической базы, организации торгового процесса и т. д.

В республике недостаточно развита специализированная розничная сеть по торговле кинофототоварами. Лишь по одному магазину «Кинофотооптика» имеется в Брестской области и в г. Минске. Обеспеченность торговой площадью городских жителей БССР на начало 1980 г. была почти в 2 раза ниже, чем по стране. Несколько выше в республике обеспеченность площадями по торговле культтоварами. В 1980 г. в г. Минске открылся новый специализированный магазин «Кадр». Однако республика по-прежнему отстает по этому показателю от Эстонской (в 3,6), Литовской (в 3,4) и Латвийской ССР (в 1,8 раза).

В БССР производится почти треть фотоаппаратов общего выпуска в стране. Становится очевидным, что торговых площадей в специализированных магазинах должно быть по крайней мере не меньше, чем в республиках, не производящих эти товары. Это диктуется необходимостью оперативного изучения спроса на новые товары, проведения рекламных мероприятий и т. д. Поэтому целесообразно в XI пятилетке расширить сеть специализированных магазинов по торговле кинофототоварами, доведя их торговую площадь примерно до 720 м². Специализированные магазины необходимо иметь во всех областных центрах.

В целях уменьшения распыленности товарных ресурсов, обеспечения широкого ассортимента товаров в магазинах продажу кинофототоваров, поставляемых на рынок республики в незначительном количестве, следовало бы сосредоточить преимущественно в специализированных магазинах «Фотокинооптика» и отдельных магазинах «Культтовары» в крупных городах и областных центрах.

В то же время опрос специалистов торговли показал, что при наличии достаточных ресурсов фотоленки торговать ею целесообразно в промтоварных магазинах, расположенных в жилых районах крупных городов и сельской местности, при их отсутствии — в универсамах и мелкорозничной сети.

По данным опроса, около 70% специалистов считают, что кинофотоаппаратурой следует торговать в специализированных магазинах «Кинофотооптика» и более 30% — в специализированных секциях универмагов и магазинов «Культтовары».

В специализированных магазинах повышается возможность оказания кино- и фотолюбителям дополнительных услуг (проверка работы аппаратуры, ознакомление с основами фотографии и любительской киносъемки и т. д.). С этой целью в каждом магазине, торгующем кино- и фототоварами, целесообразно организовать «уголок фотолюбителя», чтобы покупатель имел возможность ознакомиться с набором специальной литературы и наглядными пособиями. В уголке необходимо создать условия для зарядки пленки в кассету. В крупных специализированных магазинах желательны оборудовать помещения для демонстрации слайдов, любительских кинофильмов, проведения групповых консультаций с кино- и фотолюбителями, оснащенные лабораторными принадлежностями и проекционной аппаратурой.

Осуществление на практике указанных мероприятий будет способствовать более полному удовлетворению спроса населения республики на кинофототовары.

М. И. Б а к а н о в, докт. экон. наук, профессор,
Н. А. Т а р а с о в а, асп. (ЗИСТ, Москва)

ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ УНИВЕРСАМОВ

Неуклонное возрастание доли универсамов в общей торговой сети соответствует тенденции развития торговой сети стран СЭВ, а также высокоразвитых капиталистических стран. В «Основных направлениях экономического и социального развития СССР на 1981—1985 годы и на период до 1990 года» намечено расширять розничную торговую сеть, укреплять материально-техническую базу государственной и кооперативной торговли, совершенствовать организацию управления торговлей. Особое внимание уделяется созданию универсамов. Это связано прежде всего с преимуществами универсамов как крупных предприятий. Ведь чем крупнее предприятие, тем относительно ниже затраты труда, шире ассортимент товаров, привлекающий большее количество покупателей. При этом резко увеличиваются товарооборот и средняя стоимость покупки, сокращается численность персонала, создаются условия для повышения качества обслуживания; население затрачивает в 1,5—2 раза времени меньше, чем в обычных магазинах. Так, в московских универсамах, имеющих более 300 наименований товаров, по данным анкетного опроса, проведенного ЦСУ СССР, обслуживается ежедневно от 7,5 до 8,5 тыс. человек. Средняя стоимость одной покупки составляет от 4 до 5 руб., время, затрачиваемое покупателем, равно 10—15 мин.

Преимущества крупных продовольственных магазинов «Уни-