

идет по пути создания оптово-розничных объединений, складов-магазинов, торгово-промышленных комплексов. Это позволит устранить внутриведомственные барьеры между оптовой и розничной торговлей, повысить материальную заинтересованность работников опта и розницы в конечных результатах.

Таким образом, в современных условиях оптовая торговля, являясь посредническим звеном в цепи промышленности — торговля, претерпевает качественные изменения, и ее роль как организатора торгового процесса неуклонно возрастает. Она становится действенным фактором формирования и изучения спроса населения, основным «хранителем» товарной массы и бесперебойным поставщиком товаров высокого качества в розничную торговлю.

#### Литература

1. Материалы XXVII съезда КПСС. — М., 1986. — С. 151.
2. Ленин В. И. К четырехлетней годовщине Октябрьской революции // Полн. собр. соч. — Т. 44. — С. 152.
3. Комплексная программа развития производства товаров народного потребления и сферы услуг на 1986—2000 годы. — Правда, 1985, 9 окт.
4. Основные направления экономического и социального развития СССР на 1986—1990 годы и на период до 2000 года // Материалы XXVII съезда КПСС, с. 79.

О. П. Ефимова, канд. экон. наук (БГИНХ)

### **МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ТОРГОВЛИ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЕЕ РАЗВИТИЯ**

Успешное функционирование торговли, повышение эффективности и качества ее работы в значительной мере зависят от состояния материально-технической базы этой отрасли.

В развитии и совершенствовании материально-технической базы торговли республики значительные изменения произошли в девятой—одиннадцатой пятилетках. Предприятия торговли стали частью комплексной застройки жилых районов, причем их строительство осуществлялось в основном по типовым проектам.

В розничной торговле Белорусской ССР число магазинов в 1984 по сравнению с 1970 г. увеличилось на 13,6 %, а их торговая площадь — на 68,3 %. Увеличились сами магазины. В результате превышения темпов роста торговой площади магазинов над темпами роста их количества в розничной торговле наметилась тенденция увеличения средних размеров магазинов (с 65,6 м<sup>2</sup> в 1970 г. до 97,2 в 1984 г., или на 48,2 %).

Дальнейшее развитие розничной торговой сети, усиление процесса концентрации является одной из важнейших задач отрасли, условием дальнейшего роста товарооборота и повышения культуры торгового обслуживания.

Качественное улучшение розничной торговой сети республики выражается также в увеличении доли специализированных магазинов (непродовольственных и продовольственных) и сокращении

доли магазинов со смешанным ассортиментом. За 1970—1984 гг. в государственной торговле число продовольственных магазинов возросло на 17,2 %, их торговая площадь — на 64,9 %, непродовольственных — соответственно на 20,9 % и 84,7 %. Число же смешанных магазинов сократилось на 140 ед., или на 24,0 %. При этом их торговая площадь увеличилась всего на 10,0 %.

Наиболее важным показателем, характеризующим развитие розничной торговой сети, является уровень ее специализации, исчисляемый как отношение числа специализированных предприятий к их общему числу или отношение торговой площади специализированных магазинов к общей торговой площади, выраженное в процентах. За исследуемый период число специализированных магазинов по продаже непродовольственных товаров увеличилось на 22,5 %, торговая площадь — на 98,9 %. Уровень специализации непродовольственных магазинов повысился в 1983 г. по сравнению с 1970 г. на 1,1 пункта.

Определенными закономерностями характеризуется развитие форм специализации продовольственных и непродовольственных магазинов. За анализируемый период в государственной торговле количество магазинов, торгующих товарами для детей, увеличилось в 1,5 раза, радиотоварами — более чем в 5, стройматериалами — в 1,8, книжными изданиями — в 1,4 раза. Повысилась также их доля в общем количестве специализированных непродовольственных магазинов. Развитие специализации в значительной мере обусловлено концентрацией ассортимента технически сложных товаров, значительным расширением производства и продажи отдельных видов непродовольственных товаров, широким распространением продажи товаров по потребительским комплексам.

Сократилась доля магазинов по продаже хлеба, мяса, рыбы и молока, что связано с концентрацией этих товарных групп в универсальных продовольственных магазинах.

Постоянно совершенствуется подотраслевая структура материально-технической базы торговли. Возрастает социально-экономическая роль общественного питания. Это находит выражение в превышении темпов роста сети его предприятий над темпами роста сети розничной торговли. С 1970 по 1984 г. число предприятий общественного питания увеличилось на 56,2 %, количество мест — в 2,4 раза.

Возрастание доли крупных предприятий общественного питания расширяет возможности применения прогрессивных форм реализации кулинарной продукции. Внедрение автоматизированных линий раздачи скомплектованных рационов и другие прогрессивные формы обслуживания снижают материальные затраты предприятий по организации потребления и реализации обеденной продукции и покупных товаров, увеличивают пропускную способность залов.

Наблюдается тенденция снижения среднегодовых темпов прироста числа магазинов по периодам. Если в 1971—1975 гг. они со-

ставили 1,2%, в 1976—1980 — 0,8, то в 1981—1984 гг. — 0,7%, т. е. снизились в 1,7 раза.

Снижение абсолютного прироста магазинов и торговой площади, а также предприятий общественного питания и количества мест в них, сокращение темпов прироста не может отражать интересы развития отрасли и является следствием снижения темпов роста государственных капитальных вложений и недоиспользования 5 % отчислений от ассигнований на жилищное строительство. Оказало влияние также превышение нормативных сроков строительства, увеличение объемов незавершенного строительства.

Исследования показали, что обеспеченность населения республики торговой площадью и местами в предприятиях общественного питания в последние годы значительно возросла. Так, в 1984 г. торговая площадь на 1000 жителей составила 206,7 м<sup>2</sup> и увеличилась по сравнению с 1970 г. в 1,5 раза, превысив установленный норматив на 6,0 %. Количество мест в предприятиях общественного питания на 1000 жителей за указанный период возросло более чем в 2 раза, составив в 1984 г. 80 мест.

Выявить меру влияния отдельных факторов на темпы роста обеспеченности населения торговой площадью позволяет применение индексного метода [2]. Показатель этой обеспеченности может быть выражен в виде соотношения трех индексов: числа магазинов, среднего размера магазина и численности населения. В формализованном виде это можно представить следующим образом:

$$I_Q = (I_N \cdot \bar{I}_S) / I_M, \quad (1)$$

где  $I_Q$  — индекс обеспеченности населения торговой площадью;  $I_N$  — индекс изменения числа магазинов;  $\bar{I}_S$  — индекс изменения среднего размера магазина;  $I_M$  — индекс изменения численности населения.

По расчетным данным, увеличение степени обеспеченности населения Белорусской ССР торговой площадью в 1,5 раза главным образом обусловлено увеличением среднего размера магазинов (на 44,3 %) и в незначительной мере — ростом их числа (на 12,3 %). Увеличение численности населения несколько снизило показатель обеспеченности торговой площадью (на 8,8 %).

Проведенное исследование позволило выявить прогрессивные тенденции в развитии материально-технической базы торговли Белорусской ССР. Вместе с тем одной из важных проблем, требующих комплексного подхода к решению, является разработка рациональной структуры строительства новых и реконструкция действующих торговых предприятий в городах и сельской местности, т. е. установление рационального соотношения по видам строительства, типам, размерам, этажности, конструктивным и объемно-планировочным решениям. Важность этой проблемы возрастает с расширением масштабов инвестиционного процесса в торговле.

Сопоставление сложившейся структуры строительства предприятий торговли по размерам торговой площади с действующей номенклатурой типов магазинов и номенклатурой типов общедо-

ступных предприятий общественного питания для городов и поселков городского типа показывает, что в планировании развития и размещения предприятий розничной торговли имеются существенные недостатки. Средний размер вновь введенных магазинов в 3—4 раза ниже рекомендуемого номенклатурой, по которой определены размеры магазина типа «Универсам»—400—2000 м<sup>2</sup>, типа «Универмаг» — 3500—22 000 м<sup>2</sup>, специализированного продовольственного магазина — 250—650 м<sup>2</sup>, непродовольственного — 250—1500 м<sup>2</sup>.

В планах ввода в эксплуатацию магазинов не отражено укрупнение, хотя известно, что от выбора оптимального размера предприятия во многом зависят показатели его хозяйственной деятельности и качество торгового обслуживания населения. Тем не менее средние размеры вновь вводимых предприятий торговли возрастают медленными темпами. Небольшие магазины — средний размер не превышает 130 м<sup>2</sup>—составляют до 45 % всего количества вновь введенных магазинов. Более половины построенных столовых и ресторанов имеют средние размеры предприятия менее 86 мест.

Дальнейшее укрупнение торговой сети, бесспорно, явится одним из важнейших резервов улучшения экономических показателей торговли, повышения культуры торгового обслуживания.

#### Литература

1. Народное хозяйство Белорусской ССР в 1984 году: Стат. ежегодник ЦСУ БССР. — Минск, 1985. — С. 86. 2. Беляевский И. К., Рязузов Н. Н., Рязузов Д. Н. Статистика торговли. — М., 1983. — 174 с.

Л. М. Тониева, М. А. Бусел (ВНИИЭТсистем)

### **ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТАРЫ-ОБОРУДОВАНИЯ В ТОРГОВЛЕ ХОЗЯЙСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ**

Прогрессивная технология доставки и продажи товаров предполагает механизированную укладку товаров в тару-оборудование на предприятиях-грузоотправителях, комплексную механизацию погрузочно-разгрузочных и транспортно-складских работ.

Такая технология доставки и продажи товаров, широко распространившаяся в торговле продовольственными товарами, позволяет получить значительный экономический эффект за счет механизации и ускорения выполнения погрузочно-разгрузочных работ, сокращения количества технологических операций по обработке товарных запасов в магазине, повышения эффективности использования автотранспорта и т. д.

В торговле же хозяйственными товарами, как показали исследования, внедрение прогрессивной технологии товародвижения тре-