

ERINEVA SUURUSEGA KAUPLUSTE MAJANDUSLIKUST EFEKTIIVSUSEST

P. V i i r e s

Rahvamajandusharude ökonoomika kateeder

Elanikkonna kaubandusliku teenindamise kvaliteet sõltub suurel määral jaekaubandusvõrgu seisukorrast, mille hindamisel on enam levinud võrdlusmeetodi kasutamine nii ajalises kui ka ruumilises vormis. Ajalise võrdlemise objektideks on tavakohaselt olnud jaekaubakäibe ja jaekaubandusvõrgu kasvutempod teatud perioodidest. Andmed näitavad, et pikema perioodi kohta arvestatuna (1955-1970) on jaekaubandusvõrgu käive vabariigis kasvanud 1,8 korda kiiremini kui jaekaubandusvõrk. Viimastel aastatel (1970-1973) on iseloomlikuks arengujooneks jaekaubakäibe ja jaekaubandusvõrgu kasvutempode võrdsustumine (ligikaudu 111 %). See näitab, et on suudetud likvideerida jaekaubandusvõrgu kvantitatiivse mahajäämuse edasine suurenemine.

Ruumilise võrdlusmeetodi kasutamine aga tõendab, et elanikkonna kindlustatus jaekaubandusvõrguga moodustab vabariigis 75-80 % teadlaste poolt soovitatud optimaalsetest normatiividest. See mahajäämus pärineb põhiliselt sõjajärgsetest viisaastakutest, kuid tuleb lähemal ajal elanikkonna kaubandusliku teenindamise parandamiseks kaotada. Seoses sellega on viimastel aastatel kõrvuti jaekaubandusvõrgu üldise mahu suurendamisega olulist tähelepanu pööratud kvalitatiiivsetele arengusuundadele, mille hulgast tähtsamad on:

- 1) ratsionaalsema jaekaubandusvõrgu struktuuri kujundamine majanduslikult efektiivsema suurusjärguga ettevõtete osatähtsuse suurendamise teel;
- 2) progressiivse kaubandusliku tehnoloogia juurutamine jaekaubandusettevõtetes.

Informatsiooni ja kaubandusvõrgu struktuurist ning erinevat suurusjärku kaubandusettevõtete majanduslikust efektiivsusest annavad perioodiliselt läbiviidavad kaupluste rühmitused kvartalikäibe ja müügipinna suuruse järgi.¹ Nendest nähtub, et 1968. aastaga võrreldes paranes 1974. aastaks oluliselt ja kaubandusvõrgu struktuur nii Eesti NSV riiklikus kui kooperatiivses kaubanduses. Selle iseloomustamiseks on käesolevas uurimuses kauplused tinglikult jagatud 1973. a. IV kvartali käibe suuruse järgi kolme suurusrühma (tabel 1). Läbiviidud analüüs näitas, et riiklikes

T a b e l 1

Kaupluste tinglikud suurusrühmad

1973. a. IV kvartali käibe tuh. rbl.	Suurusrühma nimetus
kuni 50,0	väike kauplus
50,1 - 200,0	keskmine kauplus
üle 200,0	suur kauplus

kaubandusorganisatsioonides langes väikeste kaupluste osatähtsus 37,1 %-lt (1968. aasta 1. jaanuaril) 1974. aasta 1. jaanuariks 26,3 %-le. Tarbijate kooperatsiooni süsteemis oli väikekaupluste osatähtsus 1968. aastal eriti suur - 69,1 % kaupluste üldarvust. Käesolevaks ajaks on vähenenud väikeste kaupluste osatähtsus 51,5 %-le. Riiklikus kaubanduses katab väikekaupluste vähenemist positiivse nähtena suurte kaupluste osatähtsuse kasv - endise 21,2 % asemel 30,0 %. Kooperatiivses süsteemis on väikekaupluste vähenemise kõrval suurenenud keskmiste kaupluste osatähtsus - 27,4 %-lt 41,6 %-le.

Analüüs näitab, et suuremad kauplused on majandusli-

¹ Viimased sellised rühmitused koostati põhiliste riiklike kaubandusorganisatsioonide ning tarbijate kooperatsiooni ja kaubandusettevõtete kohta 1968. ja 1974. aasta 1. jaanuariks. Seega kujuneb analüüsitavaks perioodiks, mille jooksul on toimunud olulised muudatused ja kaubandusvõrgu struktuuris, 6 aastat.

kult efektiivsemad, sest nende kaubanduslikku pinda saab intensiivsemalt kasutada. Väikekauplustega võrreldes esineb tunduvat elavtöö kokkuvõidu, sest spetsialiseerumine, progressiivsed müügivormid ja töö parem organiseerimine tõstavad kaubandustöötajate tööjõudlust. Kui põhiliste riiklike kaubandusorganisatsioonide kauplustes oli käive kaubandusliku pinna ühele ruutmeetrile 1973. a. IV kvartalis 2,290 tuh. rbl., siis kaupluste suurusrühmade lõikes olid ruutmeetri käive erinevused suured (tabel 2). Väikestes kauplustes müüdi kaubandusliku pinna ühe ruutmeetri kohta

T a b e l 2

NSV põhiliste riiklike kaubandusorganisatsioonide kaupluste majanduslik efektiivsus

Kaupluse suurusrühm	1973. aasta IV kv. käive tuh. rbl.		Kaubavarud päevades	Töötasufond % -des käibest
	kaubandusliku pinna ühele m ² -le	ühele töötajale		
Väikekauplused	0,79	8,46	46	3,3
Keskised kauplused	1,69	13,24	38	2,1
Suured kauplused	2,84	19,70	32	1,5
Keskmine	2,29	17,0	34	1,7

rahalises väljenduses 3,6 korda vähem kui suurtes kauplustes. Tööjõudluse erinevused on mõnevõrra väiksemad - suurimates kauplustes on käive ühe töötaja kohta 2,3 korda kõrgem kui väikestes kauplustes. Keskmistest andmetest nähtub, et nende taset mõjutavad oluliselt suured kauplused oma käibe ja müügipinna valdava osatähtsuse tõttu. Kui riiklikes kaubandusorganisatsioonides moodustasid suured kauplused üldarvust 30 %, kuulus neile samal ajal 59,1 % kaubanduslikust pinnast. Üldisest käibest aga andsid suured kauplused 73,5 %. Kuna jaekaubanduses moodustab töötasu ligi poole käibekuludest, võib kaupluse suurenemisega kaasneva töötasufondi alanemise tendentsi ekstrapoleerida käibekuludele tervikuna. Seda kinnitab ka kaubavarude analüüs. Kaupade kiirem ringlemine ja suhteliselt väiksemad laosei-

su suuremates kauplustes annavad tunnistust kaupade silli-
tamise kulude, kaubakadude, krediitkulude madalamast tase-
mest suurtes kauplustes.

Analüüside sõltuvust kvartalikäibega määratud kaupu-
se suuruse ja majanduslike näitajate vahel, võib empiriili-
selt formuleerida selle küllaltki range lineaarse iseloomu
kõikide vaadeldud näitajate osas.

Teiseks kaupluse suurust iseloomustavaks näitajaks on
kaubanduslik pind ruutmeetrites. See suuruse parameeter on
teatud mõttes tunnetuslikult suurema väärtusega, kuna annab
konkreetse kujutluse uuritavast kaupluse tüübist. Uurijate
käsutuses ongi EHSV põhiliste kaubandussüsteemide kaupluste
rühmitused kaubandusliku pinna suuruse järgi 1974. aasta
1. jaanuari seisuga. Kui selle suurust määrava tunnuse jär-
gi lugeda väikekauplusteks kuni 50 ruutmeetrisel kaupu-
liku pinnaga kauplused, moodustasid need 1974. aasta algul
riiklike kaupluste üldarvust 43,1 %. Kuid neile kuulus vaid
13,8 % kaupu-liku pinnast ning nad andsid 14 % käi-
best. ETKVL-1 süsteemi jaevõrgus oli kuni 50 ruutmeetrisel
kaupu-liku pinnaga kauplusi 1974. aasta algul 51,9 %,
neile kuulus 24,5 % käibest. Huvitav on märkida, et kaupu-
liku pinnaga määratud kaupluse suuruse ning tööjõudluse
ja pinna kasutamise näitajate vahel on väiksema rangusega
sõltuvus kui eespool vaadeldud käibe tunnuse puhul. Hälbed
trendist on eriti riiklike kaupu-organisatsioonide kaup-
luste üksikutes suurusjärgudes silmatorkavad. See on ühelt
poolt põhjustatud käibe struktuuri erinevusest, sest riik-
lik jaekaupu- võrk on tunduvalt suurema spetsialiseeri-
misastmega. Nii riiklike kui ka kooperatiivsete kaupu-
organisatsioonide väikekauplused tegutsevad ilmselt kuni
käsoleva ajani ülekoormatult. Riiklikus kaupu-uses on
väikekauplustes käive kaupu-liku pinna ühe ruutmetri
kohta veidi kõrgem keskmisest kogu võrgu kohta, kooperatiiv-
ses kaupu-uses täpselt keskmise näitaja tasemel.

Tööjõudluse ja kaupu-liku pinna kasutamise analüüs
erinevat suurusjärku kauplustes lubab järeldada, et töö-
jõudluse kujunemine allub enam seaduspärasustele. Üldten-
dentsina hakkab tööjõudlus suurenema alates teisest suurus-
järgust (sel juhul on baasiks esimene suurusjärg). Mõnin-

gane kaupluse suurenemine aga ei too veel kaasa kaubandusliku pinna intensiivsemat kasutamist. Nii algab käibe juurdekasv pinnafhiku kohta kooperatiivsetes kauplustes, mille kaubanduslik pind ületab 150 m². Riiklikus kaubanduses on paremad tööjõudluse ja kaubandusliku pinna näitajad väiksemate suurusjärgude hulgest kauplustes kaubandusliku pinnaga 101-160 m². Keskmistest rühmadest kasutatakse kaubanduslikku pinda intensiivselt 401-600 m² kaubandusliku pinnaga kauplustes. Viimastes on aga tõenäoliselt tööjõu suhteline üleküllus, kuna tööjõudlus on neis kauplustes keskmisest madalam.

Kokkuvõttes võib öelda, et jaekaubandusvõrgu struktuuri üldine ratsionaliseerimine on tõstnud vabariigi jaekaubandusvõrgu efektiivsust, kuid leidub veel reserve majandusliku tegevuse intensiivistamiseks.

ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАГАЗИНОВ РАЗНЫХ ТИПОРАЗМЕРОВ

П. В и й р е с

Р е з ю м е

Необходимость повышения эффективности розничной торговой сети требует наряду с увеличением торговой площади, одновременно качественного развития. Основными путями качественного развития розничной торговой сети являются:

1) совершенствование розничной торговой сети способом увеличения удельного веса магазинов более оптимальных типов-размеров,

2) внедрение прогрессивной торговой технологии.

В ходе анализа все магазины сгруппированы в маленькие, средние и большие. На начало 1974 года удельный вес маленьких магазинов в розничной сети государственных торгующих организаций уменьшился против 1968 г. на 10,8%, а доля больших магазинов увеличилась на 9,8%. В больших магазинах товарооборот на один кв. м торговой площади в 3,6 раз выше, чем в маленьких магазинах. Выработка на одного работника в больших магазинах превышает 2,3 раза соответствующий показатель в маленьких магазинах. Уровень товарных запасов и фонды заработной платы в больших магазинах значительно ниже.